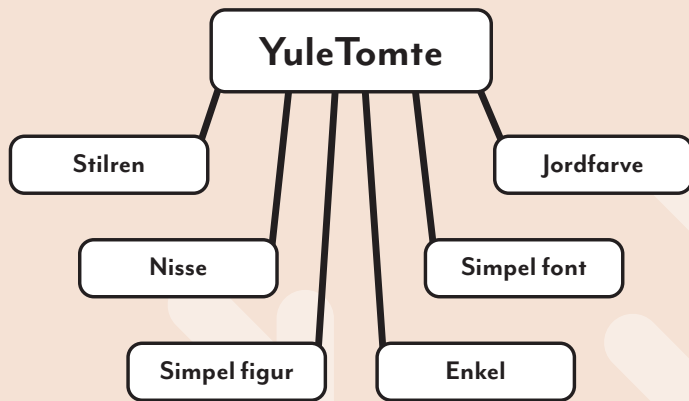


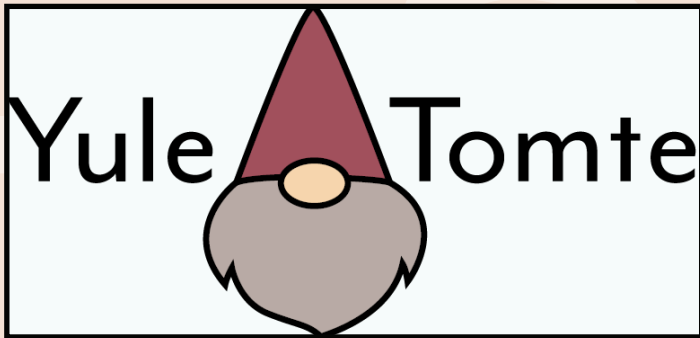
Dokumentation – YuleTomte

Brand identitet – enkel og stilren

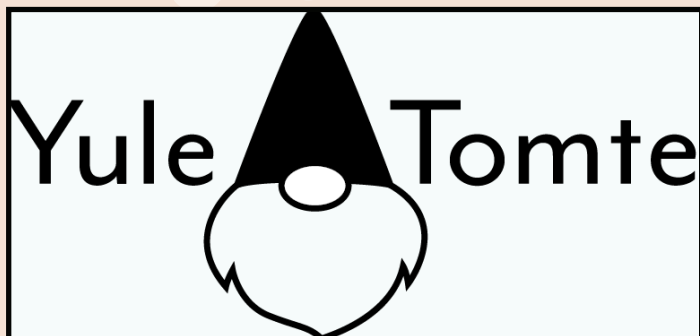


Den røde tråd i min fremstilling af alle tre elementer er bygget på enkelte former, simple tekst og få og nedtonet "Jord" farver.

Logo



Bomærke med rød i produktet var væsentlig. Den spidse hue, den runde næse og det pjuskede skæg, blev hurtigt rammen for logoet og en masse forskellige huer og skæg blev skitseret ned og senere afprøvet. Jeg fandt at hue kanten på huen, uden tvivl skulle vænne op ad, hvis nissen kigger op i stedet for ned, skaber det en større glæde end den sorgmodige nedadvendte hue.



Derudover skulle formen være tilpas enkel, så den uden tvivl kunne genkendes i sort og hvid, derfor er bomærket skabt uden andre detaljer end de tre elementers ydrekanter. Med

baggrund i det simple har jeg udvalgt en rød og brun jordfarve som signatur farver i logoet og grøn og beige som sekundære farver til brug på plakater og web. Fonten er en simple sans serif, som specielt et tydeligt i t'et, som står som et enkelt kors. Sæmpelhed er nøgleordet og hele logoet er udført på baggrund af dette.

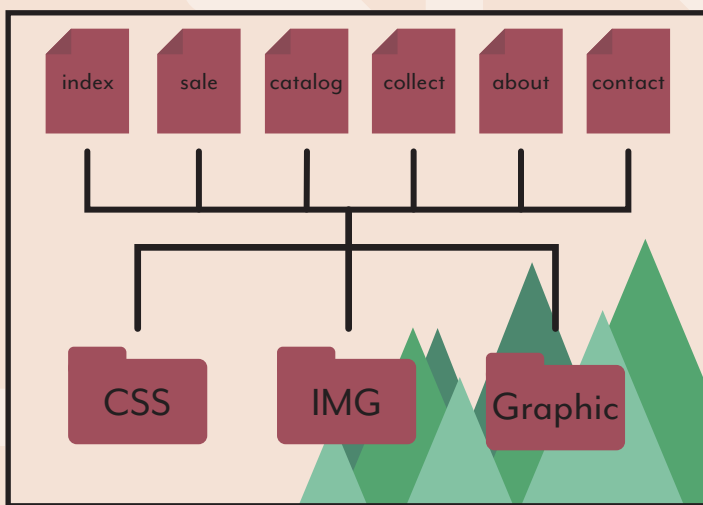
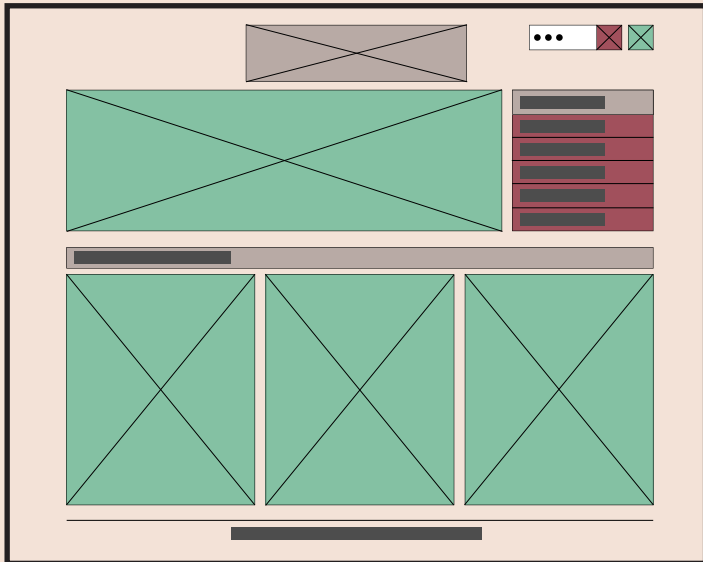
Plakat

Bygget på samme grundprincipper, den røde tråd, er plakaten skabt i de nøjagtig samme farver som logoet i samspil med de to sekundære farver.

Det samme gælder font, dog er der skabt hierarki i teksten, hvor fx "Sweden" får lov til at stå mere frem trods bundplaceringen, da "swedish-design" er en del af brandet. For at vedligeholde enkelthed er de nye illustrationer skabt i så enkelt et udtryk som muligt. Grantræer, som en enkelt trekant, hvor farven får lov til at være vigtig. Snefnugget en smule kompliceret, da det er kendetegnet ved disse, her er farven dog ikke vigtig for forståelsen.



Web



Landing page, som er skabt med udgangspunkt i Chrome, låner de samme illustrationer og farver, som bruges på plakaten. På den måde er der overensstemmelse mellem det trykte og det digitale og kunden er ikke i tvivl om, at de to ting hænger sammen, også uden at se logoet. Fonten er dog en alm. Sans serif font, da den brugte font ikke er tilgængelige for alle, som åbner hjemmesiden, vurderer jeg at det er vigtigt at bruge en nem tilgængelig font, for en større brugervenlighed.



Da det er et landing page, har jeg udstillet nogle nisser, som ved klik vil viderestille til en side, hvor den nisse er beskrevet og kan lægges i kurv. Samt inkluderet en webannonce, som med tiden kan udskiftes i forhold til arrangementer eller ud-salg.