



BRAND

IDENTITY GUIDE



LEAFABLE

Content

Introduction	03
Brand	04
Image mark	06
Logo	07
Gradient	09
Colours	10
Typography	12
Imagery	14
Tone of voice	17
Poster	18
Verfpot	20
Auto reclame	22
Online elementen	23

Introduction

Dit is de Brand identy guide van Leafable. Hier lees je alles wat je moet weten als: je nieuwsgierig bent naar Leafable, iets gaat maken voor Leafable of gewoon inspiratie zoekt.

We zullen je meenemen in alle overwegingen en keuze's die er zijn gemaakt om Leafable eruit te laten zien hoe het er nu uitziet.

Je zal meekrijgen welke kleuren we gebruiken, welke patronen, welke tekst en hoe ook jij hier een uiting mee kan maken die perfect aansluit bij Leafable als merk. We hebben het zo precies mogelijk gemaakt op de plekken waar wat uitleg nodig is. Maar wees niet bang, we hebben nog genoeg keuze's aan jou overgelaten. We stimuleren namelijk niet alleen

vrijheid en creativiteit bij onze doelgroep, maar ook bij ons personeel!

Als je dit nu leest omdat je iets prachtigs voor ons gaat ontwerpen moet je weten dat er altijd ruimte is voor feedback. Ben je het niet eens met de regels die we hebben opgesteld en zie jij een veel betere manier of ervaar je een hoop beperkingen voor je geweldige campagne? Laat het ons weten en samen komen we er wel uit.

Brand

Mission

Wij willen dat elke stad weer groen wordt door ons product op saaie en kleurloze voorwerpen te gebruiken. Wij bieden een onderscheidende oplossing om de kille en grijze steden weer groen en levendig te laten voelen.

Vision

Wij brengen de natuur terug in de grijze, grauwe steden.
Samen fleuren we alles weer op en maken we de steden weer vrolijk en levendig.

Values

Producten/diensten: creatief, duurzaam, intuïtief, transformatie

Gebruik: inspireren, gemakkelijk

Vanuit merkbeleving: eerlijk, onderscheidend, magie

Vanuit positionering en concurrentie: de nieuwste, onderscheidend

Vanuit gebruikers: eigentijds, passie, progressief

Personality

Progressief, onderscheidend, orgineel

Promise

Samen maken we de steden weer groen.

Merkessentie

Creatief

Primaire doelgroep

Postmaterialisten van 25 tot en met 45 jaar oud



Image mark

Do's

(01)



(02)



Bij zwart wit logo's alleen zwart en wit gebruiken.

(03)

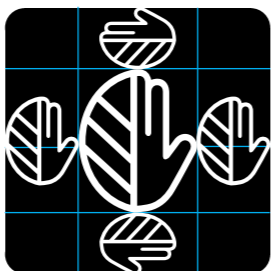


(04)



Bij kleur logo's alleen de primaire kleur groen gebruiken.

(05)



(06)



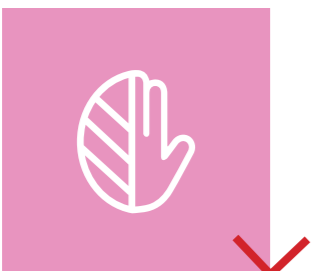
Social media logo's met in zwart wit en in kleur. Plus afmetingen

Dont's

(01)



(02)



Bij het image mark in kleur geen andere kleuren naast de primaire groen gebruiken.

(03)



(04)

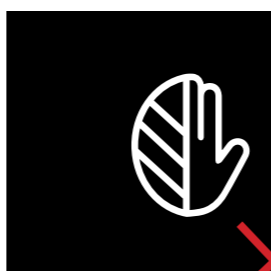


Bij de image mark mag geen gradient gebruikt worden.

(05)



(06)



De image mark moet in het midden gepositioneerd zijn.

Logo

Do's

(01)



(02)



Bij zwarte tekst geen vierkant kader gebruiken en bij witte tekst zwart vierkant kader gebruiken met logo in het midden gepositioneerd.

Dont's

(01)



(02)

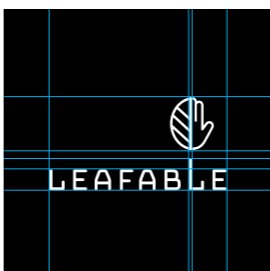


Het logo mag in geen enkele vorm uitgerekt worden. De image mark mag niet verplaatst worden.

(03)



(04)



Bij kleur logo mag er de gradient geplaatst worden, enkel bij een witte achtergrond. Plus afmetingen logo in kader.

(03)



(04)



Bij zwart wit logo geen gradient plaatsen. De kleur van het vierkante kader moet altijd donkerder zijn dan de gradient. Geel moet ten alle tijden vermeden worden.

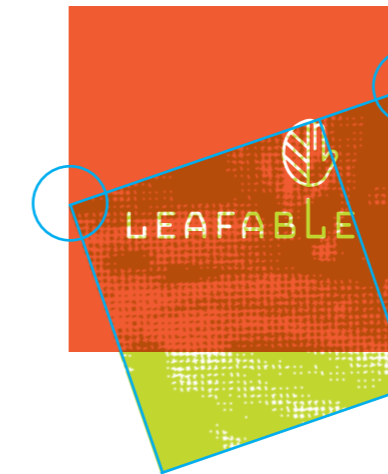


Gradient

Do's

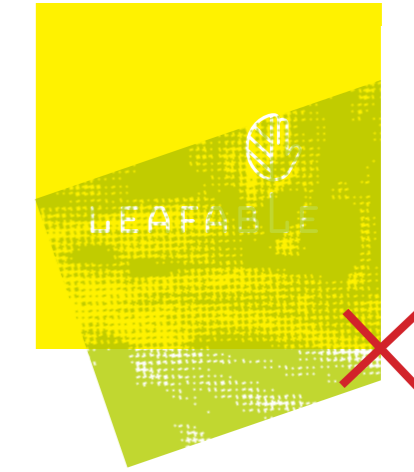


Bij een gradient moet de kleur altijd de primaire kleur groen hebben. De gradient moet op de instelling effecten > transparantie > vermenigvuldigen met 100% dekking.



De hoeken van de gradient moet altijd gelijk lopen met de randen van het logokader. De gradient moet altijd gedraaid zijn op 19 graden. Gebruik deze blauwe overlay om de gradient goed gepositioneerd te krijgen

Dont's



De gradient moet altijd lichter zijn dan de kleur van het logokader. Tenzij de kleur van het logokader sterk contrasteert met de kleur van de gradient.



De gradient moet altijd worden afgesneden aan de rechterkant van het logokader en eindigen aan de linker kant van het logokader

Typography

**Koppen
Gotham
Black
20 pt**

**Subkoppen
Raleway
Bold
12 pt**

Hoofdttekst
Raleway
Regular
11 pt

De keuze van dit lettertype.

Waarom hebben we deze lettertype's gekozen?

We hebben gekozen voor dit lettertype omdat we informeel en creatief willen ogen, maar daarnaast wel duidelijk, transparant en toegankelijk willen overkomen. Deze lettertype's zorgen volger voor een goeie balans.

Dit lettertype heeft volgens ons een uistraling die matcht met de uistraling van het merk Leafable. Het is duidelijk maar niet te gewaagd. Het trekt de aandacht maar blijft eerlijk.

Randvoorwaarden

- De lettergrootte kan variëren bij verschillende uitingen. Bij het maken van een visitekaartje zal de puntwaarde vanzelfsprekend kleiner zijn dan wanneer je een poster maakt.
- Bij het gebruiken van kleur op teksten moet dit altijd de kleur zijn van de donkere secundaire kleur. Bij het gebruiken van de primaire kleur groen valt de tekst teveel weg.



Imagery

Do's



Voor afbeeldingen gebruiken we voor nu alleen close-ups van mos en het leven wat in de mos verborgen zit. Zo laten we de variatie zien die mos kan hebben. Mos hoeft niet alleen een groene deken te zijn, laten we ermee zien.

De afbeeldingen moeten dus in volledige close-up geschoten zijn en geen kleiner formaat hebben dan 1920x1000.

Daarnaast mogen het alleen afbeeldingen zijn van mossoorten. Bloemen, bomen of bladeren die niks te maken hebben met mos mogen voorlopig niet worden gebruikt. Dit omdat de doelgroep eerst een helder beeld moet krijgen van Leafable en zijn producten. We bieden mosverf aan, geen bloemen of bomenverf.

Dont's



Er mogen geen kleurfilters over de afbeeldingen geplaatst worden.



Er mogen geen personen worden gebruikt.



Er mogen geen afbeeldingen gebruikt worden die niet in close-up geschoten zijn.



Er mogen geen bloemen, bomen of bladeren worden gebruikt als deze niks met mos te maken hebben.



Tone of voice

Tone of voice

Klanten moeten zich op hun gemak voelen bij ons product. Daarom moet de manier van praten naar de klant informeel zijn. Alsof ze praten tegen een vriend, een vriend die netjes en vriendelijk overkomt en je tegelijk advies en tips kan geven over het product.

“Deze verf verbloemd al jou mooie creaties met een prachtige paarse kleur. In de lente heeft deze mossoort prachtige bloemen, mits je het natuurlijk met genoeg water bestuift! Na de bloei periode heeft de mos alsnog een mooie mossige kleur. Deze mossoort is fel groen waardoor deze mos ook zonder bloemen een wonderschone kleur heeft!”

Icons

Gebruik iconen zoals ze hiernaast worden weergegeven, zonder rand eromheen en in deze stijl. Deze iconen worden ingezet om een tekst te verduidelijken of om een woord/tekst te vervangen met het toepasbare icoon.



Music and sounds

Gebruik geluid van de natuur. Vogels die fluiten, regen dat druppeld, de wind die door de bomen waait, dat soort geluiden. ga naar het bos en luister naar alle geluiden die je hoort. Dat gevoel vogelvrije gevoel die je in de natuur ervaart moet in dezelfde manier overgebracht worden naar de klant. Zo voelen zij zich ook vrij bij het maken van hun eigen creaties. Breng de schoonheid van de natuur over door middel van deze geluiden.

Poster

Do

Er moet altijd evenveel ruimte tussen de tekst op het kleurvlak zitten als de tekst op de afbeelding. Daarnaast moet de kleur van de tekst op de afbeelding altijd wit zijn met een slagschaduw effect van 3mm afstand, 135 graden hoek, 2mm formaat, 0% spreiding en ruis met een dekking van 75%

De hoeken van de gradient moeten altijd snijden met de rand van het kleurvak. De gradient moet altijd afgesneden worden aan de rechterkant van het kleurvlak en moet gedraaid zijn op 19 graden.

Als een product op een poster wordt geplaatst moet die altijd in de linkeronderhoek staan.



De gradient moet op dezelfde hoogte snijden met de rand van de poster als de aangeven lijnen gebaseerd op de tekst op de poster.

De gradient mag alleen over de tekst vallen waar geen afbeelding onder zit. De gradient mag dus niet zichtbaar zijn op de bovenste twee regels van deze poster.

Het logo moet altijd rechtsonder worden geplaatst op het gebied van het kleurvlak. De gradient mag niet over het logo vallen en er mag geen logo met kader of logo met zwarte letters geplaatst worden

Dont

De tekst moeten evenredig tussen de twee vlakken staan. De bovenste letters moeten een slagschaduw bevatten.

De hoeken van de gradient moeten snijden met de rand van de poster.



Er mag geen gebruik worden gemaakt van het logo met kader aangezien de achtergrond niet wit is maar een afbeelding bevat.

De gradient mag niet over letters lopen waar een afbeelding onder zit.

Verfpot



Op de verfpot is het logo en de naam van het mos het belangrijkste. Het moet direct opvallen dat het een ongewone verf is. Een verf waar mos uit groeit. Daarom is een afbeelding en de naam van het mos essentieel. Het is daarnaast belangrijk dat het logo, de gradiënt en de kleuren op dezelfde manier worden verbeeld als op andere producten. Denk hierbij aan kleur gebruik en de transparantie van de gradient.

Op de deksel van de pot wordt een uitvouwbare handleiding geplaatst waarop wordt uitgelegd hoe mossverf werkt en hoe je de verf het beste kan verfen. Ook staat daar op hoe je met Leafable in contact komt wanneer je hulp nodig hebt met het verzorgen van het mos.



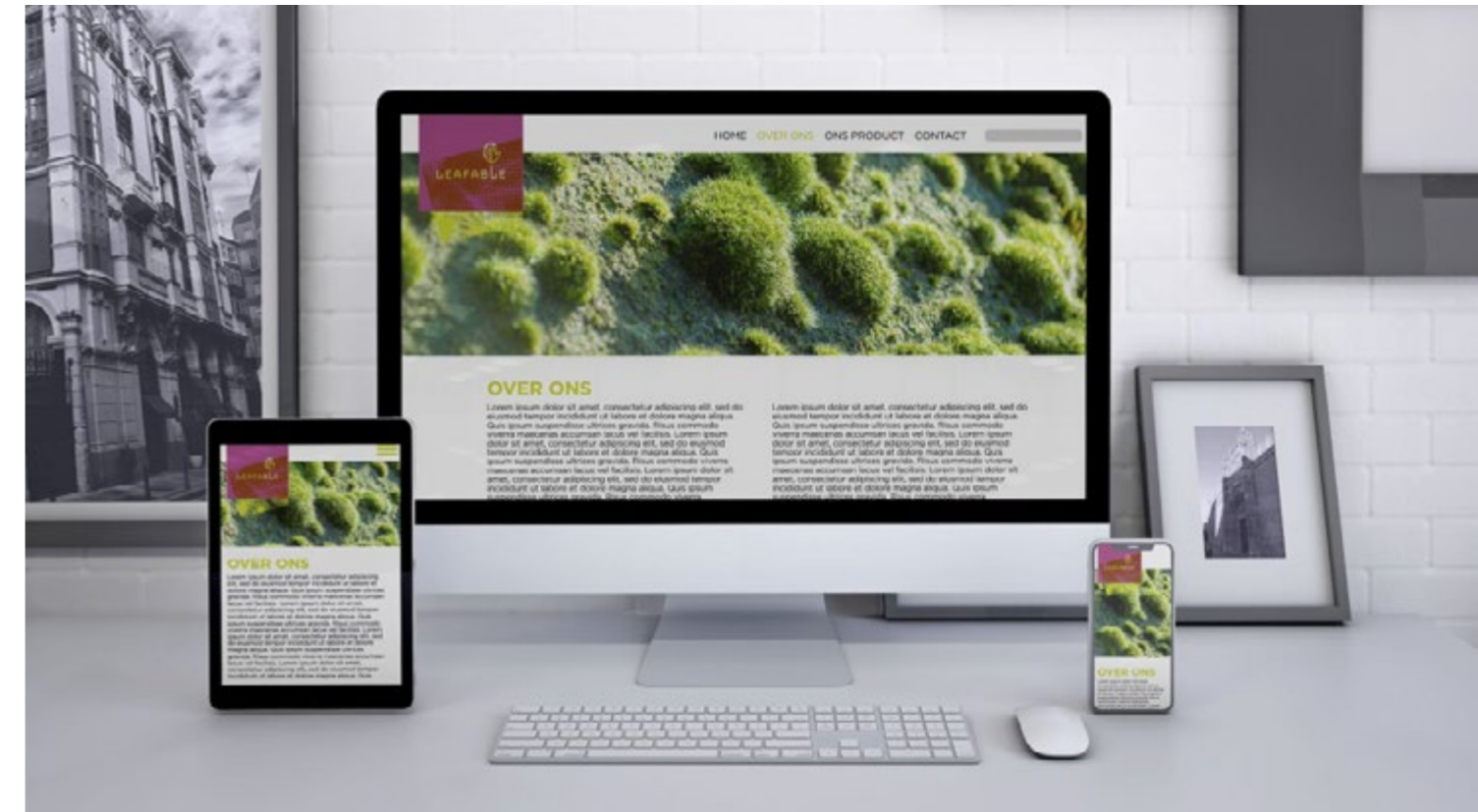
Auto reclame



Gebruik deze vorm van het logo voor bedrijfswagens. Dit omdat het er goed uitspringt. Daarnaast moet er ook verwezen worden naar de website. In de toekomst is het toegestaan om het design van de poster of verfblik terug te brengen op de auto.

Auto reclame is een goeie vorm van reclame. Dit omdat onze doelgroep zich vooral bevindt in drukke steden. In deze steden zit het dus bomvol mensen uit de doelgroep die allemaal deze auto voorbij zien komen. Als de associatie met mos dan ook wordt gelegd blijft het merk Leafable gelijk hangen.

Online elementen



De website moet voor elk gebruik in dezelfde stijl vormgegeven worden. Gebruik het secondary logo hiervoor. De site moet vooral informatie bevatten over het bedrijf Leafable, wat mossverf precies is en hoe je mossverf gebruikt. Het is belangrijk dat de vragen van de doelgroep wordt beantwoord. Zo is de kans groter dan we uiteindelijk meer producten verkopen.



LEAFABLE