

Brand Concept

Knuffelbeer







Brand Concept

VOOR CONTINUÛTEIT EN RICHTING

Door Sanneke en Lara

In dit brand concept vind je de huisstijl en
invulling van Knuffelbeer.



Probleemstelling

WAT GEBEURT ER NU NOG NIET/WEINIG?

Op dit moment zetten jongeren (18 t/m 25 jaar) zich niet tot weinig in voor stichtingen gericht op (ernstig) zieke kinderen. Een gedeelte doet dit nog onbewust; een keer statiegeld in een goede doelen ton gooien, eenmalig geld doneren tijdens een collecte, etc.

Uit onderzoek is gebleken dat jongeren namelijk weinig tijd, geld en kennis hebben om de drempel over te gaan en zich in te zetten voor stichtingen zoals Hartekind en De Inkleur Porsche.

Doelstelling

WAT GAAN WIJ HIERIN BETEKENEN?

Ons doel is om jongeren (18 t/m 25 jaar) zich in te laten zetten voor stichtingen die zich richten op (ernstig) zieke kinderen. Hierbij ligt de focus op jongeren studierend aan Laan van Scheut 10 van de HAN in Nijmegen.

Dit gaan wij doen door middel van campagnes en acties. De campagnes zullen de jongeren voorzien van de informatiebehoefte en acties tonen. De acties zijn daarnaast laagdrempelig en laten zien dat het weinig tijd en geld hoeft te kosten om je in te zetten voor een ander. Dit gebeurt grotendeels online, maar ook offline wordt meegenomen in het campagneplan.

Dit doel valt onder 'Bewustwording' en 'Gedragsverandering'.

Persona

SANNE

- Geslacht: Vrouw
- Leeftijd: 22 jaar
- Studie: HAN Laan van Scheut 10 in Nijmegen
- Woonplaats: Gelderland
- Socials: Instagram, Tiktok, Snapchat en LinkedIn
- Nieuws: via socials, apps en sites van de nieuwskanalen
- Podcasts: Wekelijks met veel kletspraat
- Televisie: Wekelijks
- Radio: Wekelijks naar Q-Music
- Vrijwilligerswerk: Nee
- Donaties: Geen tot weinig (+/- €5)
- Wens: Ik zou kinderen graag helpen die het moeilijk hebben
- Drempels: Weinig tijd, geld en kennis over stichtingen
- Benodigheden: Informatie over de stichting en het gelddoel en meer budget



Identiteit

VERTROUWEN

Wij benadrukken dat ook als jongere veel impact gemaakt kan worden. Op dit moment zit hier nog een hoge drempel. Deze verlagen we door hen volledig vertrouwen te geven in hun kunnen en kracht.

SAMEN

Samen staan we sterk. Samen kunnen we meer verschil maken. Alle kleine beetjes maken samen een grote impact.

TOEKOMSTGERICHT

Impact is niet altijd direct zichtbaar. Hulp in bijvoorbeeld de vorm acties biedt zieke kinderen een positievere toekomst. Onderzoek wordt hierdoor uitgebreider mogelijk en ook het maken van speciale herinneringen blijkt een optie voor hen.

Buddy de Knuffelbeer

DE ROL VAN DE MASCOTTE

Buddy representeert de (ernstig) zieke kinderen die in aanraking kwamen met een van de stichtingen. Op deze manier worden de kinderen indirect betrokken bij de campagne. Een knuffelbeer vormt namelijk de veilige haven, een vertrouwd beeld, voor deze groep in bijvoorbeeld het ziekenhuis. Zij ervaren steun aan zoiets als hun favoriete knuffel. Daarnaast sluit de knuffelbeer naadloos aan op de waarden 'Samen' en 'Vertrouwen'.

Brandvoice

Door de waarden en de boodschap van het merk, maken we gebruik van de aanspreekvorm 'je' en zullen vooral elementen zoals 'vertrouwen', 'samen', 'jij kan' en 'alle kleine beetjes helpen' terugkomen in het taalgebruik van het merk.

Dingen zoals straattaal en overmatig gebruik van Engels worden daarentegen zoveel mogelijk vermeden. Er wordt dan ook gebruik gemaakt van correct Nederlands.

Logo



Standaard logo



Beeldmerk

Lettertypen

- Titels
- Onder-/Websitetitels
- Tekst

Abril Fatface

Inter

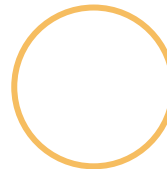
Inter



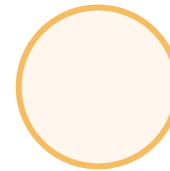


Kleurgebruik

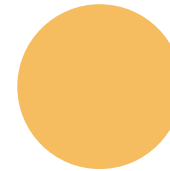
#FFFFFF



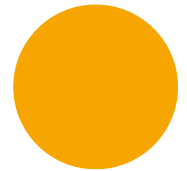
#FFF7ED



#F6BD60

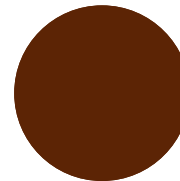


#F7A500

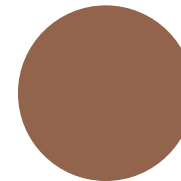


TEKST

#5C2405

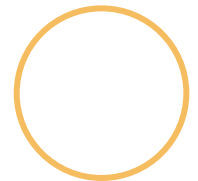


#91644B



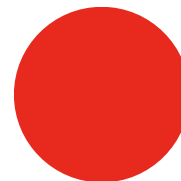
TEKST

#FFFFFF



DETAILS

#E7291E



Stakeholders

Stichtingen

- Stichting De Inkleur Porsche
- Stichting Over the Rainbow for Maud
- Stichting Hartekind
- Stichting Vlinderkind

Scholen

HAN Nijmegen, met de focus op Laan van Scheut 10:

- Kapittelweg 33
- Kapittelweg 35
- Laan van Scheut 2
- Laan van Scheut 10
- Verlengde Groenestraat 75
- Groenewoudseweg 1
- Heyendaalseweg 141
- Prof. Molkenboerstraat 3
- Philips van Leydenlaan 25
- Heyendaalseweg 121

Brand board







