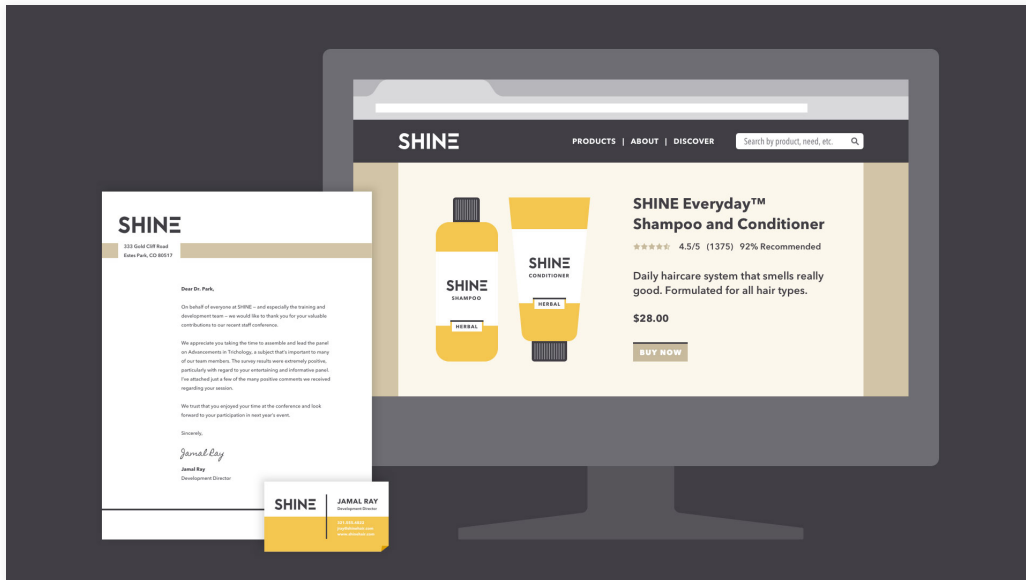
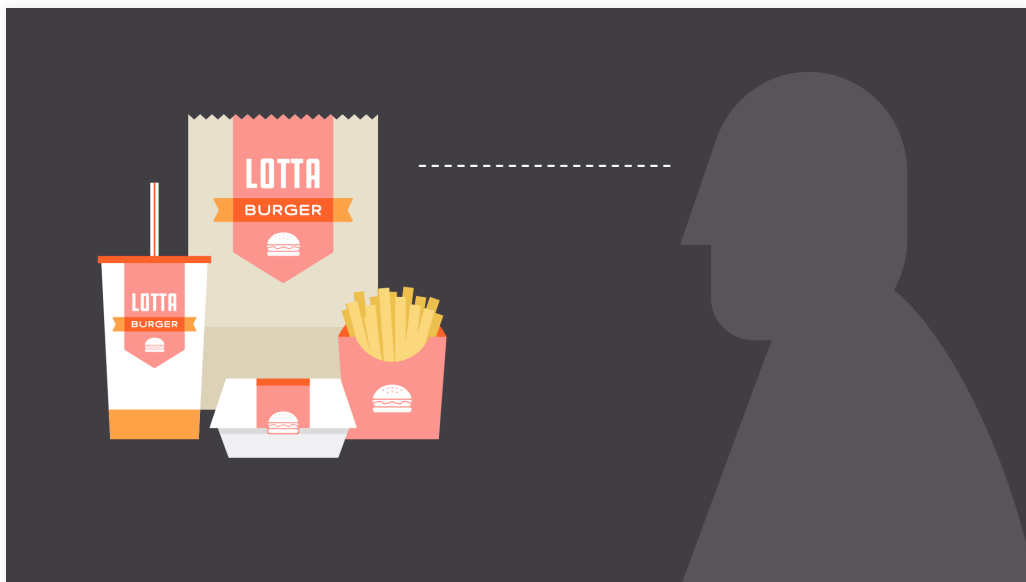


## Beïnvloeden door middel van design

Branding en visuele identiteit zijn **overal om ons heen**. Kijk goed, en je vindt ze op websites, productverpakkingen en verschillende soorten advertenties. Zelfs persoonlijke items, zoals documenten en visitekaartjes, dragen een of andere vorm van identiteit.



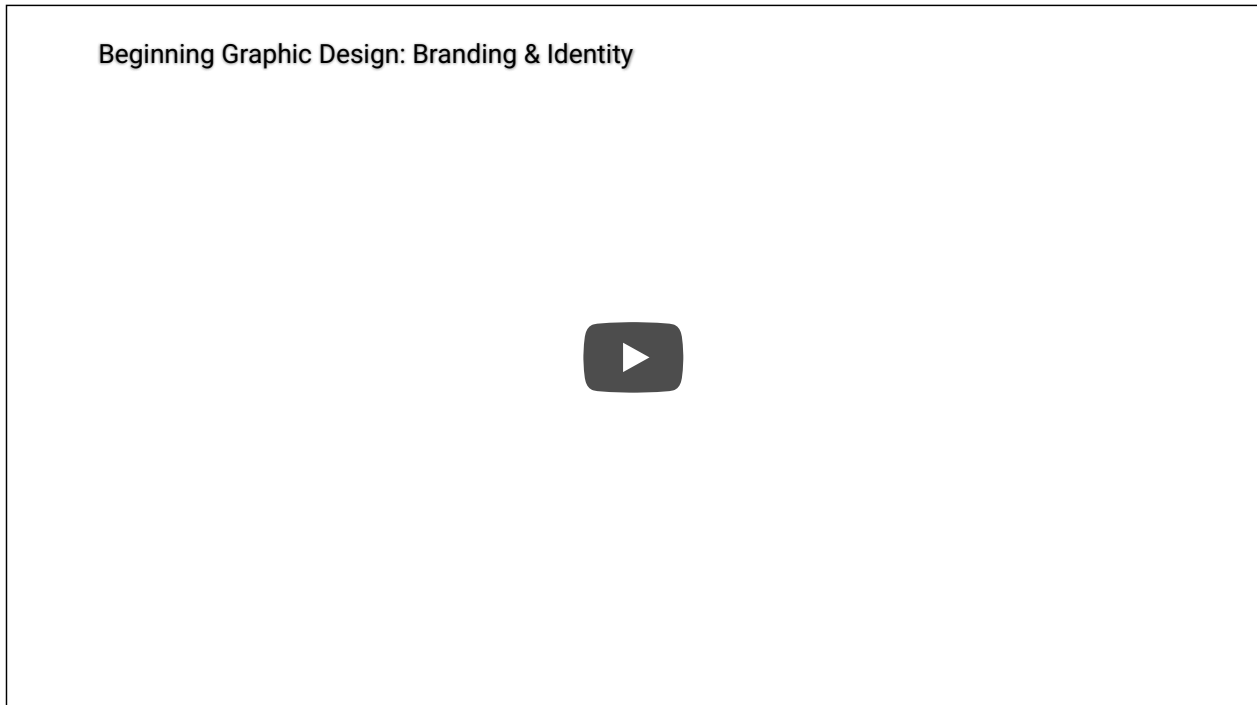
Simpel gezegd, **branding** is wat andere mensen denken- over u, uw bedrijf, uw product, of uw service. **Visuele identiteit** is hoe dat merk eruit ziet, van uw logo tot uw kleurkeuzes en nog veel meer.



Sterke visuals kunnen zeer overtuigend zijn. Denk aan je eigen ervaringen als **consument**. Heb je ooit gekozen voor een product gewoon omdat je graag de manier

waarop het eruit zag? Inzicht in visuele identiteit kan u helpen om meer **doordachte ontwerpbeslissingen** te nemen, ongeacht uw rol, medium of vaardigheidsniveau.

Bekijk de video hieronder voor meer informatie over branding en identiteit.



## Een kijkje op visuele identiteit

Visuele identiteit is een soort **voorbeeld** van je merk. Elk deel van uw ontwerp is een aanwijzing die de kijker vertelt wat ze kunnen verwachten. Uw esthetiek kan traditioneel, modern of een beetje meer die er zijn- elk merk is anders. Wat er ook gebeurt, al uw ontwerpelementen **werken samen** om precies te laten zien waar uw merk over gaat.



Natuurlijk, het is niet allemaal zakelijk. U het concept van identiteit toepassen op bijna **elk type project**, inclusief persoonlijke ontwerpen. Of u nu uw CV bijwerkt of op zoek

bent naar manieren om uw blog te verbeteren, er zijn veel voordelen aan het hebben van een consistente visuele stijl.



Sommige bedrijven gebruiken een echte **stijlgids** om hun merk consistent te houden. Als je net begonnen bent met design, is het ok om een meer casual aanpak te nemen.



De belangrijkste componenten van de visuele identiteit zijn **logo, kleur, typografie** en **afbeeldingen**. Lees verder voor meer informatie.

## Logo

Een logo is wat **uw merk identificeert** met behulp van een bepaald merk, typeontwerp of beide. De meest effectieve logo's zijn meestal vrij eenvoudig- iets wat kijkers zullen herkennen en onthouden.



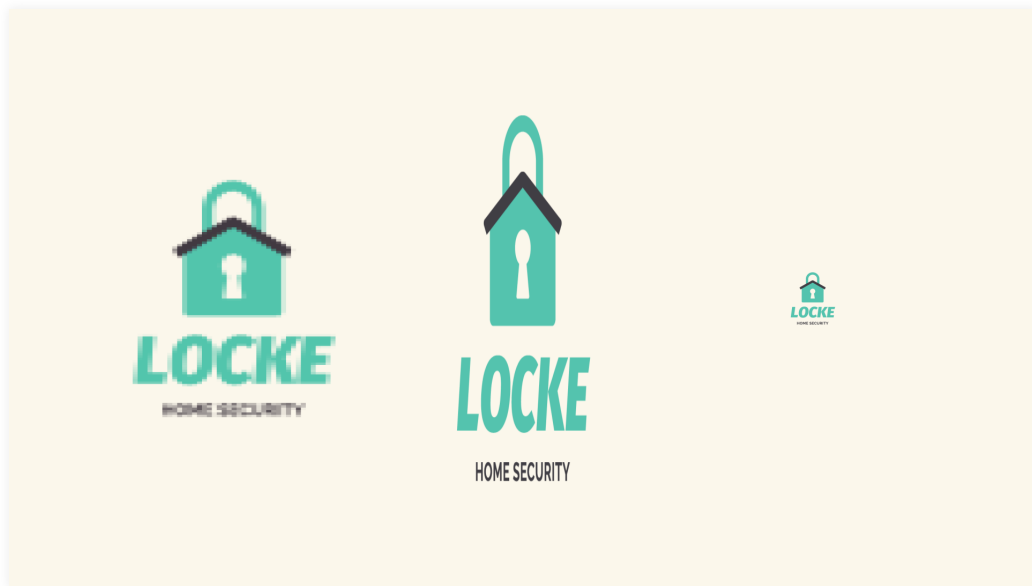
Elk element van uw logo draagt bij aan uw **merkidentiteit**, inclusief uw lettertypekeuze, kleuren en andere afbeeldingen. Verander zelfs een van deze elementen, en het kan een grote impact hebben op de manier waarop uw merk wordt waargenomen.



In de praktijk zijn logo's **overall**. Je vindt ze in bedrijfsinstellingen, maar ook in bedrijfsinstellingen, en vertegenwoordigt kleine bedrijven, freelancers en andere ondernemers. Een logo lijkt veel op een letterlijk **merk**- het is hoe mensen komen om u te herkennen en uw product of dienst te identificeren.



Daarom is het belangrijk om het verstandig te gebruiken. Een logo dat korrelig, vervormd of te klein is om te lezen, kan kijkers de **verkeerde indruk** geven. Hieronder vindt u een aantal voorbeelden van bestanden van lage kwaliteit.



Om dit te bestrijden, bewaar je een **master digitale kopie** die scherp, hoog van kwaliteit en groot genoeg is voor elk project. Op deze manier bent u voorbereid op alles wat zou kunnen komen langs, of het nu een kleine lettertjes baan of iets veel, veel groter.

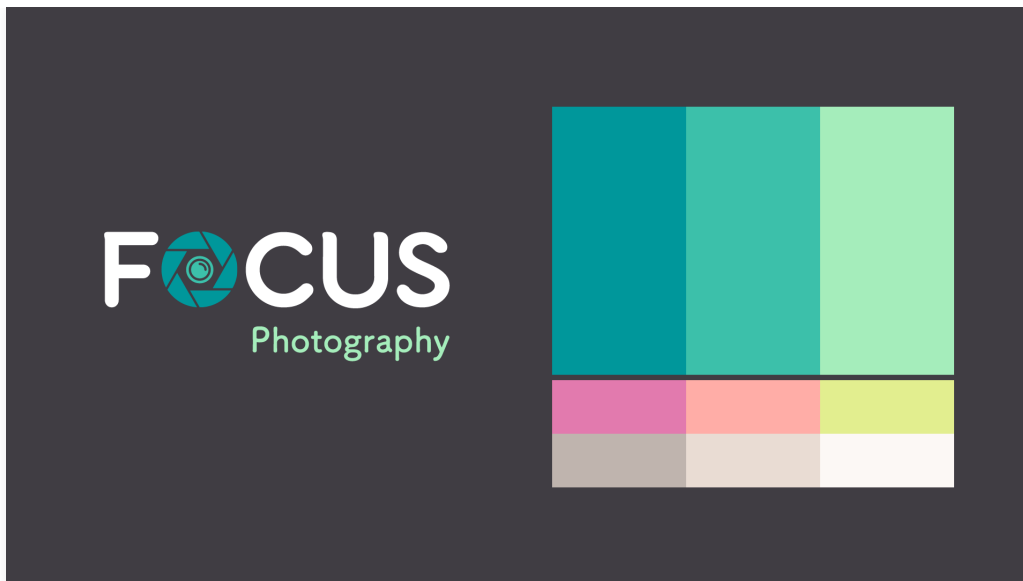


## Kleur

Kleur helpt uw merk op een zeer krachtige manier **te definiëren**. Het maakt niet alleen een sterke indruk op de kijker, maar het creëert ook een gevoel van eenheid bij gebruik in meerdere projecten of platforms.

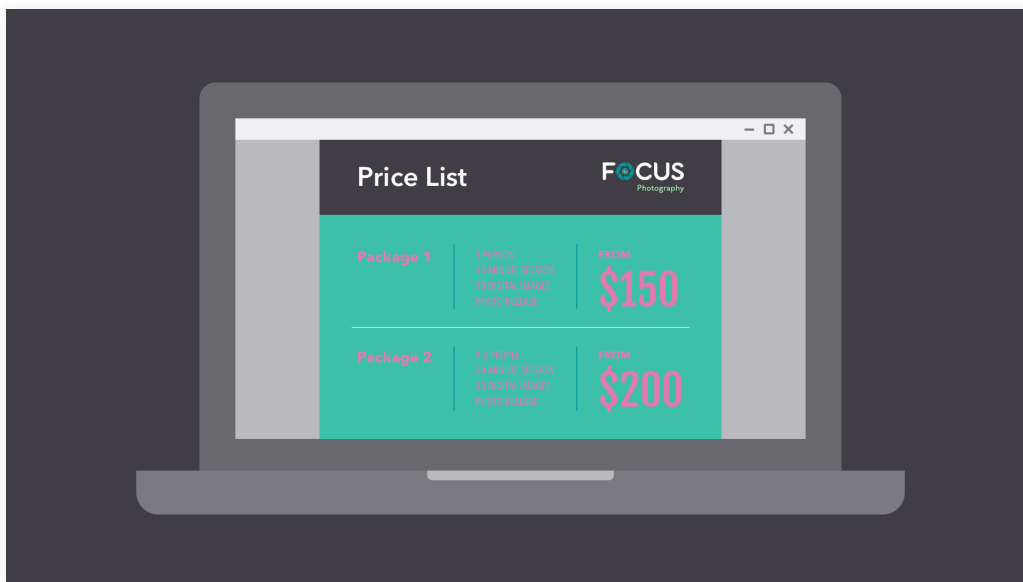


De meeste merken ontleen hun belangrijkste kleuren rechtstreeks aan het **bedrijfslogo**. Extra kleuren kunnen u helpen het hoofdpalet **uit te breiden** en de persoonlijkheid en stijl van uw merk verder te definiëren.

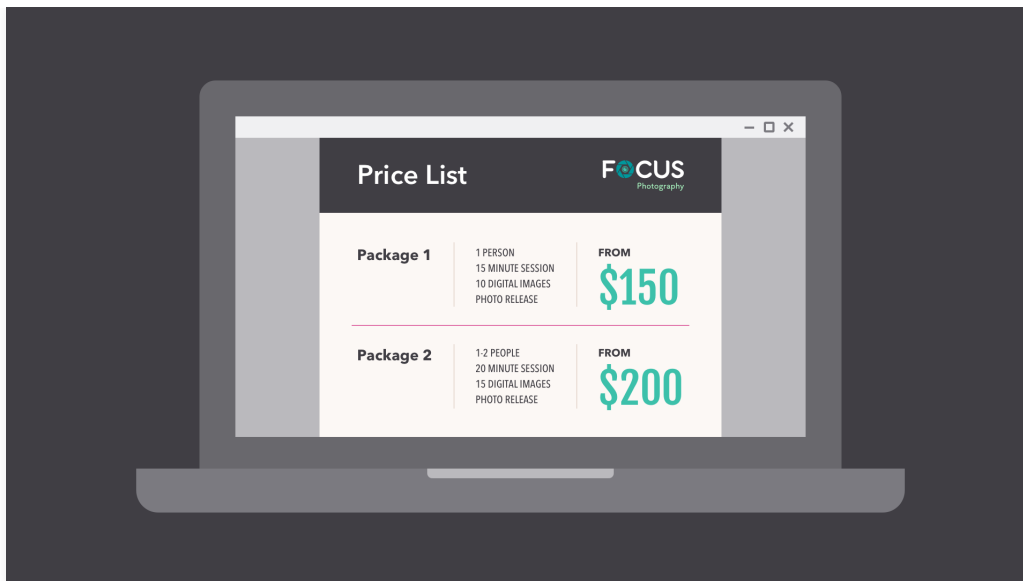


Er zijn veel manieren om merkkleuren te gebruiken. Wees voorzichtig niet te gaan overboord of negeren algemeen aanvaarde ontwerpnormen. Goed kleurgebruik is alles over **matiging**.

Vermijd **veelvoorkomende valkuilen**, zoals kleuren die trillen of kijkers afleiden van je werk. Bijvoorbeeld, in de afbeelding hieronder, de tekst botst met de achtergrond, waardoor het moeilijk te lezen.



Zorg ervoor dat **u neutrale punten** opneemt in uw kleurenpalet, zoals zwart, grijs, wit of off-white. Op deze manier, wanneer u de kleuren van uw merk te gebruiken, ze echt opvallen.



## Typografie

Tekst is een van de eenvoudigere aspecten van identiteit, maar het kan verrassend **expressief** zijn. Alles wat nodig is is een ander lettertype, en je subtiel (of niet zo subtiel) veranderen het hele gevoel van uw merk.



De meeste merken kiezen **twee tot drie lettertypen**- vaak geïnspireerd door het logo - voor eenvoudig, dagelijks gebruik. Creatieve lettertypen moeten ook met zorg worden gekozen en moeten een weerspiegeling zijn van uw unieke visuele identiteit.

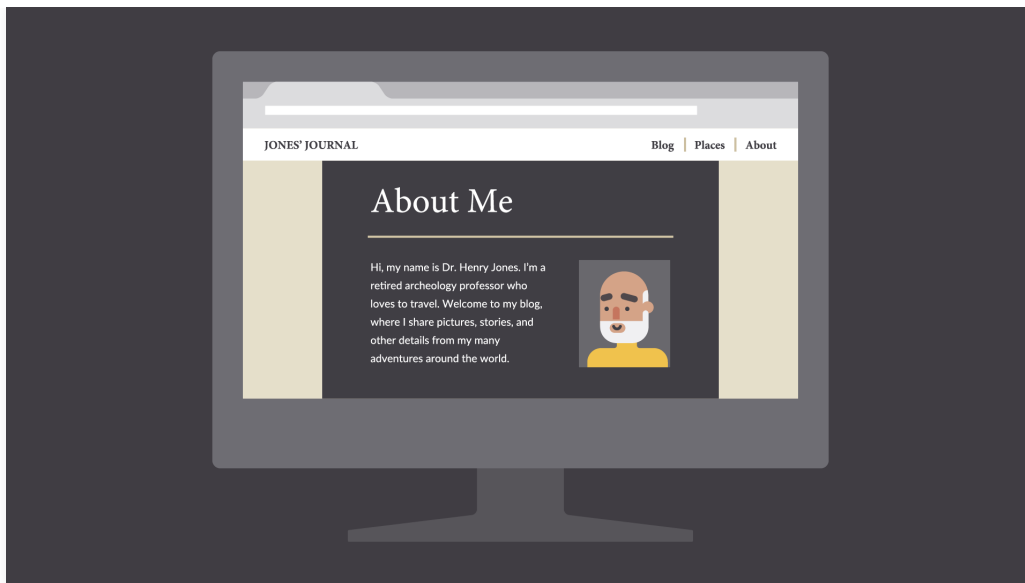




Er zijn bepaalde lettertypen die professionals weten te **vermijden**- lettertypen die ooit populair waren, maar die nu worden beschouwd als verouderd en overused. De lettertypen hieronder zijn beruchte voorbeelden.

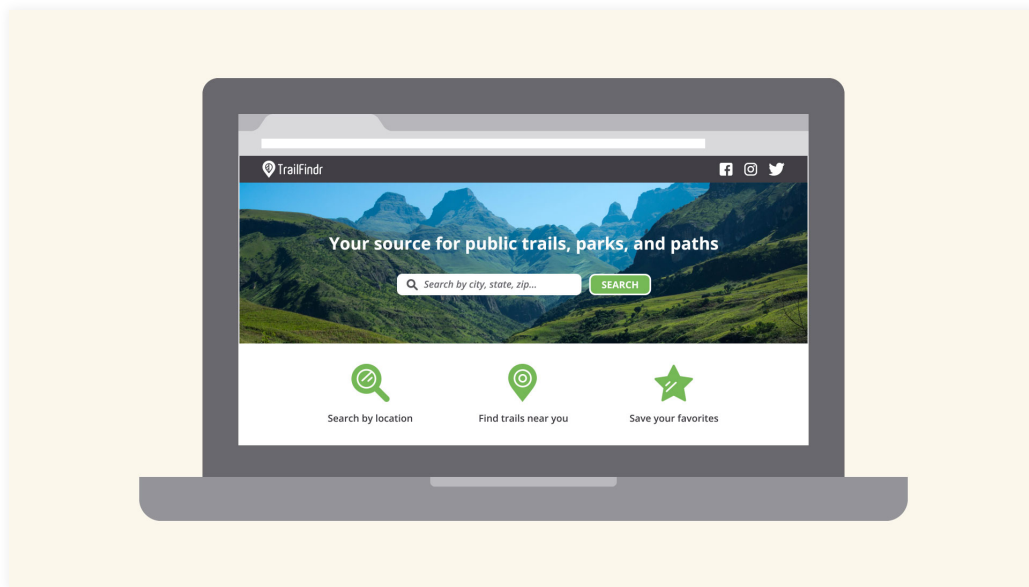


Bij twijfel, een meer **tijdloze, ingetogen** lettertype is minder waarschijnlijk afbreuk te doen aan uw bericht. Uw lettertypekeuze moet een aanvulling zijn op uw merk, maar nog steeds actueel en professioneel zijn.

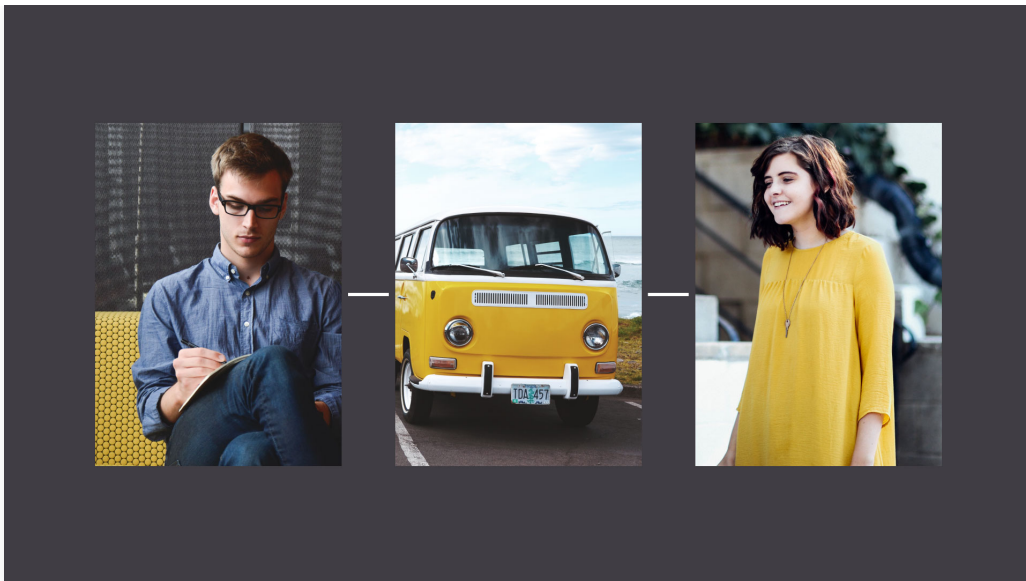


## Afbeeldingen

Beelden zijn een groot deel van het bouwen van een **unieke identiteit**. Elke foto, afbeelding, pictogram en knop is een kans om uw merk te presenteren en vorm te geven aan de manier waarop het wordt waargenomen.



In professionele instellingen worden afbeeldingen meestal speciaal **voor het merk** gemaakt; bijvoorbeeld afbeeldingen in een catalogus of afbeeldingen in een app. Als u niet beschikt over de luxe van deze, u vergelijkbare resultaten te krijgen door het kiezen van beelden met een subtiele **door lijn**; bijvoorbeeld een kenmerkende kleur of vergelijkbare stijl.



Belangrijker nog, vermijd beelden die generiek of duidelijk geënceneerd aanvoelen. Dit is moeilijk als u vertrouwt op aandelen van **derden**, maar er zijn manieren om uw merk te onderscheiden.



Vermijd afbeeldingen die **geen context** hebben of die vaak worden weergegeven in de ontwerpen van **andere merken**. Neem de foto hieronder. Sommige kijkers vinden het misschien off-putting als gevolg van de gedwongen pose en kunstmatige achtergrond.



Kies in plaats daarvan afbeeldingen die **echt** lijken en die authentieke mensen, plaatsen en dingen bevatten. De beste beelden zijn de belichaming van uw unieke standpunt. Ze geven aan hoe je gezien wilt worden als mensen aan je merk denken.



## Alles bij elkaar zetten

Visuele identiteit is niet alleen een marketingtool. Het is een manier van kijken naar design dat veel van het giswerk verwijdert. Met een **duidelijke visie op uw merk**, weet u precies welke kleuren, lettertypen en afbeeldingen te gebruiken. U consistente werken maken die kijkers zich zullen herinneren.



We hopen dat je genoten hebt van het leren over branding en identiteit!

Bekijk de rest van onze grafisch ontwerponderwerpen, waaronder:

- ▶ **Typografie**
- ▶ **Kleur**
- ▶ **Indeling en samenstelling**
- ▶ **Afbeeldingen**
- ▶ **Fundamenten van design**