

Din visuelle profil

Vår prosess frem til ferdig resultat



Visuell profil

Omfanget av en visuell profil kan variere. Noen har enkle, begrensede behov mens andre har behov for å tenke litt større. I dette dokumentet har vi listet opp de viktigste stegene vi følger i utformingen av en mellomstor grafisk identitet.

1. Forberedelse og Research

- **Forstå merkevaren:** Vi starter med å forstå bedriftens visjon, misjon, verdier og målgruppe. Dette kan inkludere intervjuer med nøkkelpersoner og gjennomgang av eksisterende markedsføringsmateriell.
- **Markedsresearch:** Vi gjør oss kjent med konkurrenter og markede for å finne ut hva som fungerer og hva som ikke fungerer.
- **Målgruppeforståelse:** Vi undersøker målgruppen(e) for å forstå de bedre, deres behov, ønsker og adferd bedre.

2. Konseptutvikling

- **Inspirasjon og Moodboards:** Vi samler inspirasjon fra ulike kilder og lag moodboards som visualiserer ønsket stil, følelse og tone for merkevaren.
- **Brainstorming og Idéutvikling:** En kreativ sesjon sammen med kunde blir gjennomført for å generere ideer og konsepter. Forskjellige retninger blir utforsket og vi velger den som skal videreutvikles.

3. Designprosess

- **Logodesign:** Ideutkast til logo. Dette inkluderer valg av typografi, eventuell symbolikk og farger. Logoen blir evaluert og deretter finpusset for å komme frem til optimalt resultat. Logodesignet blir så presentert for kunden.
- **Fargepalett:** Vi kommer med forslag til fargepalett som passer merkevarens identitet og appellerer til målgruppen.
- **Typografi:** Fonter som passer til merkevarens tone og stil blir valgt.
- **Grafiske elementer:** Forslag til eventuelle visuelle elementer som ikoner, mønstre og illustrasjoner som kan brukes på tvers av ulike medier blir tegnet/designet.

4. Implementering og Testing

- **Mockups og Prototyper:** Lag mockups og prototyper for å vise hvordan identiteten vil se ut i ulike kontekster, som nettsider, visittkort, emballasje og sosiale medier.
- **Tilbakemelding og Revisjoner:** Vi samler tilbakemeldinger fra kunden og gjør nødvendige revisjoner for å finjustere designet.

5. Dokumentasjon og Retningslinjer

- **Brand Guidelines:** Den nye grafiske identiteten blir grundig beskrevet i en merkevaremanual. Dette inkluderer regler for logoanvendelse, fargekoder, typografi og andre visuelle elementer.
- **Malverk:** Maler for vanlige behov, som presentasjoner, brevpapir, annonser og sosiale medieinnlegg blir utviklet etter behov og overlevert kunde.

6. Lansering og Implementering

- **Intern Lansering:** Vi presenterer den nye grafiske identiteten til ansatte og samarbeidspartnere for å sikre at alle er kjent med og forstår den nye identiteten.
- **Ekstern Lansering:** Den nye identiteten blir rullet ut til publikum gjennom oppdatering av nettsider, sosiale medier og andre kommunikasjonskanaler.
- **Oppfølging:** Merkebaremanualen blir oppdatert og videreutviklet etter behov.

Kontakt oss om du har spørsmål rundt visuell profil:

DOGHOUSE
v/Knut Gangåssæter
Grafisk design og illustrasjon

knut@doghouse.no

Tel: 92 42 70 38

www.doghouse.no