

Onderzoek

eigen bedrijf

Arjan van Batenburg MV4Ab
Cecile Enzler MV4Ab

Mediacollege Amsterdam
Mediavormgever opleiding
Leerjaar 4

Examen project 1 | Huisstijl en promovideo
3 september 2020 t/m 25 september 2020

1

Voorwoord

Beste lezers,

In dit onderzoek leest u over de start van het fictieve bedrijf Creative Bape.

Dit onderzoek is afkomstig van een schoolproject die ontwikkeld is door Arjan van Batenburg en Cecile Enzler tijdens hun examenjaar op het Mediacollege te Amsterdam.

Zij volgen hier de vierjarige Mediavormgever opleiding en zijn te werk gegaan met twee Media developers uit de tweede klas van het Mediacollege.

Het is een onderzoek voor het schoolproject huisstijl en promo-video waar in de periode van 3 september 2020 tot en met 25 september 2020 aan gewerkt is.

In dit onderzoek leert u de vormgevers kennen en wordt u meegenomen met de stappen die zij genomen hebben tot het uiteindelijke bedrijf idee.

Voor vragen en/of opmerkingen kunt u contact opnemen via: creativebape@gmail.com

Lieve groet,

Het team van Creative Bape.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inhoudsopgave	4
Debriefing	5
Even voorstellen	6
Concurrenten onderzoek	8
Kernwaarden onderzoek	10
Bedrijfs keuze kernwaarde	12
Naam onderzoek	13
Logoontwerp ontwikkeling	14
Elevator pitch	15

Debriefing

Uit de briefing hebben wij begrepen dat het de bedoeling is dat wij een ontwerp bureau gaan ontwikkelen en realiseren. Hierbij is het de bedoelling dat wij vanuit een onderzoek naar elkaars kernwaarden opzoek gaan en daarop een huisstijl gaan baseren voor ons eigen ontwerp bureau. Ook is het de bedoeling dat wij na zullen moeten denken over een unieke eigenschap waardoor wij als bedrijf zullen gaan opvallen tussen de rest.

Verder hebben wij begrepen dat op de dag van presentatie er een aantal huisstijl objecten getoond moeten worden. Voorbeelden hiervan zijn briefpapier, een presentatie en visitekaartje in onze uiteindelijke huisstijl layout.

Ook hebben wij begrepen dat er uiteindelijk een promovideo getoont moet worden tijdens de presentatie, van ongeveer 25 tot 30 seconden, volledig vormgegeven in de ontwikkelde huisstijl. De promovideo word ontwikkeld voor op de website die ook gerealiseerd gaat worden in de periode van 3 september 2020 tot en met 25 september 2020, de dag van de presentatie.

Het webdesign wordt ontwikkeld in samenwerking met twee Media developers van de tweede klas. Wat in ons geval met Mike Yang en Justin Rodrigues Montoya zal zijn.

Dit alles zal uiteindelijk voor het eind van de presentatie dag ingeleverd moeten worden bij Erik Post, als pdf in een map die uiteindelijk in ZIP vorm naar e.post@ma-web.nl zal worden gestuurd.



Mijn naam is Cecile, ik ben 19 jaar oud en woon in Hoofddorp. Ik ben handig met Indesign en Illustrator maar ik kan ook goed met Html5 en Wordpress overweg. Verder ben ik van mening dat ik mij goed kan presenteren en ben ik vaak heel doelbewust en serieus. Ik vind het heerlijk om tijdens het werk een muziekje te draaien, ben altijd in voor een grapje maar durf ook aan te geven wanneer het voor mij genoeg is.

Ik wil mij graag ontwikkelen in het logo ontwerp en ik wil mij graag verbreden in mijn kennis over Wordpress.

Ik vind samenwerken fijn wanneer de andere persoon op hetzelfde level ligt. Verder houd ik er niet van als mensen je van je werk af blijven houden en als er niet serieus over een opdracht gedaan wordt kan ik mij daar enorm aan ergeren. Ik vind een gezellige samenwerking natuurlijk fijn maar tot een bepaald niveau.

Ik heb nog geen klanten contact gehad tijdens mijn werkzaamheden dus durf ik niet goed te zeggen wat ik fijn vind tijdens de samenwerking met een klant. Wel lijkt het mij fijn als de klant zijn mening durft te geven en op een lijn en open staat voor een ander zijn mening.



Ik ben Arjan, 20 jaar en ik woon in Julianadorp. Zelf ben ik handig met Photoshop, Wordpress en After effects. Ik hou ervan om er representatief uit te zien en professioneel over te komen. Tuurlijk is naast die professionaliteit ook genoeg tijd voor een grapje hier en daar.

Ook ben ik heel veel bezig met muziek. Ik luister iedere week wel naar nieuwe nummers dus mijn muzikale kennis is ook redelijk breed.

Verder zou ik me graag wat willen verbeteren in mijn illustrator vaardigheden en ook toch ergens mezelf alvast

wat meer te laten groeien in mijn 3d vaardigheden voor de vervolgopleiding dat ik hierna wil gaan volgen.

Als ik kijk naar wat ik fijn vind aan samenwerken is het vooral dat als jezelf punten gebreken hebt (wat natuurlijk altijd wel op een gebied het geval is) dat je elkaar daarin kan ondersteunen en mee helpen te groeien.

Om ook een beetje aan te sluiten bij Cecile haar tekst heb ik daarentegen wel al ervaring met klanten en heb ik ook eigenlijk full-time mee gedraaid in de winkel/lab waar ik stage liep.

Concurrenten onderzoek

Na een kort onderzoek gedaan te hebben naar wat concurrenten doen zijn wij erachter gekomen dat vele enkel ontwerp bureau's zijn en niks daarbij doen met bv 3D printen of dergelijke. Verder hebben we na een bezoek aan de websites van concurrenten gemerkt dat er een persoonlijke handdruk aan toegevoegd zit wanneer we meer over het bedrijf wilde weten.

Ook hebben we bij een aantal bedrijven gemerkt dat zij de kleur blauw, groen en geel veel terug komende kleuren zijn.

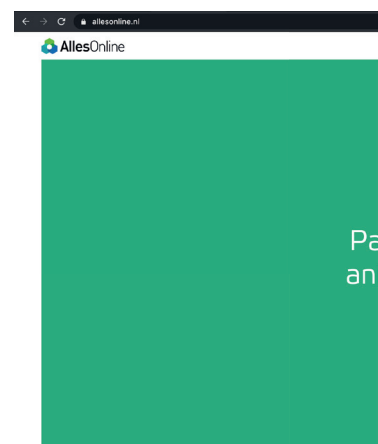
De kleur **blauw** creëert: Een gevoel van veiligheid
Vertrouwen in een merk

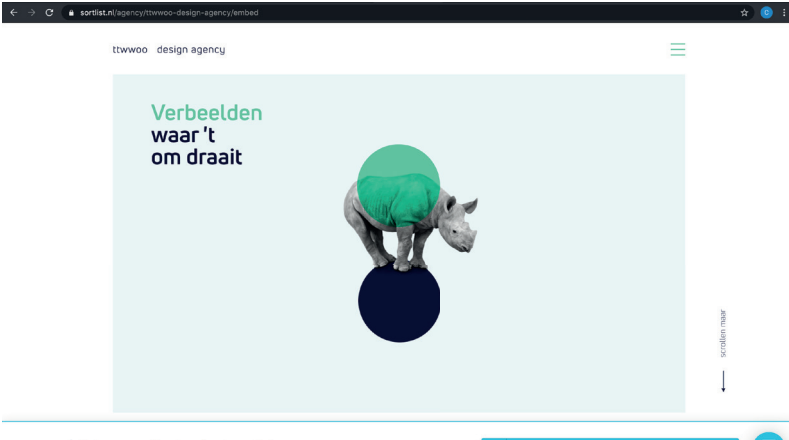
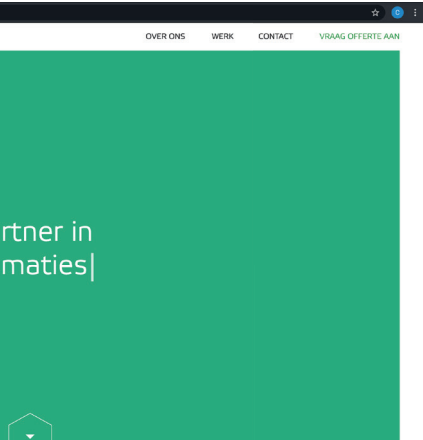
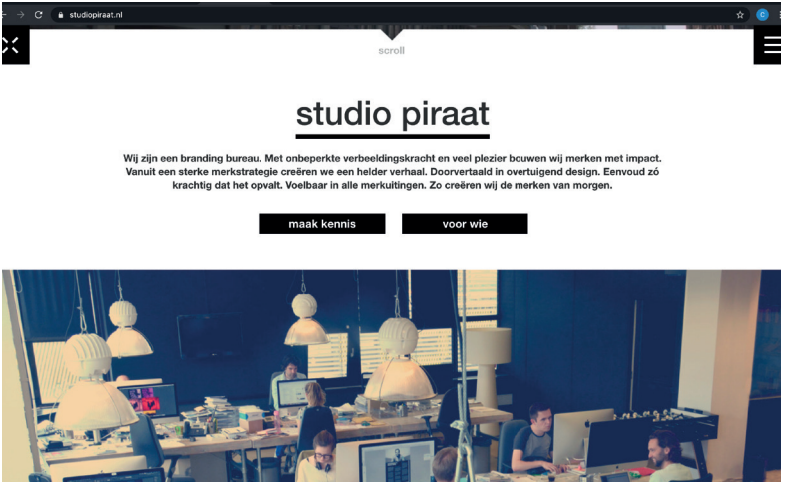
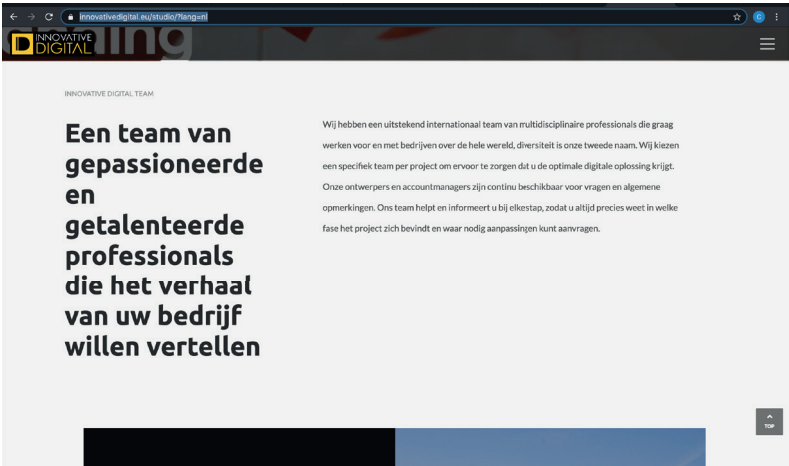
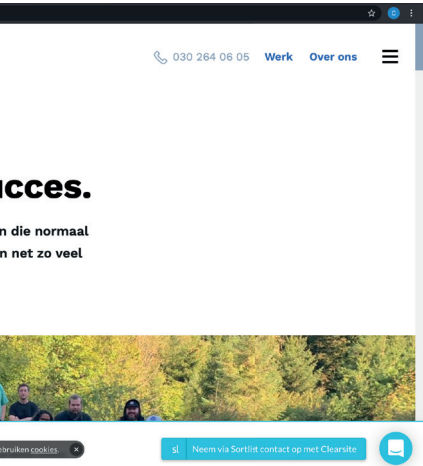
De kleur **groen** wordt: Gebruikt in winkels waar je tot rust kunt komen
Geassocieerd met rijkdom
Symbool van vruchtbaarheid

De kleur **geel** betekend: Optimisme
Zorgt voor aandacht in etalages
Staat voor duidelijkheid

(bron: <https://www.ttmcommunicatie.nl/nieuws/kleurenmarketing-kleur-kiezen>)

Het portfolio word op een aantal sites weergegeven door middel van vorige opdrachten te beschrijven en daarbij beeld te laten zien, ook word dit af en toe gesteund met een kleine samenvatting wat zij aanbieden tijdens zo een project. Verder zijn de designs van de websites die wij gezien hebben enorm "clean" rustig en vooral enorm interactief.





(bekken websites:
https://www.vallesonline.nl/over-ons - https://innovativedigital.eu/studio/2lang-nl - https://www.sortlist.nl/agency/jenk/embed - https://www.sortlist.nl/agency/clearsite-internetbureau/embed - https://www.sortlist.nl/agency/ttwwo-design-agency/embed)

Kernwaarden onderzoek

Omdat ik al 2 jaar met Arjan in de klas heb gezeten weet ik goed welke kenwaarden ik bij hem kan benoemen. Arjan is namelijk een serieuze jongen die graag netjes gekleed over straat loopt. Hij is een avontuurlijk type en een tikkeltje koppig wat hem vaak brengt naar unieke ideeën. Buiten dat Arjan weet hoe je moet genieten van het leven en een lol letje kan maken weet hij ook heel goed wat hard werken is.

Ik bewonder Arjan vaak om zijn vastberadenheid en zijn zelfverzekerdheid die hij uitstraalt. Hierdoor komt hij zakelijk over en weet hij altijd mensen mee te nemen in zijn avontuur verhalen.

De kernwaarden die ik dan ook bij Arjan vind passen zijn:

1. Zelfverzekerd.
2. Professionele uitstraling
3. Innovatief
4. Sterk communicerend

Skills van Arjan



Leerdoelen komend jaar van Arjan





Cecile ken ik nu net iets langer als 2 jaar dus weet ook wel een beetje hoe zij denkt en in elkaar steekt. Cecile is een heel vrolijk persoon en weet altijd een leuk praatje te maken met iedereen. Ook zal je dan niet ontgaan dat ze een heel leuk autootje genaamd Betty heeft! Cecile probeert altijd zo rustig mogelijk te blijven en krijgt daarvoor haar werk ook altijd makkelijk gedaan.

Wat ik zo geweldig vind aan Cecile is haar enthousiasme. Het maakt eigenlijk niet uit hoe haar dag is geweest als iemand in in haar buurt negatief oogt dan zorgt zij er voor dat diegene meegenomen word in haar positiviteit. Zij weet zelf de sfeer weer om te keren naar iets positiefs waardoor het altijd heel fijn is om met haar samen te werken.

De kernwaarden die ik goed bij Cecile vind aansluiten:

1. Persoonlijk
2. Positief
3. Innovatief
4. Sterk communicerend

Skills van Cecile



Leerdoelen komend jaar van Cecile





Innovatief

Verstaan wij onder vernieuwend, meegaan met de tijd maar ook de ambitie om bv te groeien.

Dit onderdeel vonden wij wat lastiger. Wij hadden moeite bij het idee dat je een huisstijl moest baseren op je kernwaarden. Wij zijn toch verder gekomen door een aantal stappen door te lopen.

Als eerste hebben wij de kernwaarden opgeschreven die tijdens het kenwaarde onderzoek het meeste voorbij kwamen.



Communicatie

Verstaan wij onder het communiceren naar en met de klant. Ook doelen wij hier op het luisteren naar ideeën en feedback.

Na het bestuderen van onze kernwaarden kwamen wij erachter dat we allebei innovatief een belangrijke kernwaarde vinden. Verder zijn wij allebei op communicatief gebied sterk. Ook dit is een kernwaarde waarvan wij denken dat het een sterke eigenschap is voor ons bedrijf.



Persoonlijk

Verstaan wij onder geen commercieel gedoe maar een uniek ontwerp per klant voor een juiste prijs kwaliteit verhouding.

Omdat wij vier kernwaarden over wilde houden en de overeenkomende kernwaarden gebruikt waren, leek het ons een goed idee om van ieder nog een kernwaarde erbij te plukken wat dan voor de ander misschien een mooi leerdoel is tijdens dit project.

Nadat er gesprekken gevoerd zijn met elkaar kwamen we tot het besluit dat de kernwaarde van Cecile: persoonlijk, ons een belangrijke kernwaarde leek om mee te nemen als kenwaarden van ons bedrijf. Vanaf Arjan zijn kenwaarden namen we professionaliteit mee wat wij hebben vertaald naar Kwaliteit.



Kwaliteit

Verstaan wij onder netjes afgeleverd werk en professioneel handelen.

Om voor onszelf een idee te krijgen hebben we gelijk iconen gezocht voor onze kernwaarde.

Naam onderzoek

Ons idee voor een ontwerpbureau was dat wij naast deze diensten ook graag wilden werken met het graveren van materialen.

Dit is ontstaan vanuit onze oude stage's bij een graveer bedrijf en een signing bedrijf. Wij waren zo onder de indruk van wat je allemaal kan doen met graveren en materialen dat wij dachten, dit willen wij ook doen. Zo gezegd zo gedaan!

Omdat een ontwerpbureau vaak op elkaar lijkt wilden wij op een of andere manier uitblinken in onze huisstijl. Wij wilden als idee voor de huisstijl een balans vinden tussen het graveren van materialen en het ontwerpbureau concept.

Het graveren van materialen associeren wij met een tattoo zetten. Het enige verschil hier was dat wij tatoeëren op bijvoorbeeld hout en dat een echte tattoo gezet wordt op de huid. Wij kregen al snel het idee om een tattoo look door te voeren en dat als idee aan de developers voor te stellen.

Omdat we de aandacht op het ontwerpbureau niet wilden vergeten maar niet het "tatoeëren" van materialen willen laten verdwijnen, leek het ons een gaaf idee om in de huisstijl een tattoo look te creëren. Maar een tattooshop kan door vele geassocieerd worden met associaal, stoer of mannelijk. Het is daarom belangrijk om een balans te vinden tussen een tattoo achtige maar toch nette huisstijl en naam.

Waar komt de naam Creative Bape vandaan?

Tijdens de brainstorm naar onze bedrijfsnaam, kwamen wij op de naam Creative Bape.

Om het bedrijf door de tattoo stijl niet te stoer te maken kwamen wij op het idee om het te balanceren met vrouwelijkheid, wat schoonheid of ook wel netheid uitstraalt. Hierdoor dachten wij al snel aan de woorden Creative, want dat is ons vak en Babe, wat het engelse woord voor dame is.

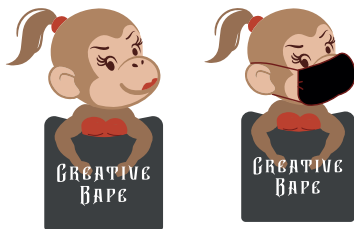
Omdat er een overvloed aan mannen in het bedrijf zit en er een feministische tint aan de naam Creative Babe zit, is deze naam niet helemaal toepasselijk voor ons bedrijf en zou je niet gelijk denken aan een ontwerpbureau. Als je er zo bij nadenkt zou ik bij een creatieve dame ook niet direct aan een ontwerp bureau denken maar eerder aan de roze buurt van Amsterdam.

Toen kwam daar ineens de gedachten om in plaats van Babe, de b te veranderen in een P. Zo kreeg je Creative Bape, niet direct vrouwelijk en een naar ons idee lekker bekkende naam die je wel onthoudt. Ons logo idee kwam dan ook al gauw op papier, een sexy aap die toch een tikkeltje stoer is!

Logoontwerp ontwikkeling

Eerste logo schets

Ons allereerste logo stond redelijk snel. De link met een sexy aap was al snel gelegd en zo zijn wij na kleuren hebben samengesteld aan de slag gegaan met het uitwerken van ons logo idee. Helaas kwamen wij er net voor de elevator pitch achter dat ons logo leuk oogde maar niet meewerkte in onze huisstijl ideeën. Wij hebben toen het logo nog een keer goed onder handen genomen en kwamen tot de conclusie dat wij het wel enorm gedetailleerd vonden voor een logo. We zijn toen aan nieuwe schetsen begonnen .



Tweede logo schetsen

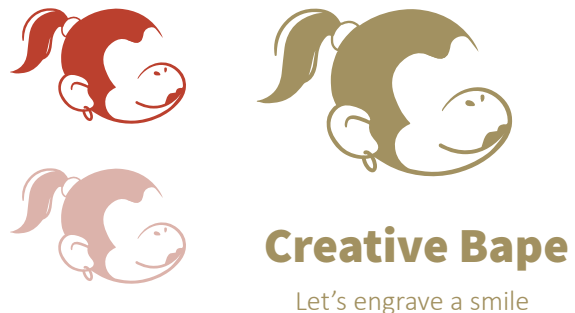
De twee schetsen hierboven waren een stap richting een volgend logo. We zijn hier al snel afgehaakt tijdens het schets proces omdat wij na feedback aan elkaar gegeven te hebben al snel terug keerde naar de eerste schets.



Derde logoschets

We zijn opnieuw gaan kijken naar het eerste concept en zijn begonnen met het minimaliseren door al de kleuren te veranderen in zwart wit. Vervolgens hebben we alle detail dingen als het mondkapje en de zak waar de aap in hangt. Toen kwamen we tot de conclusie dat de armen en de bovenkant van het jurkje totaal geen aanvulling had op het logo en besloten die ook te negeren. Op dat moment waren we redelijk tevreden met het beeldmerk wat er op papier stond. De volgende stap was om het font aan te passen. Zo hebben we gekeken naar het huidige font wat iets te veel op de tattoo stijl leek die wij juist probeerde te balanceren. Zo kwamen we op het idee om een clean font te nemen. Dit omdat een clean font meer wijst naar het neutrale ontwerp bureau maar zich samenvoegde met het stoere logo.

Na deze aanpassing vonden wij de mondlijn nog niet enorm lekker lopen en besloten deze te verdunnen tot het huidige beeld. Ook hebben wij het font bij het logo geplaatst met onze pay off en hebben wij uiteindelijk besloten om de sexy aap een oorbel te geven. En toen kwamen we uit bij onze nieuwe logo!



Aida Model: elevator pitch

Attention	Hi Goedemiddag! Wij zijn Creative Bape, misschien heb je wel eens van ons gehoord? Niet? Dat maakt zeker niet uit, dan vind je het vast niet erg als ik even een minuutje over ons vertel?
Interest	Je hebt zelf vast wel eens meegemaakt dat je een cadeau moest kopen voor iemand maar niet wist wat je moest halen. Of wilde je wat speciaal voor hem of haar doen maar wist je echt niet wat je moest verzinnen. Wij hebben een groot assortiment aan producten en we helpen ook nog eens met het maken van een ontwerp!
Desire	Wat is iets dat jezelf bijvoorbeeld wel is persoonlijk gemaakt zou willen hebben? (Bijvoorbeeld een fles, een trui, of misschien wel een) Zou je het zelf dan ook niet heel erg leuk vinden om een leuke gepersonaliseerde trui voor bijvoorbeeld je verjaardag te krijgen? Als je die trui dan ziet weet je gelijk ook weer van “oh ja die had ik van (bijv. naam klant) gehad” Dat is toch leuk? Wij gaan dus echt met jou aan tafel zitten net als bij een tattoo shop om een mooi ontwerp te bedenken alleen in plaats van op je lichaam kan je het op een object laten graveren, borduren of drukken.
Action	Weet je wat we doen? Als je een keer langs komt gaan wij samen met jou een leuk ontwerp bedenken voor op de (eerder opgegeven product die ze wilde personaliseren). Klinkt goed toch?! Dan zien we je wel een keer verschijnen bij Creative Bape.De Tattoo shop voor objecten/cadeau's/etc. Let's engrave a smile!

1