

Case Study Social Media Template

*Voor het verbeteren van de
naamsbekendheid*



**11 leukste festivals
in september**



**Festivals bereiden
zich voor op de hitte**

**Naam: Niels Kassenberg
Studentnummer: 200479
Klas: 4WDS2
Opleiding: Mediavormgeving - Webdesign**

**Stagebegeleider: Marieke Kleinhesselink
Stagebedrijf: Festival Fans
Praktijkbegeleider: Bram Vermeulen**

**Periode Case study: september t/m oktober
Inleverdatum: 13 oktober**

Inhoudsopgave

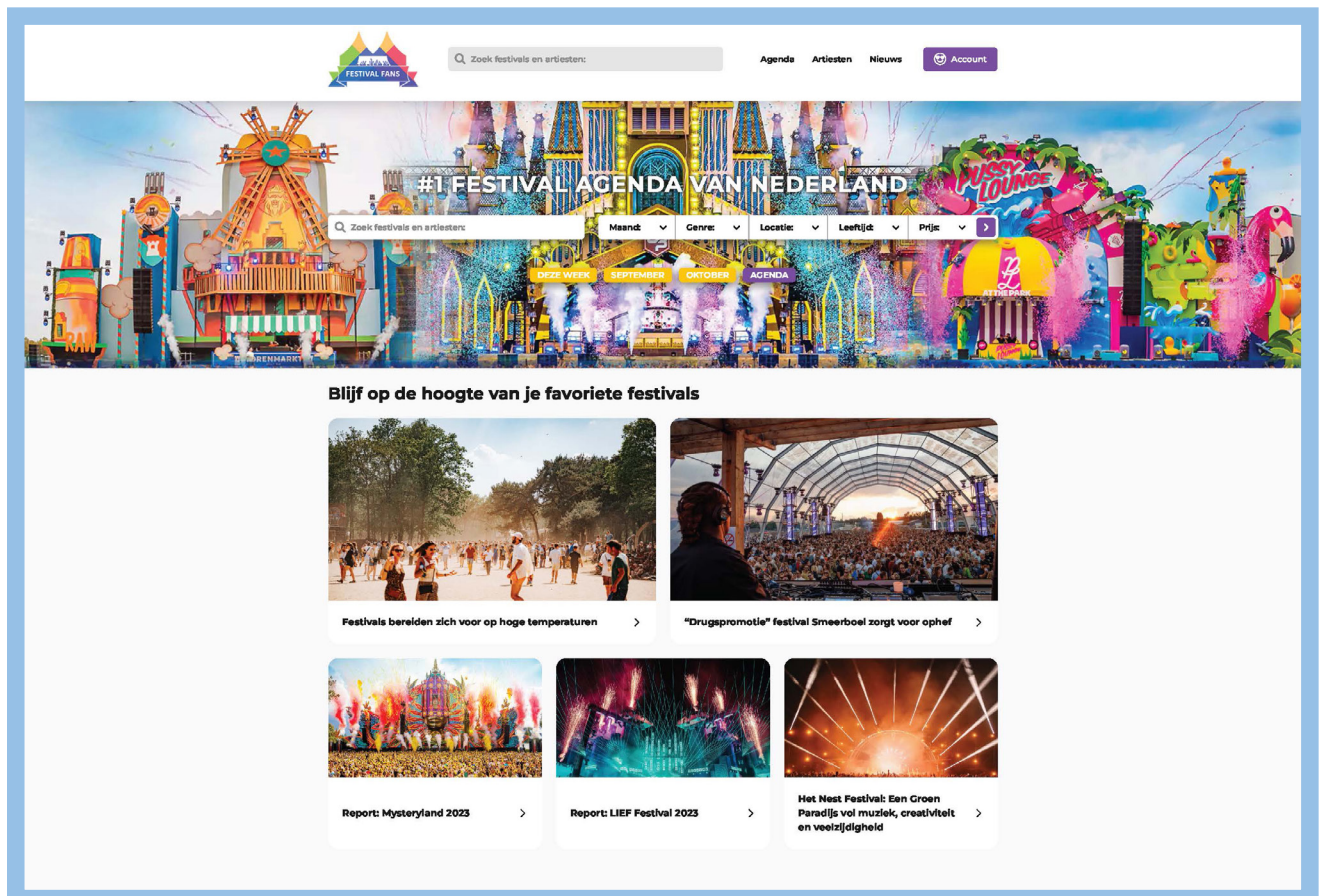
Inhoudsopgave	2
Voorwoord	3
Planning	4
Casusbeschrijving	6
Beschrijving Opdracht	7
Beschrijving Proces	10
Beschrijving Product	14
Beschrijving Functioneren	32
Verantwoording Vormgeving	35
Logboek	38
Bronvermelding	39

Voorwoord

Voor mijn eerste case study is mij door de oprichter van mijn stagebedrijf Festival Fans een probleem opgegeven. Het probleem is dat veel mensen de website van Festival Fans gebruiken, maar Festival Fans niet als bedrijf kennen wanneer je bijvoorbeeld zou zeggen dat je voor Festival Fans werkt.

Ik verwacht van de opdracht te leren werken met Photoshop (het werken met gradients om specifiek te zijn) aangezien ik daarin de ontwerpen ga maken. Ook leer ik klantgericht werken, omdat ik aan bepaalde de eisen van de klant moet voldoen voor het maken van de ontwerpen. En een ander leerdoel is het werken met merkidentiteit van het bedrijf en dat toepassen in nieuwe ontwerpen die ik maak.

In deze case study neem ik jullie mee met mijn aanpak van het probleem en hoe ik het ook uit eindelijk op los.



De homepage van Festival Fans

Planning

De case study moet op 13 oktober ingeleverd worden, daarom wil ik zorgen dat ik het 12 oktober helemaal af heb. Ik ben begonnen met het maken van de planning op 7 september. Dat betekent dus dat ik vanaf nu nog 5 weken heb voor de case study. De planning heb ik gemaakt in Indesign zelf omdat dat erg makkelijk is, en dan hoef je ook geen bestanden te importeren wat je bijvoorbeeld zou moeten als je Excel zou gebruiken, dat ook erg veel wordt gebruik voor het maken van planningsen.

De planning zelf spreekt wel voor zich. Bij **Week** staan de nummers van de weken. Het is niet de weken van het jaar, maar de weken van de case study dat dus loopt tussen 7 september en 12 oktober.

Bij **Werkzaamheden Case Study** staan de gedeeltes die voor de case study moeten gebeuren en bij **Werkzaamheden Opdracht** staan de dingen die voor de opdracht zelf moeten gebeuren. En bij **Deadline** staan de precieze data dat ik de dingen af moet hebben.

Week	Werkzaamheden Case study	Werkzaamheden Opdracht	Deadline
1 (7-14 sept)	Beschrijving Opdracht Beschrijving Proces	-	14 september Heel de Opdracht en Proces gedeeltes af
2 (14-21 sept)	Beschrijving Product (Onderzoek en beginnen aan prototypen)	Beginnen met de eerste versies ontwerpen van het product	-
3 (21-28 sept)	Beschrijving Product (verder met het maken van de prototypen en producten)	verder met de eerste versies/ontwerpen van het product	26 september instagram post template af en verwerkt in verslag
4 (28 sept - 5 okt)	Beschrijving Product (Afmaken van de Producten en oplossing van het probleem)	Afmaken van de ontwerpen en het eindresultaat bereiken	5 oktober Instagram story template af en verwerkt in verslag
5 (5-12 okt)	Beschrijving Functioneren	-	12 oktober de hele case study af

Planning

Casus/case study				
beschrijving opdracht uitdaging	vooronderzoek	klantvraag	probleem	doelgroep
beschrijving proces werkwijze	planning	samenwerking	communicatie	werkwijze
beschrijving product oplossing & resultaten	onderzoek	prototype	producten	oplossing
beschrijving functioneren reviews & reflectie	klant	collega	gebruikers	reflectie

Deze foto komt uit mijn stageboek en is mijn referentie naar de [Werkzaamheden Case study](#)

Met de gemaakte planning verwacht ik genoeg tijd te hebben om alle onderdelen goed en grondig aan te pakken. En daarnaast nog tijd over te houden voor de werkzaamheden van mijn stage. Qua uren verwacht ik zeker 50% van de tijd aan mijn case study nodig te hebben en dat wil ik dan ook gaan aanhouden. Als ik dan in de laatste 2 weken merk dat ik meer tijd nodig heb dan zou ik eventueel als het uitkomt met mijn stagebedrijf tot ongeveer 75% van mijn tijd aan de Case Study en de opdracht kunnen besteden. Ik wil graag goede resultaten leveren en daarom is het maken van een planning en genoeg tijd nemen voor mij erg belangrijk.

Casusbeschrijving

Beschrijving opdracht

- **uitdaging**
- vooronderzoek
- klantvraag
- probleem
- doelgroep

Beschrijving proces

- **werkwijze**
- planning
- samenwerking
- communicatie
- werkwijze

Beschrijving product

- **oplossing & resultaten**
- onderzoek
- prototype
- producten
- oplossing

Beschrijving functioneren

- **reviews & reflectie**
- collega
- reflectie

Beschrijving Opdracht

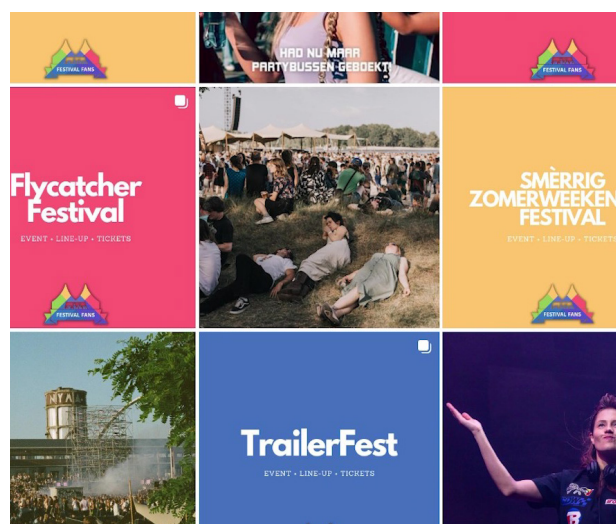
Beschrijving Opdracht

Ik heb om de opdracht wat duidelijker te krijgen samen met Bram (Oprichter van het bedrijf en in dit geval ook de klant) een bespreking gehad waarin Bram vertelde wat het probleem was. Hoe we dat konden oplossen was op dat moment wel erg breed, aangezien er veel opties zijn om het probleem op te lossen (denk aan: online of offline reclame, content veranderingen aan de website en nog meer dingen), dus wou ik het graag wat specifieker hebben. Toen kwamen we met het idee om een Instagram template te maken. Ook heb ik met Sjors (head of marketing) een bespreking gehad om het project wat aan te vullen. Ik kwam met de suggestie om een Instagram of snapchat filter te maken of om ook nog een Instagram story template te maken. Het maken van de filter is meer 3D ontwerpen en dat vond ik niet passend bij mijn opleiding. De Instagram story kan goed zijn, omdat het social media profiel dan niet alleen bij de post een standaard herkenbare stijl heeft, maar ook in de stories.

Klantvraag

Ik had gevraagd of de klant nog bepaalde eisen had voor de ontwerpen waar ik rekening mee moet houden en daar kwam dit uit: De klant wil een “frisse start” als het aankomt op het ontwerp. Ook wil de klant graag een vaste stijl op hun social media, want eerst hadden ze steeds een andere stijl bij elke stagiair en nu willen ze dus een vaste stijl die steeds weer opnieuw gaat worden gebruikt.

Het is belangrijk dat het probleem, dat dus de naamsbekendheid is, aangepakt wordt met dit ontwerp. Bovendien is het belangrijk als de huisstijl van de website gebruikt wordt, omdat dat in principe het hart van het bedrijf is.

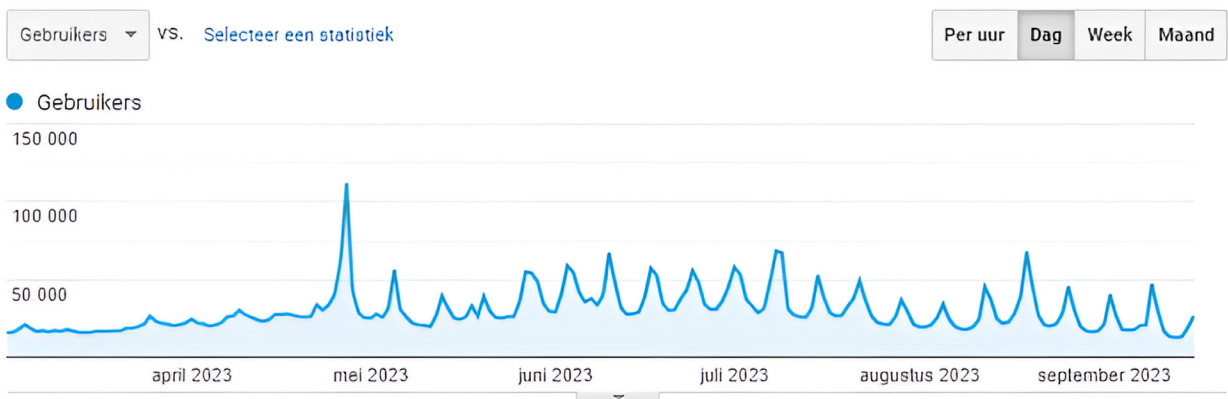


Instagram van Festival Fans met verschillende oude stijlen voor de posts (video)

Beschrijving Opdracht

Vooronderzoek

Ik wil in mijn vooronderzoek ter voorbereiding gaan kijken hoeveel gebruikers de website heeft, en hoeveel volgers het bedrijf heeft op social media. Festival Fans heeft 4550 volgers op Instagram. Normaal gesproken zou ik ook kijken naar de vorige ontwerpen die het bedrijf eerst gebruikte, maar omdat de klant een frisse start qua ontwerp wil is het handig voor mij om out of the box te denken en niet terug te kijken naar vorige ontwerpen. Dit zijn de statistieken van de website zelf van Festival Fans:



Gebruikers

4.776.840



Nieuwe gebruikers

4.788.784



Sessies

6.778.133



Aantal sessies per gebruiker

1,42

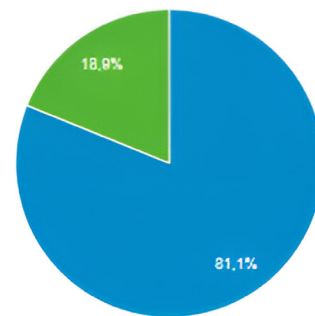


Paginaweergaven

12.263.199



■ New Visitor ■ Returning Visitor



Beschrijving Opdracht

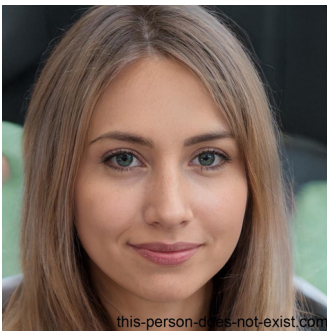
Probleem

De website Festival Fans heeft erg veel gebruikers, maar wanneer je vraagt aan iemand of ze het bedrijf Festival Fans kennen dan is de kans vaak groot dat dat niet zo is. Terwijl ze misschien wel de website hebben gebruikt. **Het probleem is dus dat de naambekendheid van het bedrijf Festival Fans slecht is.**

Doelgroep

De doelgroep zijn over het algemeen de festival gangers, maar om wat specifieker te zijn de gebruikers van de Festival Fans website.

Persona:



Naam: Eva

Leeftijd: 21

Beroep: Bedienster Bar

Achtergrondinformatie:

Eva werkt als bijbaantje als bedienster voor een bar, daarnaast studeert ze. Eva gaat graag naar festivals en voor de informatie gebruikt ze regelmatig de website van Festival Fans, omdat veel festival informatie daar op één plek staat. Verder volgt ze ook verschillende festival accounts op Instagram waaronder Festival Fans.

Doelen / Behoeften:

- Duidelijk weten wanneer er nieuwe informatie over festivals zijn, ook terwijl ze op Instagram zit te scrollen in haar vrije tijd.
- Ze heeft de website Festival Fans wel eens gebruikt, maar zou de naam niet herkennen wanneer het tegen haar gezegd wordt of wanneer ze het langs zou zien komen op haar Instagram feed

Beschrijving Process

Samenwerking

Ik maak de opdracht voor de oprichter en eigenaar van het bedrijf: Bram Vermeulen. Daarnaast zal ik ook veel samenwerken met Sjors Timmermans: Head of Marketing van Festival Fans.

Communicatie

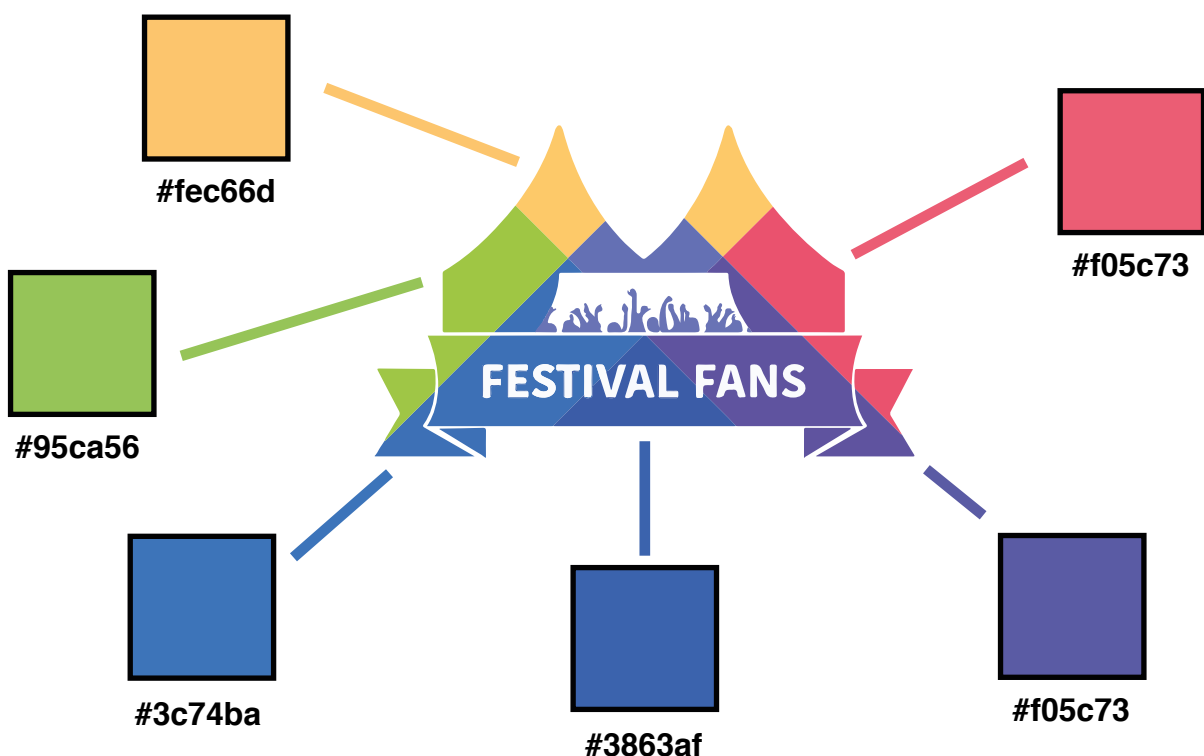
Bij Festival Fans hebben we allemaal een eigen google account en dus ook een eigen Gmail. Voor het sturen van grotere bestanden of belangrijken dingen zal ik voornamelijk de Gmail gebruiken. Naast de Gmail gebruiken we ook Skype om snel naar elkaar berichten en informatie te sturen. Ook zitten we allemaal in dezelfde ruimte, dus kunnen er ook makkelijk fysiek dingen besproken worden.

Werkwijze & onderzoek

Ik was begonnen met een briefing zoals uitgelegd bij [Beschrijving](#)

Opdracht. Toen mij duidelijk was wat het probleem is ben ik informatie gaan verzamelen.

Ik begon met het verzamelen van de kleuren van de huisstijl van de nieuwe website en het logo. Dit zijn de kleuren die ik heb verzameld en wou gaan gebruiken voor de stijl van de Instagram post en story:



Beschrijving Process

Werkwijze & onderzoek

Het is belangrijk om de kleuren te gebruiken van het logo en van de website, omdat dat de link moet gaan leggen bij de mensen tussen de website die ze al gebruikt hebben en de post of story die ze zien op hun Instagram.

Naast het verzamelen van de kleuren wou ik een kijkje nemen naar wat concurrenten en andere bedrijven gebruiken op social media. Ik heb gekeken naar de stijl van concurrent Festileaks:



Post ontwerp concurrent festileaks

Beschrijving Process

Werkwijze & onderzoek

Om het ontwerp wat duidelijker te maken had ik gevraagd of Bram en Sjors nog bepaalde stijl voorkeuren hadden naast natuurlijk de Festival Fans stijl. Toen vertelde ze mij dat ze het ontwerp erg clean willen hebben, dus geen onnodige dingen.

Nu voor mij duidelijk was hoe ik het Instagram ontwerp kon gaan maken kon ik ook gaan kijken naar voorbeelden van Instagram story ontwerpen. Hiervoor heb ik simpelweg gegoogeld: “Instagram story ontwerpen” en toen kwam ik bij dit artikel uit:

<https://blog.hootsuite.com/free-instagram-story-templates/>.

Dit artikel gaf mij duidelijke informatie over waarom een standaard Instagram story ontwerp belangrijk is en er stonden voorbeelden in van Instagram story ontwerpen.

Dit is de informatie uit het artikel die voor mij belangrijk was, kort samengevat:

-Half miljard mensen interacteren dagelijks op Instagram verhalen en 58% van mensen zeggen dat hun interesse in een bedrijf of product groter is geworden na dat ze het zagen in een verhaal

-Het ziet er professioneler uit

En het belangrijkste punt: Het zorgt voor herkenbaarheid. Dat maakt het dus zeer passend om samen met het maken van het Instagram post ontwerp het probleem van de naambekendheid op te lossen.

Bronnen:

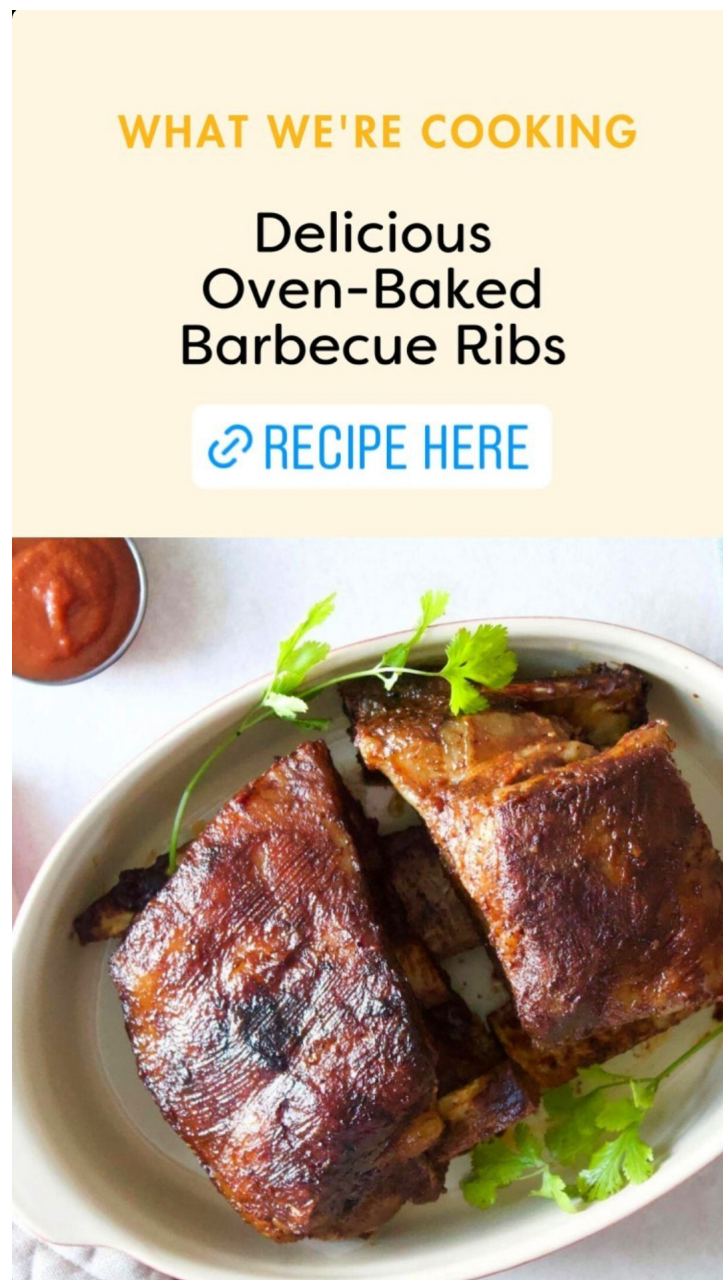
<https://business.instagram.com/advertising/>

<https://business.instagram.com/a/stories>

Beschrijving Process

Werkwijze & onderzoek

In het artikel stonden ook wat accounts die een eigen Instagram story template hebben. Ik vond zelf die van **Brit and co** het beste passen bij waar wij naar op zoek waren, dus dit ontwerp was een goede bron van inspiratie



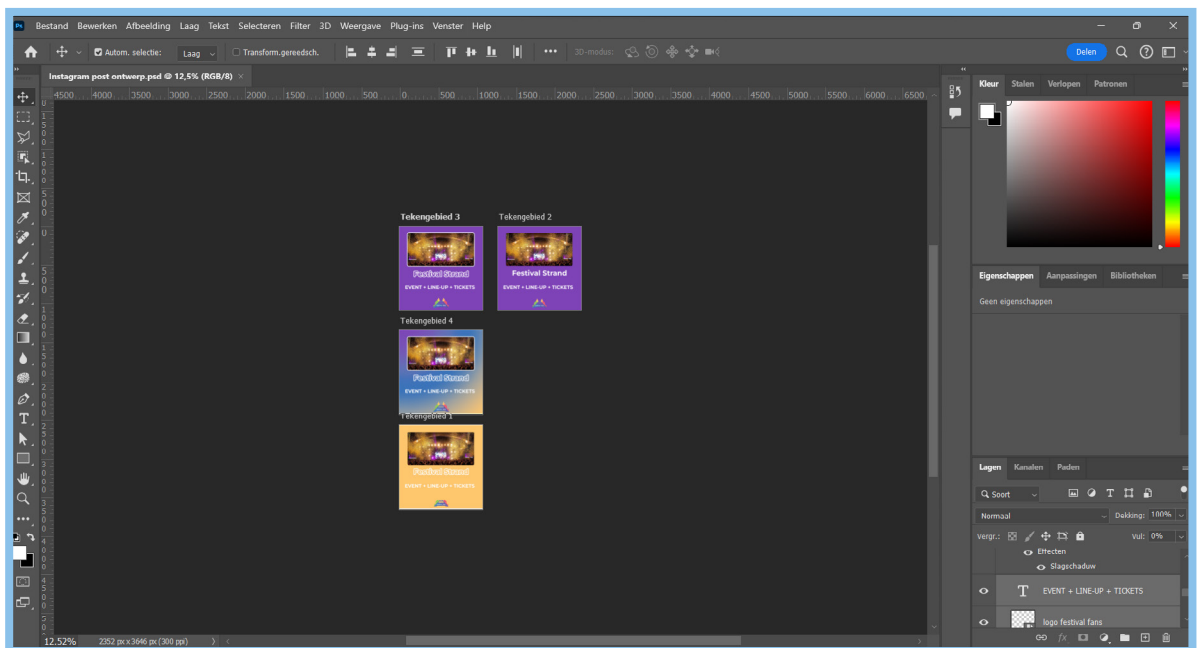
Beschrijving Product

Prototypen

Nu ik genoeg informatie en inspiratie heb verzameld kan ik beginnen met het maken van de ontwerpen.

Voor dit project heb ik gekozen om geen schetsen te maken. Mijn ervaring met het maken van schetsen is dat het handig kan zijn om snelle veranderingen te maken aan de indeling van een ontwerp, alleen aangezien het ontwerpen van een post en story niet super veel indeling veranderingen heeft, heb ik gekozen om het direct te gaan ontwerpen in Photoshop.

Ik kies Photoshop voor deze opdracht omdat het eindproduct om een foto gaat en er moeten foto's verwerkt worden en hiervoor is Photoshop het beste programma.



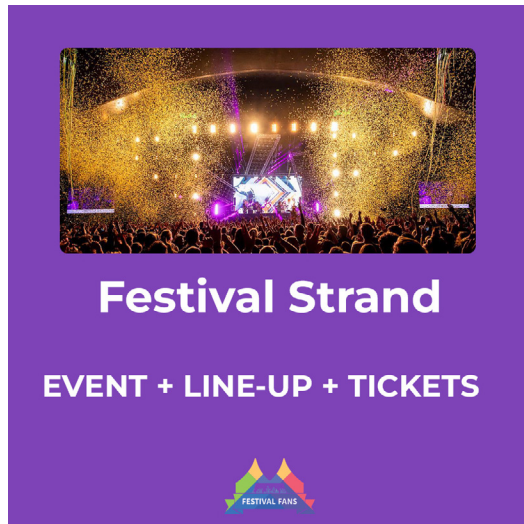
Ik wil eerst beginnen met de Instagram post. Daarna kan ik wat ik van de Instagram post heb gemaakt waarschijnlijk ook toepassen in de story, alleen moet ik dan nog wel even puzzelen met het formaat.

Beschrijving Product

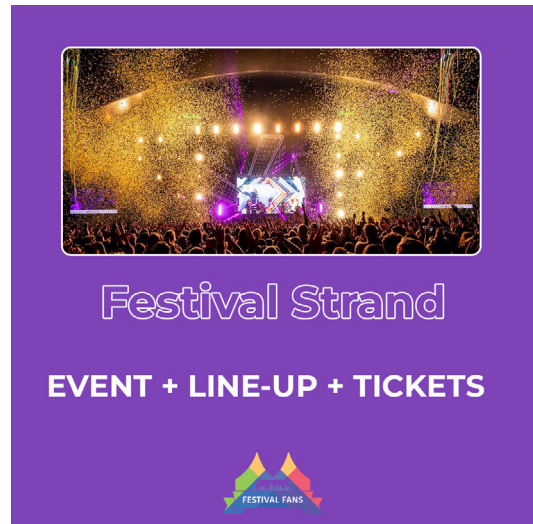
Prototypen

Dit zijn de **eerste set ontwerpen** met gelijk informatie erin verwerkt

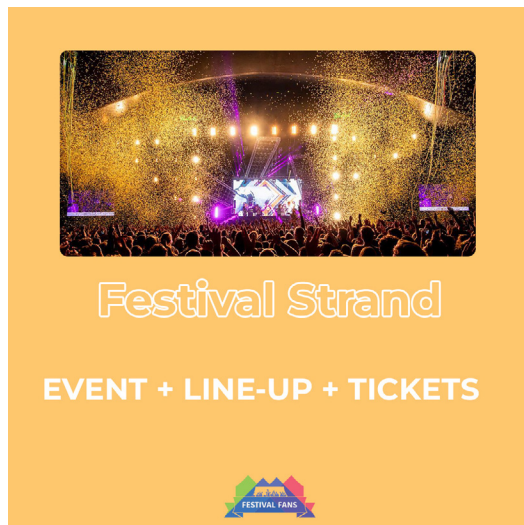
1



2



3



4



Op de **eerste ontwerpen** kreeg ik het volgende feedback:

1: Ronde hoeken afbeelding goed (zonder witte border)

2: Lettertype goed (dikgedrukt beter dan open)

4: Gradient vet, kijken hoe we dit toch uniek kunnen maken t.o.v Festivalleaks

- Logo is goed voor herkenbaarheid merk maar twijfel toch om het te gebruiken. Oogt wat rommelig.

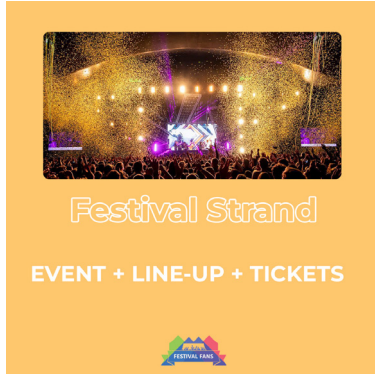
- 1 achtergrond kleur oogt wat simpel

- Het vlak voor de inhoud (afbeelding) is nu erg klein, deze mag groter.

Geheel wordt dan denk ik wat strakker

Beschrijving Product

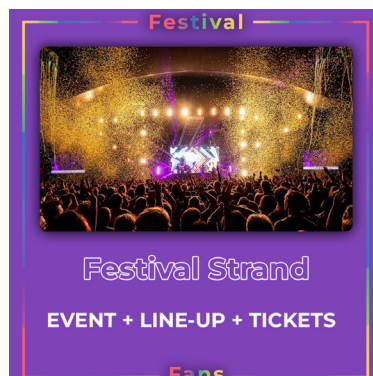
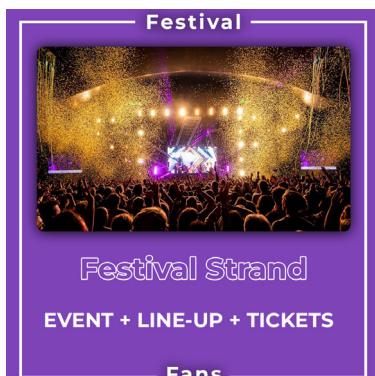
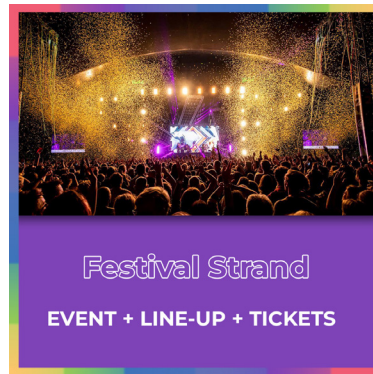
Prototypen



3-1



4-1



De tweede set
ontwerpen

Beschrijving Product

Prototypen

Op de **tweede set ontwerpen** kreeg ik het volgende feedback:

“-Rand met overgangen kleuren (**3-1** en **4-1**) vet

-Beeld miss wat groter?

> Zou je een voorbeeldje kunnen maken van overgang van foto naar paars met tekst in paarse kader, bijv: zie homepage vi.nl (foto naar zwarte achtergrond).

-Logo mag weg (zoals in **4-1**)

-Doorzichtige font ziet er wel mooi uit, maar moeten denk ik 1 font kiezen (ingevuld) om het duidelijk te houden

-Kunnen we nog iets speciaals doen met paarse achtergrond kleur? (gradient o.i.d). Oogt nu miss toch te saai. Om in andere posts afwisselen met oranje?” - **Bram**

“- Randen met festivalfans kleuren sowieso doen, weet nog niet of we overgang of met tussenstukjes

- logo niet nodig

- ‘naam festival’ dikgedrukt

- paarse ondergrond niet zeker, misschien gewoon zwart of wit? (iets simpeler)

- schaduw achter de foto niet per se nodig

- dunne rand met FF kleuren ook leuk, misschien dan ‘Festival Fans’ in het wit” - **Sjors**

Genoeg duidelijke en ook positieve feedback, wat altijd fijn is. Dit was duidelijk voor mij en hier kon ik weer mee verder.

Beschrijving Product

Prototypen

In de feedback gaf Bram het idee om voor bij de afbeelding de stijl van vi.nl (Voetbal International) te gebruiken.



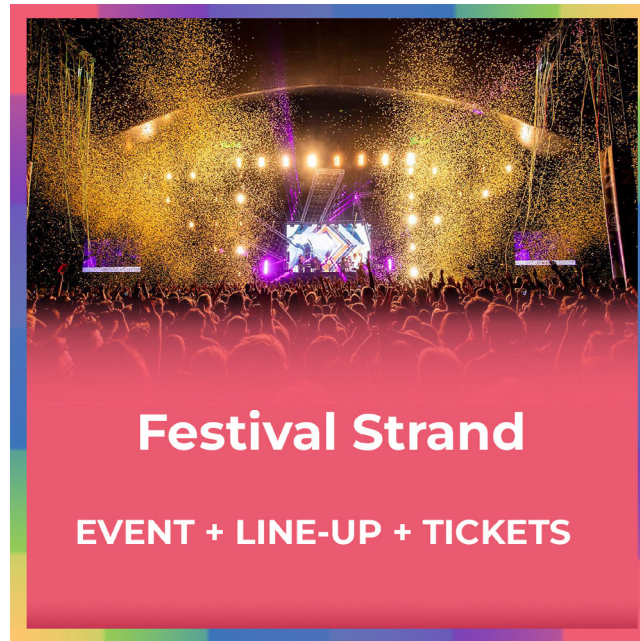
Ik wist nog niet hoe ik dit effect kon doen. Maar na het kijken van wat tutorials en wat uitproberen was het me gelukt. Ik verwacht ook dat ik dit ooit nog wel een keer ga gebruiken, dus het is erg fijn dat ik nu weet hoe het moet.



Transition van afbeelding naar kleur

Beschrijving Product

Prototypen



Deze drie nieuwe ontwerpen hebben een kleine gradient van de afbeelding naar een de kleur, zoals in het voorbeeld dat Bram mij gaf. Dit zorgt voor een mooie samenhang en overgang, waardoor het ook in het algemeen visueel beter lijkt.

Beschrijving Product

Prototypen

Ze vonden de vorige ontwerpen goed. Wel wouden ze graag een voorbeeld willen zien waar ik een afbeelding en een tekst kopje gebruik, omdat de format gebruikt gaat worden om een nieuwe post aan te kondigen.



Ik had besloten om er nog een extra subtekstje aan het ontwerp toe te voegen, maar bij Instagram kan je ook tekst in de caption doen. Dus daarna had ik het rechter ontwerp gemaakt. Zonder het subtekstje is het ook gelijk een stuk cleaner.

Nu het post ontwerp af is kan ik gaan naar het story ontwerp. Ik wil voor het story ontwerp dezelfde stijl (kleuren, gradients etc.) aanhouden zodat het mooi op elkaar aansluit.

Bij het Instagram ontwerp is het belangrijk dat ik rekening houdt me het gedeelte waar het reageren balkje en de andere dingen zoals bijvoorbeeld de profielfoto zitten.

Beschrijving Product

Prototypen

Dit is hoe een Instagram story eruit ziet met het reageren balkje en de rest van de standaard dingen zoals bijvoorbeeld het profiel:

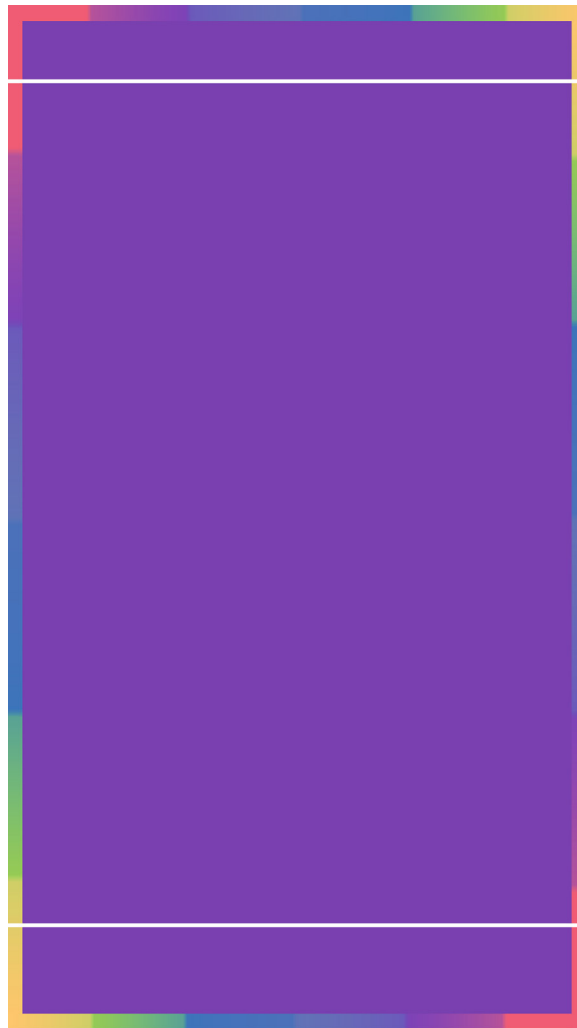


In de blauwe vlakjes zitten de gedeeltes waar ik rekening mee moet houden. Zolang ik daar geen belangrijke informatie neerzet, zou het geen probleem moeten zijn.

Beschrijving Product

Prototypen

Ik was begonnen met het opzoeken hoe groot een Instagram story is. Dat is 1080x1920 pixels. Toen heb ik een document aangemaakt en in dat document gemarkeerd waar het profiel en het chatbericht sturen gedeelte zitten. Ook heb ik gelijk de gradient lijnen van het post ontwerp toegepast. Dat zag er allemaal zo uit:

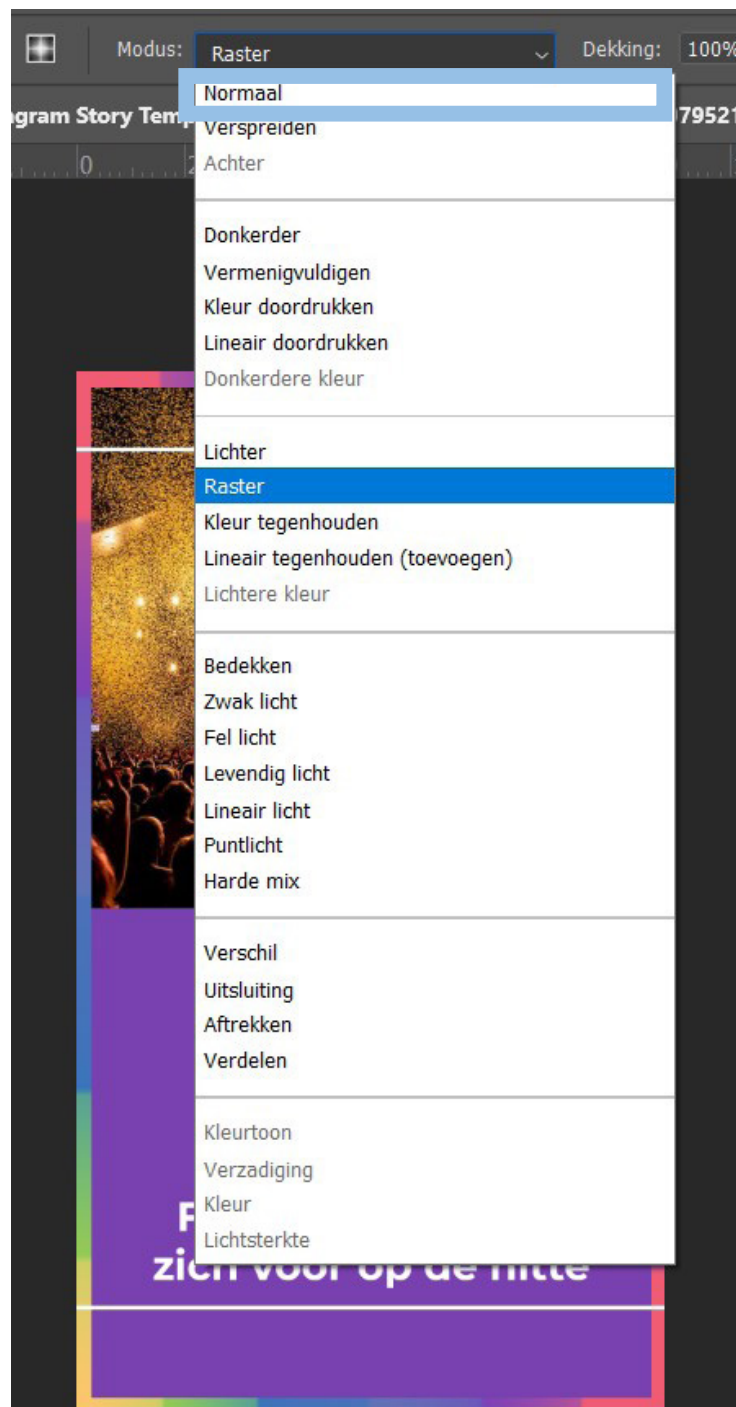


Zo heb ik een duidelijk beeld van de ruimte waar ik de belangrijke dingen niet neer kan zetten.

Beschrijving Product

Prototypen

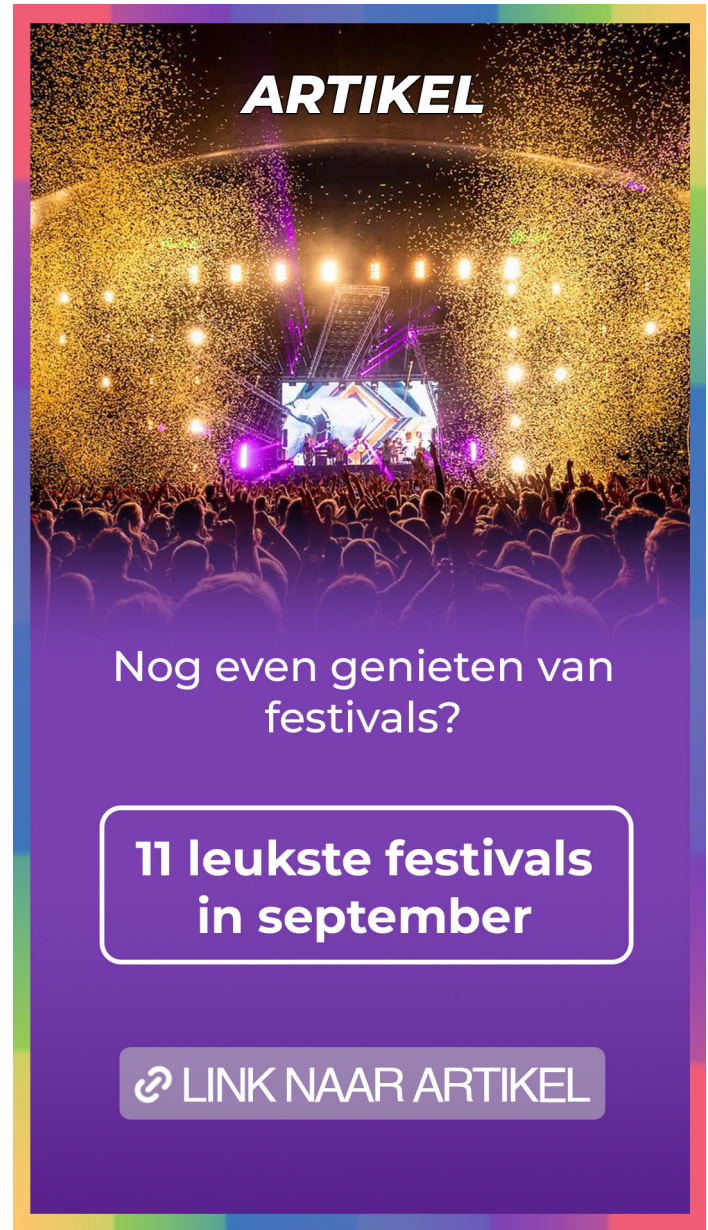
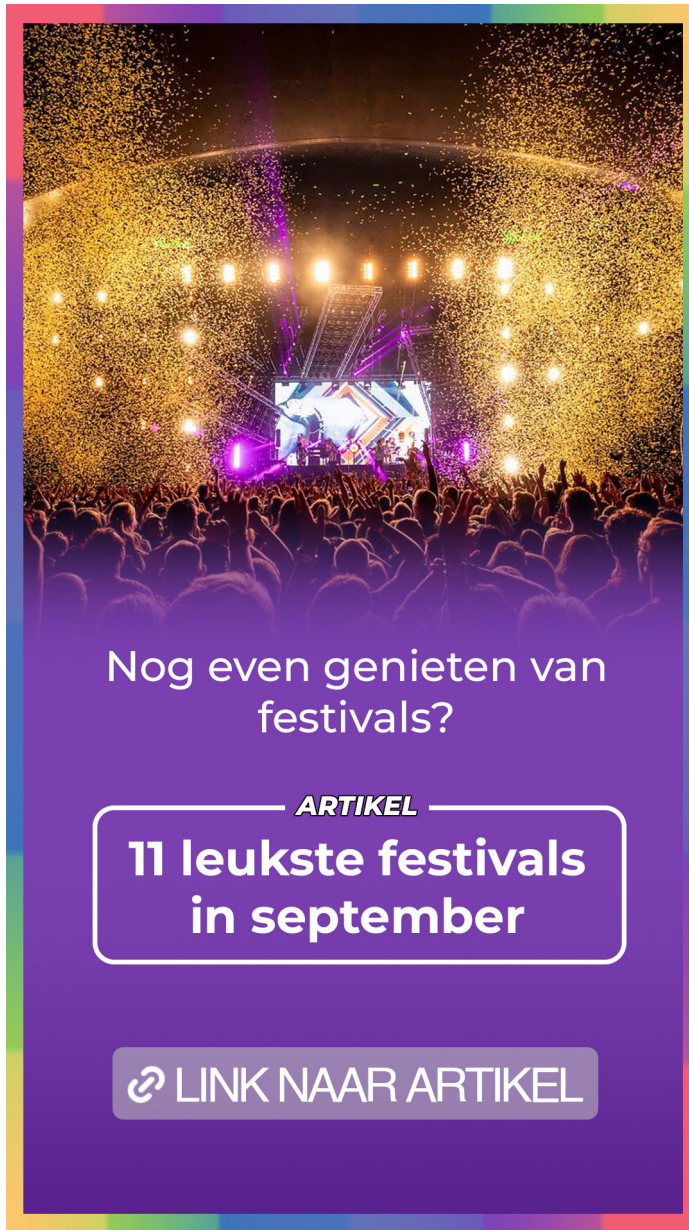
Ik liep wel gelijk tegen een probleempje aan. Ik had namelijk een afbeelding toegevoegd en ik wou weer de gradient overloop van de foto naar de achtergrond doen, alleen werkte dat steeds niet. Uiteindelijk had ik mijn probleem gegoogeld en toen werd er verteld dat de Modus op Normaal moest staan en bij mij stond die op Raster. Toen ik de Modus naar Normaal had veranderd werkte het weer.



Beschrijving Product

Prototypen

Na het oplossen van het probleempje heb ik een paar ontwerpen kunnen maken. Dit zijn de ontwerpen:

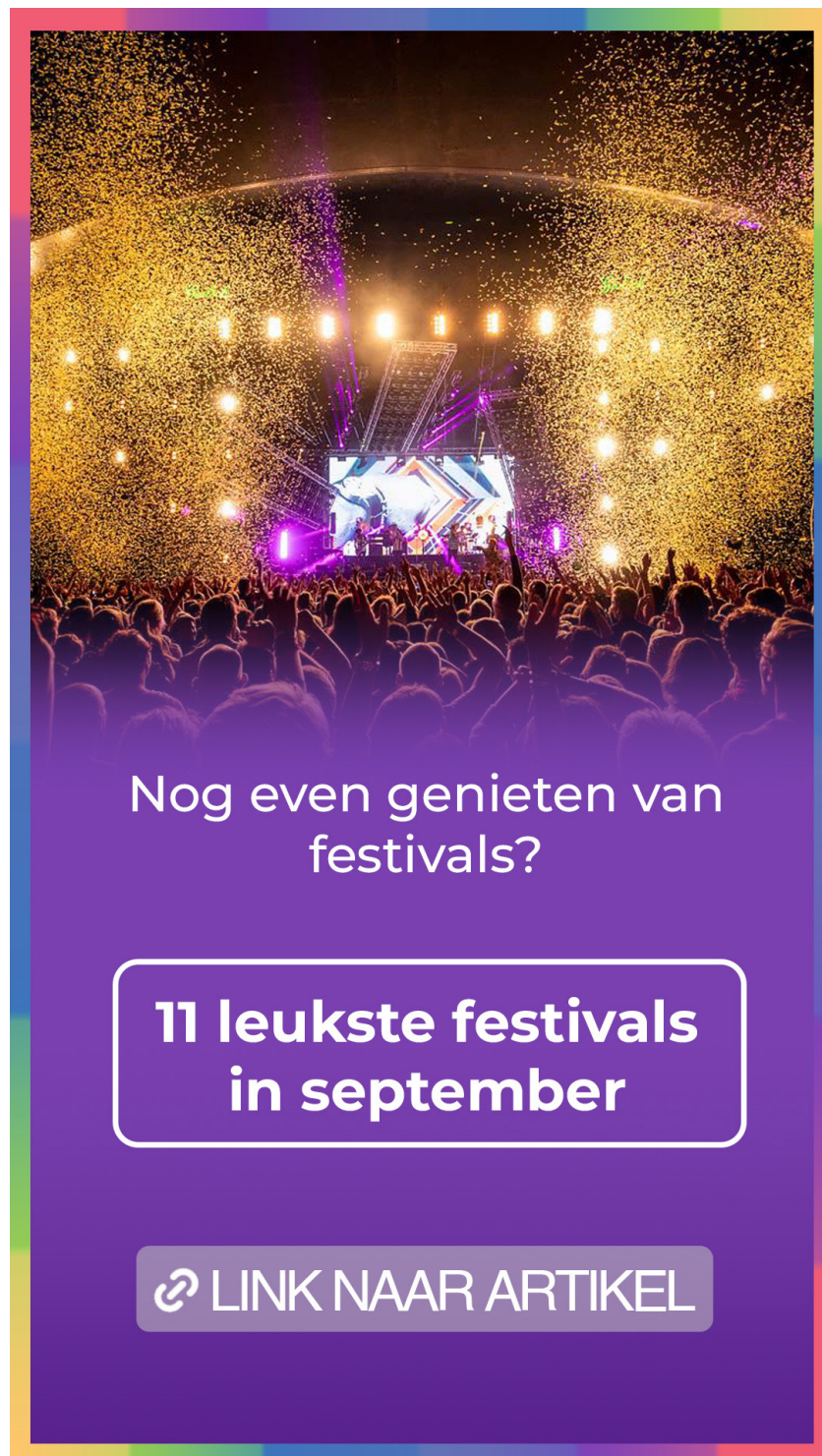


Beschrijving Product

Prototypen

Het "LINK NAAR ARTIKEL" gedeelte hoort niet echt bij het ontwerp. Het is de bedoeling dat daar deze knop in Instagram komt waar je naar een link verwezen wordt als je erop klikt:

 LEARN MORE



Dit is het derde ontwerp

Beschrijving Product

Prototypen

Dit was de feedback op de ontwerpen:

- Misschien voor link van artikel paars en voor link naar iets anders geel gebruiken
- Ook een 'gele' variant maken voor afwisseling
- Paarse vlak misschien te groot -> maakt het druk
- Paarse vlak kleiner en dan bovenste tekst weghalen -> anders te veel tekst. Mensen klikken snel door.
- Bij template 2 en 3 is het woord 'artikel' niet nodig
- randje is leuk en er in houden



Nieuwe versies na feedback

Beschrijving Product

Prototypen

De feedback die ik daarop kreeg was al een stuk minder, dus het einde was bijna in zicht. Dit was de feedback:

- Graag nog met een andere foto. Kijken hoe het er dan uitziet
- tekst bij gele ontwerp valt weg --> misschien oplossen met schaduwrand?
- Verder nice!

Duidelijk feedback en ik wist ook gelijk hoe ik dit kon aanpakken. Je kan in Photoshop namelijk bij effecten makkelijk een slagschaduw toepassen, dus dit heb ik dan ook gelijk gedaan. Ook heb ik een andere afbeelding geprobeerd. Dit was het resultaat:



Beschrijving Product

Producten

Dit is het eind product van de Instagram Post:



Beschrijving Product

Producten

Dit is het eind product van de Instagram Story:

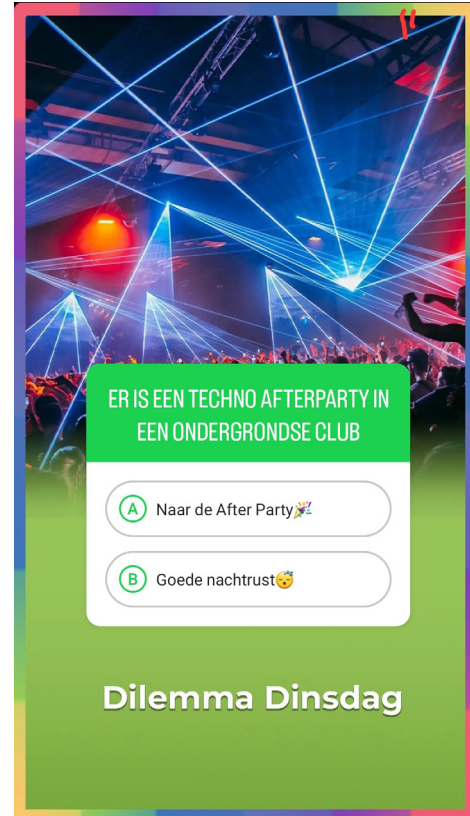
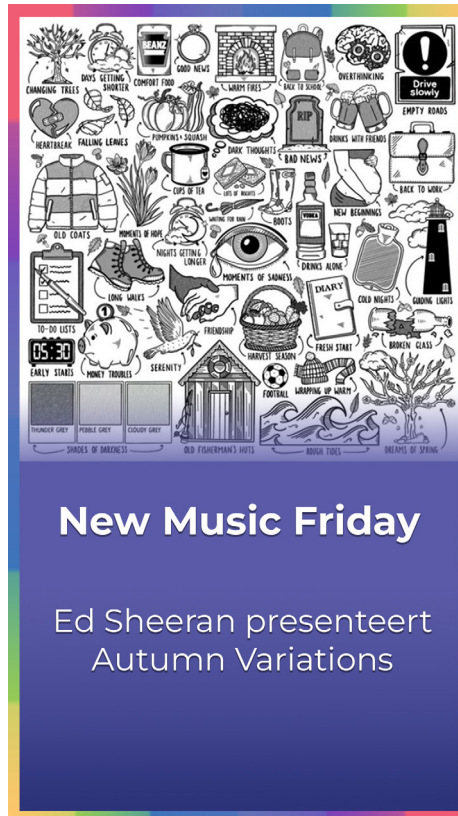


Zoals ik al eerder had uitgelegd komt bij het "LINK NAAR" gedeelte de link button van Instagram. Om een story te maken kan de tekst en de afbeelding veranderd worden. En op de plek waar dus nu het "LINK NAAR" gedeelte staat komt dan de link button van Instagram met een link naar het artikel of een ander gedeelte. Bij de post kunnen de afbeeldingen en teksten ook veranderd worden zoals te zien was.

Beschrijving Product

Producten

Ook heb ik ontwerpen gemaakt voor een Dilemma Dinsdag, Throwback Thursday en New Music Friday story, omdat er vraag voor was van Bram en Sjors. Die ontwerpen zien er zo uit:



Beschrijving Product

Oplossing

Het probleem was dat de website Festival Fans veel gebruikers heeft, maar wanneer je vraagt aan iemand of ze het bedrijf Festival Fans kennen dan is de kans vaak groot dat dat niet zo is. Terwijl ze misschien wel de website hebben gebruikt. **Het probleem was dus dat de naambekendheid van het bedrijf Festival Fans slecht is.**

Dit heb ik opgelost door te kijken naar de kleuren van de website. En die kleuren dan te gebruiken in mijn ontwerpen.

Als Eva uit mijn persona op haar Instagram feed zit te scrollen en ze ziet een post voorbij komen in die stijl met die kleuren dan legt zij/haar brein de link met het logo en de website. Na het leggen van die link met de kleuren/stijl gaat ze kijken naar van welk account de post is en daar ziet ze dan de naam "Festival Fans" staan wat dus de naambekendheid zou moeten verbeteren. Hetzelfde geldt ook voor de stories.

Toen de ontwerpen af waren hebben we het ook gelijk gebruikt. Naast dat het de naambekendheid heeft verbeterd heeft het ook meer accounts weten te bereiken.



Goed gedaan! Je bericht heeft 24% meer accounts bereikt dan het gemiddelde van je recente berichten. 2u



Beschrijving Functioneren

Reviews

Niels heeft als opdracht gekregen om de naamsbekendheid van Festival Fans te vergroten. Op dit moment gebruiken veel mensen de website, maar zijn ze niet bewust dat ze Festival Fans gebruiken. De meeste bezoekers van de website komen via Google en klikken vaak op de bovenste link zonder te weten op welke site ze zijn. Vandaar de taak aan Niels om de bezoeker ervan bewust te maken dat wij Festival Fans zijn.

We hebben aan Niels gevraagd of hij een format kan creëren voor de Instagram-pagina van Festival Fans. Dit hebben we gedaan, zodat het voor de Instagramgebruiker direct duidelijk wordt dat het om een post van Festival Fans gaat.

Niels is begonnen met een opzetje en maakt leuk gebruik van de kleuren van het logo. Bij elke ronde dat Niels een nieuw ontwerp aanleverde kwamen Bram en ik met kleine puntjes van verbetering. Niels voerde deze goed en direct ook uit. Uiteindelijk heeft hij een format neergezet, die we nu gebruiken voor op onze Instagram.

Na een meeting waarbij we gingen sparren over nieuwe dingen die we konden plaatsen op onze socials kwamen we uit bij 3 nieuwe wekelijkse formats voor op de 'story' van onze Instagram. Niels zei in de meeting direct dat hij ook wel een format voor de 'stories' wilde maken. Ook deze formats gebruiken we nu wekelijks op Instagram.

Al met al gaat het top. Ik kan hem een lijstje met content geven voor op de website en hij weet direct wat te doen. Niels pakt alles snel op en draagt echt een steentje bij aan het team van Festival Fans.

-Sjors Timmermans (Head of Marketing Festival Fans)

Beschrijving Functioneren

Reviews

Een groot probleem van Festival Fans is de naamsbekendheid / herkenbaarheid. De website heeft honderdduizenden bezoekers per maand, maar toch blijft de naam / brand niet goed genoeg hangen bij de bezoeker. Dit heeft er mee te maken dat de meeste bezoekers, zo'n 95%, via Google op onze website terechtkomen.

Een goede casestudie is daarom het vergroten van de naamsbekendheid. Hoe kunnen onze bezoekers de naam en het merk beter onthouden om zo sneller terug te keren op Festival Fans. Want als iemand in Nederland aan muziekfestivals denkt, moet Festival Fans direct een belletje doen rinkelen.

Omdat deze opdracht heel erg breed is hebben we ons voor deze casestudie gefocust op Instagram, het belangrijkste social media kanaal van Festival Fans. Het doel: via een herkenbare stijl de bekendheid van Festival Fans vergroten.

Niels heeft dit project grondig aangepakt en ons (mij, eigenaar en Sjors, marketing medewerker) goed meegenomen in het proces. Er zijn diverse schetsen gemaakt waarna er via verschillende feedback rondes een mooi resultaat uit is voortgekomen. Hierbij komt de stijl van Festival Fans goed naar voren en ziet het Instagram kanaal er een stuk beter uit.

De planning van dit project is goed bewaakt wat zorgde dat we er al snel mee konden starten. Erg blij met de input van Niels en het resultaat!

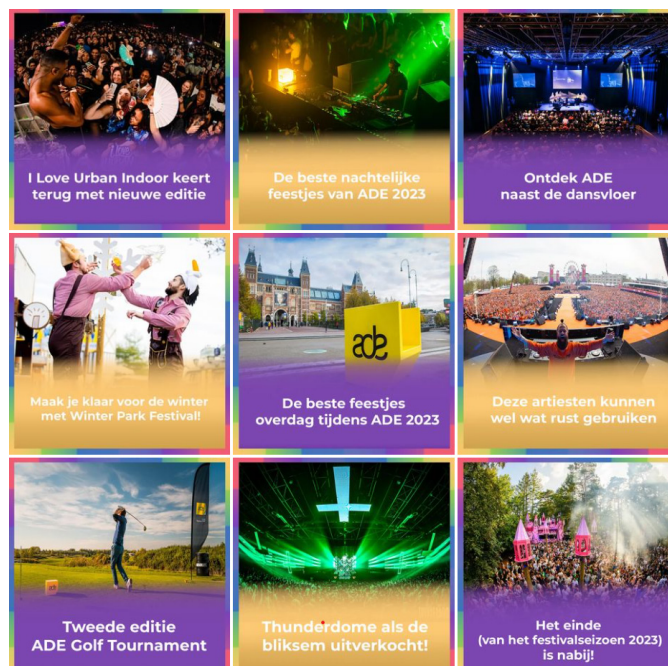
-Bram Vermeulen (Praktijkbegeleider en eigenaar van Festival Fans)

Beschrijving Functioneren

Reflectie

De Uitdaging en Werkwijze gedeeltes had ik af op 13 september. Dat is 1 dag eerder dan mijn deadline. Hierdoor kon ik ook 1 dag eerder beginnen met het onderzoek en het maken van de Instagram post. Deze had ik uiteindelijk 22 september af en verwerkt. Dit is 2 werkdagen eerder dan gepland waardoor ik nog wat meer speling kreeg. Ik begon met het Instagram story ontwerpen op 25 september en ik was hier mee klaar op 29 september, 4 werkdagen eerder dan de deadline. Het Producten en Oplossing gedeelte had ik helemaal verwerkt op 2 oktober. Dit is 3 werkdagen voor de deadline die ik had gepland. En tot slot had ik het verslag helemaal afgerond op 10 oktober, dat is 2 werkdagen voor mijn gestelde deadline. Mijn planning was dus erg accuraat en gelukkig heb ik steeds een beetje speling overgehouden.

Ik heb bij deze opdracht veel leren werken met Photoshop. Ook heb ik veel gewerkt met de merkidentiteit (huisstijl) van Festival Fans, wat erg handig is voor de rest van mijn stage hier. Het werken met merkidentiteit is goed om te kunnen, omdat elk bedrijf wel een eigen huisstijl is en als ik voor een bedrijf als mediavormgever ga werken verwacht het bedrijf ook dat ik kan werken met het bedrijf hun merkidentiteit (huisstijl). Bovendien heb ik veel gewerkt met feedback en het werken en verwerken daarvan en mee. En ik heb Social media ontwerpen gemaakt wat zeker handig is voor mijn toekomst als webdesigner vanwege de populariteit van bedrijven op social media tegenwoordig.



Hoe de instagram feed er nu ziet met gebruik van de template

Verantwoording Vormgeving

- **Concept & Lay-out**

Het concept was dat de klant een enigszins simpel en niet te vol ontwerp wou. Hiervoor heb ik het aantal informatie in de ontwerpen van de story en post weten te beperken tot het minimale dat er wel nog goed uit zou zien. Voor de post moest het ontwerp in 1080x1080px formaat, omdat een Instagram post vierkant is. De story is 1080x1920px. Ik heb met de lay-out van de story rekening gehouden met het gedeelte waar het profiel staat en waar je kunt reageren, zodat daar geen belangrijke informatie zou komen te staan.

Dit is een voorbeeld van een story post waar de witte lijnen staan aangegeven. Zoals te zien is staat er geen belangrijke informatie onder of boven de lijn:



Verantwoording Vormgeving

- **Beeld**

Ik heb voor de kleuren van de ontwerpen de kleuren van het logo van Festival Fans gebruikt.



Dit heb ik op verschillende manieren verwerkt:



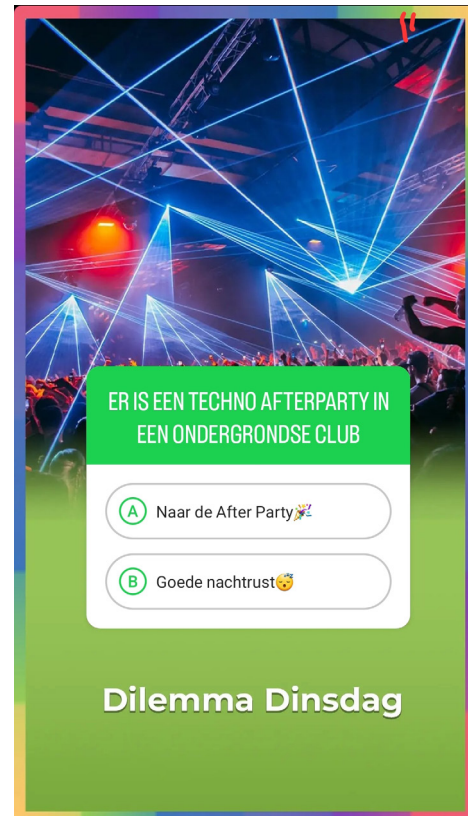
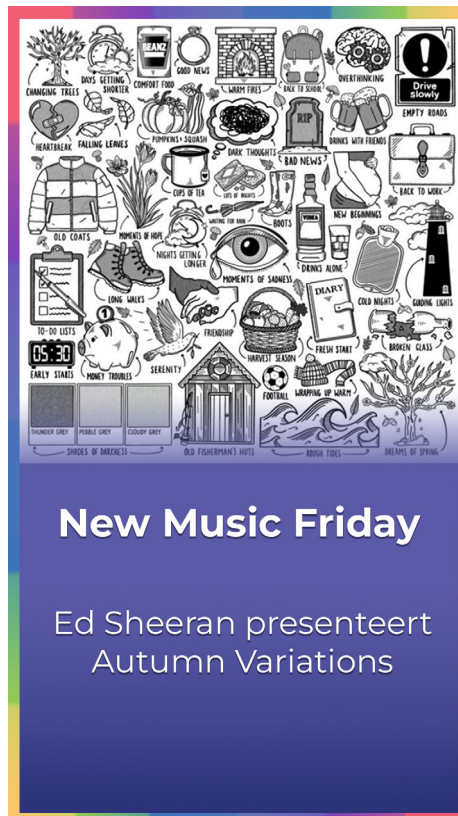
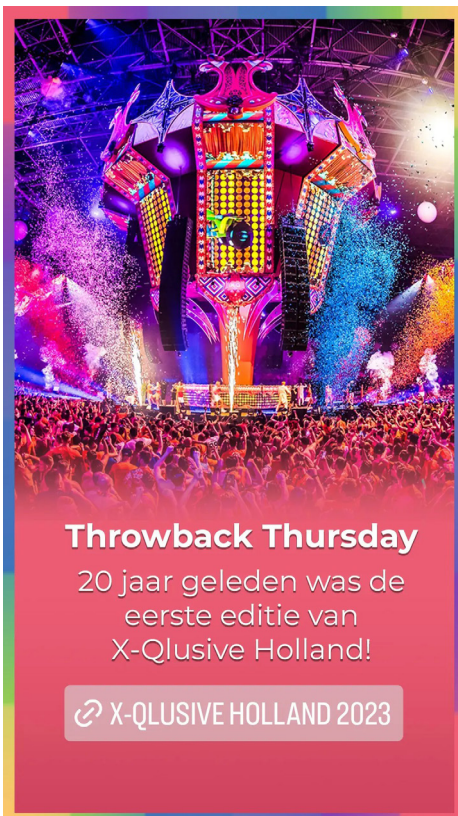
In de gradient balkjes die aan de zijkant zitten bij de story en post ontwerpen. Ook wisselen we af met de geel en paars kleuren als body van de post. En er zit een kleine gradient van paars of geel naar donkerder paars of geel dat zorgt voor wat meer diepte in de post



Verantwoording Vormgeving

- **Beeld**

De rest van de kleuren heb ik ook bij de verschillende stories gebruikt:



- **Leesbaarheid, Tekst & Typografie**

Voor het font heb ik voor **Montserrat** gekozen en dan voor de kopjes **Montserrat Bold** en voor de subkopjes **Montserrat Regular**. Ik heb hiervoor gekozen omdat ik deze font er erg clean en duidelijk uitvond zien. De klant wou graag een clean en duidelijk ontwerp, dus daarom is dit een uitstekende keuze. Voor de grootte van het font heb ik voor 16 pt gekozen, omdat dat het beste werkte in verhouding met het totaalplaatje. Als er meer woorden voor het kopje gebruikt moeten worden dan kan de grootte ook nog omlaag tot bijvoorbeeld 14 pt alleen is het wel belangrijk voor het uiterlijk van de post dat er niet te veel tekst in komt, omdat het dan niet meer clean en duidelijk is.

Logboek

We waren begonnen met de briefing over de opdracht. Toen heb ik ook gelijk doorgevraagd om het duidelijker te maken.

Onderzoek gedaan naar concurrenten en voorbeelden voor een Instagram post en story ontwerp

Begonnen met ontwerpen Instagram post

Feedback gekregen Instagram post

Nieuwe ontwerpen gemaakt Instagram post

Feedback gekregen

Feedback verwerkt/nieuwe ontwerpen gemaakt Instagram post

Instagram Post ontwerp afgerond

Begonnen aan Instagram Story Ontwerp

Feedback ontvangen ontwerp

Feedback verwerkt / nieuwe ontwerpen gemaakt

Feedback ontvangen

Feedback verwerkt / ontwerp is afgerond

Begonnen aan Instagram story ontwerpen

Feedback ontvangen

Feedback verwerkt / nieuwe ontwerpen gemaakt

Feedback ontvangen

Feedback verwerkt. Instagram story ontwerp is af

Bronvermelding

Festival Fans

Bram Vermeulen, Sjors Timmermans

Festileaks

Voetbal International

Brit and co

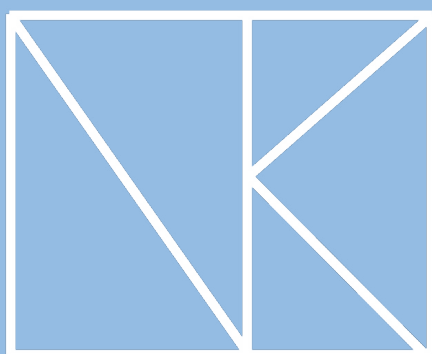
Into the Woods

<https://this-person-does-not-exist.com/en>

<https://blog.hootsuite.com/free-Instagram-story-templates/>

<https://business.instagram.com/advertising/>

<https://business.instagram.com/a/stories>



NIELS KASSENBERG

