

NISSAN LEAF ACENTA **WORKFLOW**



Indhold

Indholdsfortegnelse

Opgavebeskrivelse

Reklamekampagne for Nissan Leaf Acenta

Beskrivelse

Nissan vil lave et salgsfremstød for deres elbil Nissan Leaf Acenta 30 kwh. Nissan Leaf er en elbil, og Nissan ønsker at fokusere på at bilen er „grøn“ og ikke så meget økonomien ved at have en elbil. Bilen har en startpris på 312.470 kr. Nissan vil gerne have lavet et spændende logo specifikt til denne kampagne. Naturligvis med stor respekt for deres brand og nuværende designlinje.

Målgruppe

Målgruppen er yngre par 25-35 år, som har råd til en bil i den klasse og prioriterer miljø og klima. De er færdiguddannede og har faste gode jobs. De bor højst sandsynligt i en større by og sætter pris på gode oplevelser. De går ofte ud og spiser og handler hovedsageligt økologisk.

Krav

- Der skal bruges nogle af de værktøjer og fremgangsmetoder, som er modtaget i designundervisning.
- Der skal laves billedbehandling i forhold til anvendelse
- Opsætning i InDesign (grundlinjenet, nested styles sammenkopi af tekst til objekt)
- Fremstilling af interaktiv PDF og en Epub, som skal konverteres til HTML og CSS
- Anvendelse af infografik
- Workflow

Materialer

Kampagnens materialer skal bruges til den årlige biludstilling i Hamborg.

- Logo
- Plakat
- Flyer
- Informationsbrochure
- Roll-up
- Webbanner
- Mockups
- Emballage til nøgle

Planlægning

Oversigt

Når man står overfor en opgave, er det væsentligt, at kunne planlægge og prioritere sin tid rigtigt. Det er vigtigt ift. kunder, kolleger, sig selv, opgaven m.m. Planlægning af projekt er med til at skabe et overblik over ens kommende forløb.

Jeg har valgt at planlægge min tid i Trello, hvor jeg har oprettet to kort - ét for hver uge. Herunder har jeg indsat dagene mandag til fredag og under hver dag, har jeg lavet en tjekliste med de opgaver, som skal nås i løbet af dagen.

The screenshot shows a Trello board interface with a blue header. The board is titled "Nissan kampagne" and is marked as "Private". The user's name, "Michelle Koch Nielsen", is visible in the top right corner. The board contains two columns representing weeks: "Uge 42" and "Uge 43". Each column has a list of tasks for each day of the week (Mandag, Tirsdag, Onsdag, Torsdag, Fredag). The tasks are represented by checkboxes and numbers indicating progress.

Uge 42	Uge 43
Mandag 1 task, 5/5 completed	Mandag 0/4 completed
Tirsdag 1 task, 4/6 completed	Tirsdag 0/3 completed
Onsdag 4/5 completed	Onsdag 0/4 completed
Torsdag 1 task, 3/5 completed	Torsdag 0/4 completed
Fredag 2/3 completed	Fredag Oct 28

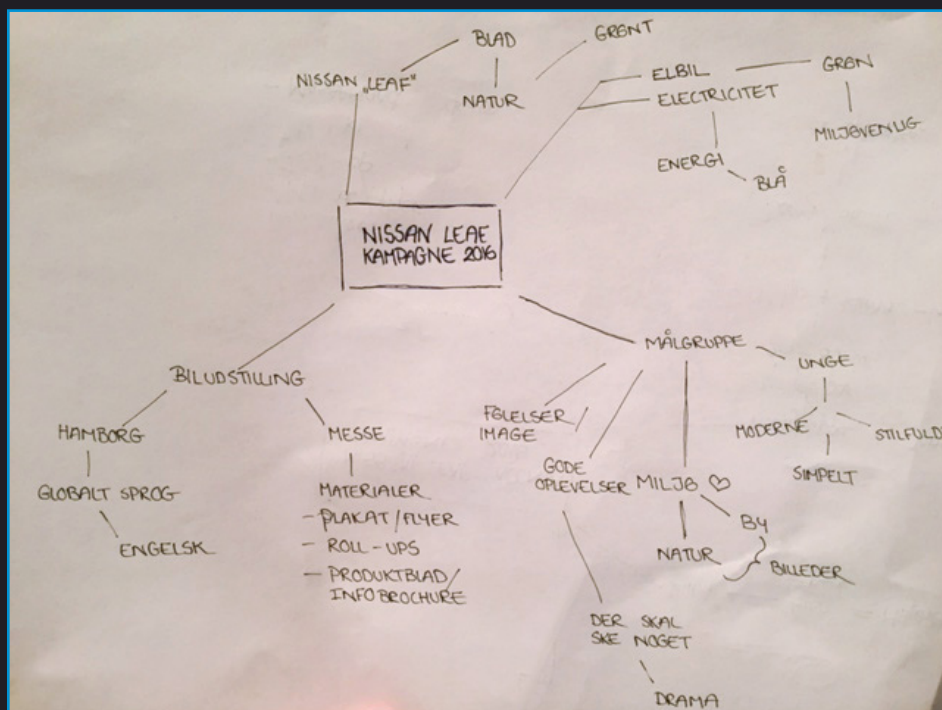
Brainstorm

Ideen med kampagnen er, at lave et salgsfremstød for Nissans elbil Leaf Acenta, hvor ønsket er, at der fokuseres på bilens miljømæssige goder. Som ved enhver anden grafisk opgave, er det vigtigt, at kampagnen og al dens indhold, henvender sig korrekt til målgruppen. I dette tilfælde er målgruppen yngre par, som har faste gode jobs og som prioriterer miljø og klima. Det er et yngre par, som godt kan lide, at der sker noget: De bor højest sandsynligt i en storby og de sætter pris på gode oplevelser (de går f.eks. ofte ud og spiser).

Til idéudvikling af kampagnens koncept, har jeg lavet en brainstorm med fokus på målgruppen og på hvor kampagnens materialer skal anvendes - i dette tilfælde til en international biludstilling i Hamborg.

Ord:

- Elbil - elektricitet
- Grøn
- Miljøvenlig
- Energi - blå
- Nissan „leaf“ - blad
- Natur
- Målgruppe
- Unge
- Moderne
- Stilfuldt og simpelt
- Miljøet: by og natur
- Holder af naturen - naturbilleder
- Bor i større by - bybilleder
- Gode oplevelser - der skal ske noget
- Følelser/ image
- Biludstilling
- Hamborg
- Sprog: Engelsk
- Messe
- Materialer



Idéudvikling

Moodboard



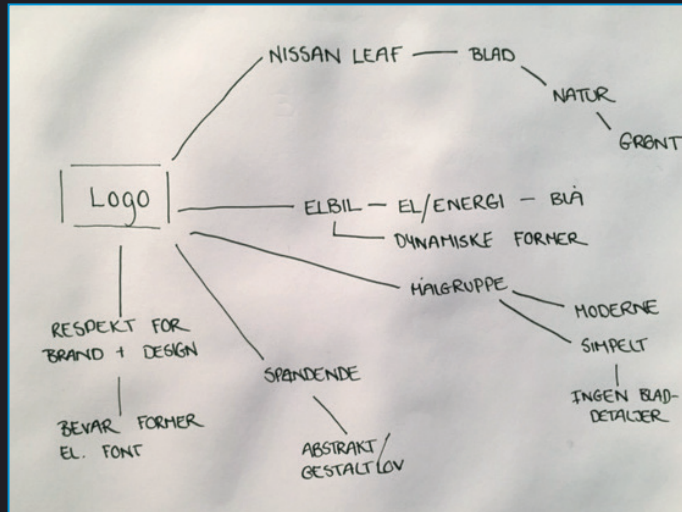
Idéudvikling af logo

Brainstorm & skitser

Første step af idéudvikling til logo er brainstorm. Nissan ønsker et spændende logo til kampagnen, som stadig skal have respekt for deres brand og nuværende designlinje. For at ramme målgruppen, skal logoet være moderne og simpelt. Da bilen hedder Leaf Acenta, og fordi elbilen er miljøvenlig, blev omdrejningspunktet et blad. Et blad for bl.a. at illustrere det miljøvenlige.

Nøgleord

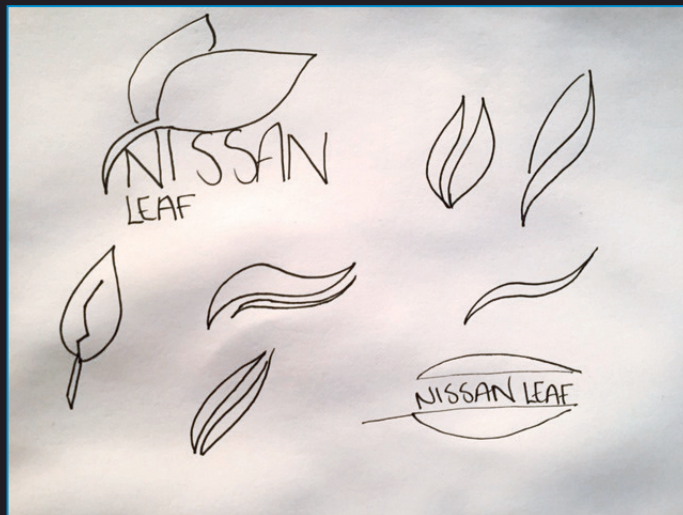
- Nissan Leaf: Blad
- Natur - grønt
- Elbil - el/energi - grønt
- Spændende - dynamiske former
- Abstrakt
- Gestaltlovene
- Moderne
- Simpelt



Idéer til slogan

Sloganet skal være kort og præcist og det skal henvende sig til målgruppens følelser. Det skal skabe tanker omkring deres omgivelser og have en holdning, som de er enige i.

- Nature thanks you
- Clean power, clean conscience
- Embrace nature
- Healthy decision
- Join peace with nature
- Protect the world
- World's new choice
- Power up



Idéudvikling af logo

Logoprocessen

Efter brainstorming og idéer til slogan, gik jeg i gang med at udforme logoet i Adobe Illustrator. Jeg var på dette punkt stadig ikke helt klar over, præcist hvordan logoet skulle se ud, men jeg havde en idé om formerne.

Min første idé var, at logo skulle være grønt, men længere inde i processen kom jeg frem til, at det skulle være blå. Læs mere om valget af den blå farve på side 8.

1.



2.



3.



4.



Logo

Beskrivelse

Efter mange overvejelser og logovarianter, valgte jeg nr. 4 (se side 7). Nr. 2 blev valgt fra, da jeg fik for mange associationer til vand og bølger - derudover er det svært at se, at det er et blad. Nr. 3 blev valgt fra, da det i mine øjne godt kan ligne en form for vinge. Det blev derfor nr. 4, hvor vinklen på formerne er mere sammenlignelige med et blad.

Gestaltlovene

Perception - hvordan opfatter vi det vi ser?

Afslutning/ closure: Øjet afslutter figuren.

Kontinuitet: Øjet ledes af linjer/ skaber linjer.

Logoets blad som består af to figurer, opfattes som en samlet figur. Linjen der skabes af de to figurer, opfattes som bladets ledningsstreng.

Farvesymbolik

Den lyseblå farve anvendt i kampagnen, er opfriskende og spændende, og symboliserer energi og lethed. Den lyseblå farve passer godt til Nissans ønske om et spændende logo, samtidig med at den giver associationer til energi, som passer til at det er en kampagne for en elbil.



Visuel identitet

Beskrivelse

Den visuelle identitet tager udover logo, slogan, farvepalette og typografi, udgangspunkt i den grafiske stil. Den grafiske stil består i denne kampagne af et element - den blå gradient. Elementet skal især fremhæve det simple, moderne og elegante ved produktet for at imødekomme målgruppen. Det samme gør sig gældende for billedstilen igennem kampagnen, som er sort/hvid. De sort/hvide billeder er med til at fremhæve dels den blå farve, dels produktet (bilen). Billederne, som er af natur og by, er derudover behandlet med høj kontrast, så de fremstår mere dybe og dramatiske. Igennem kampagnen gøres der brug af et produktbillede af bilen i den hvide farve; dette for at fremhæve renheden ved produktet.

Typografi

Beskrivelse

Open Sans er en humanistisk sans serif font designet af Steve Matteson. Open Sans var designet med åbne former og en neutral, men venlig fremtræden. Den er optimeret til print, web og mobil og har en god læsbarhed.

Jeg har valgt Open Sans til kampagnen, da fonten er neutral, læsevenlig og moderne. Derudover er fonten optimeret til web og tilgængelig på Google Fonts, så den let kan implementeres i ens webmaterialer.

Open Sans Light

Open Sans Regular

Open Sans Semibold

Open Sans Bold

Produkter

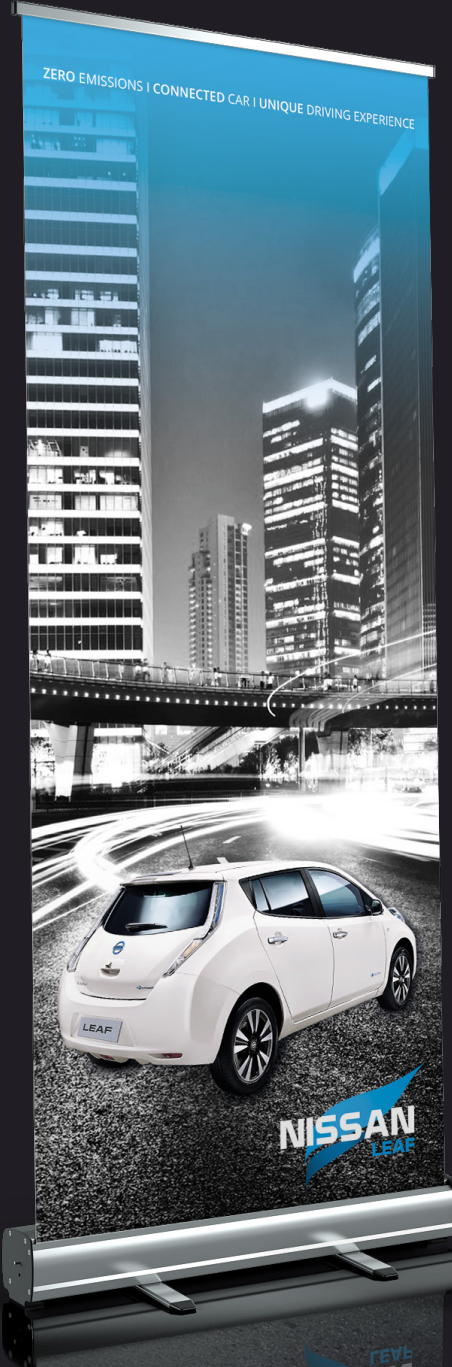
Plakat



Produkte
Flyer



Produkte
Roll ups







Produkter

ePub & interaktiv PDF

Kort beskrivelse

Samme som informationsbrochuren

Fremgangsmåde

Infografik/ animationer/ formularer

Konvertering til HTML & CSS

Korrekt PPI + RGB farver (skærmvisning)

Produkter

Webbanner

Kort beskrivelse (ift. målgruppe)

Fremgangsmåde (sublime text - html & css)

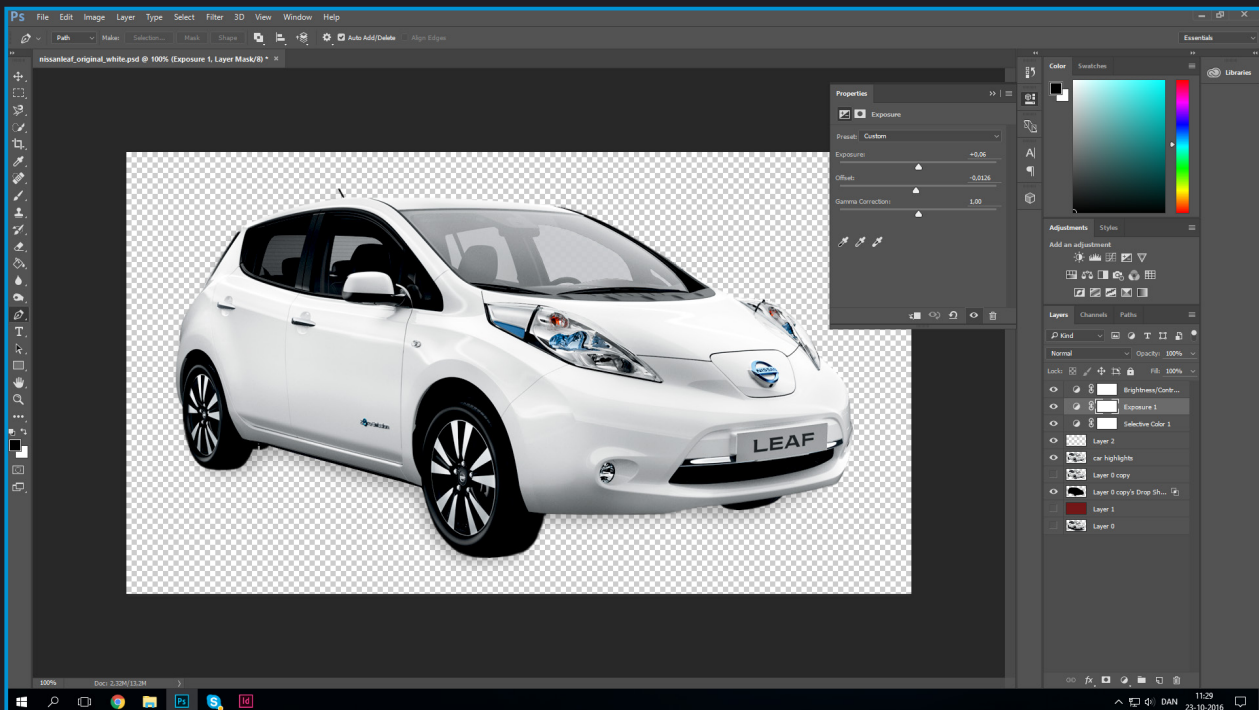
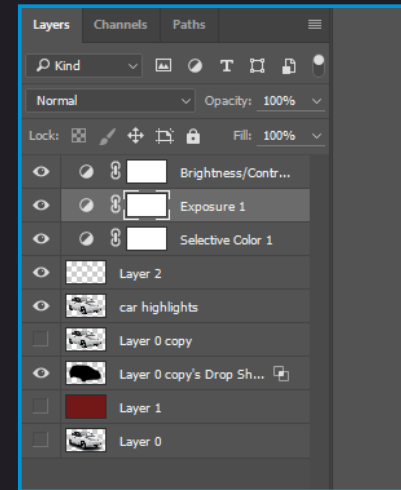


Billedbehandling

Bilen

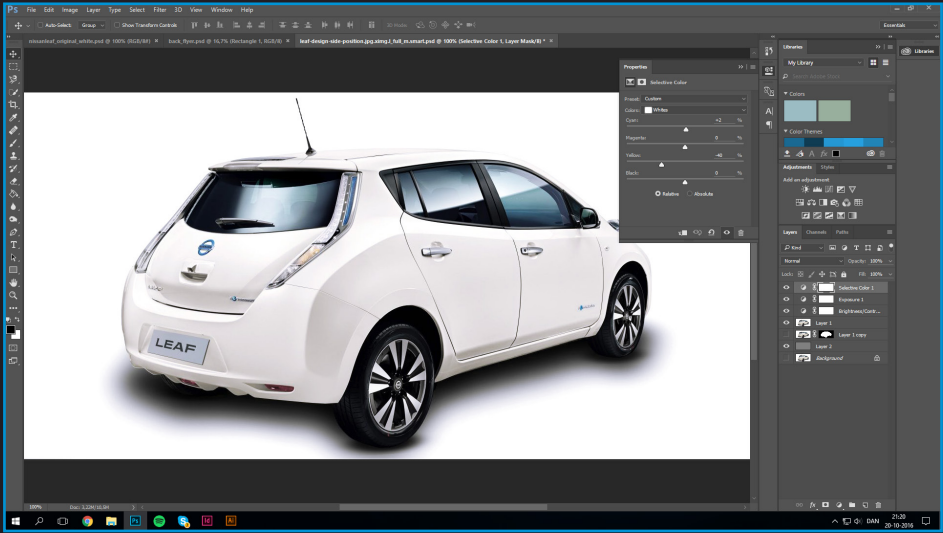
Plakat og flyer er lavet i hhv. Photoshop og InDesign. Første step var at fritlægge bilerne. Dette blev gjort med Pen Tool. Da skygger kan være krævende at fritlægge, valgte jeg at lave path helt ind til bilens kant uden at tage skyggerne med, for derefter at lægge en ny skygge på bilen med Drop Shadow. Skyggen er herefter blevet redigeret ved brug af Transform - distort og et Gaussain blur filter.

Bilens farve så en anelse grå og kedelig ud, så jeg har tilføjet et Adjustment Layer og ændret på Exposure, trukket lidt gul ud i Selective Color og til sidst øget kontrasten, så bilen fremtræder skarpere og nyere. Der er ligeledes tilføjet et par highlights med en hvid, blød Brush, så bilen fremstår endnu mere shiny. Derudover har jeg fjernet uønskede tynde linjer, som Pen Tool sommetider let kan efterlade, ved at tilføje Layer Matting og Defringe på 2 px. Til sidst har jeg konverteret billedet til CMYK, ændret farveprofil til Fogra39 og sørget for, at ppi er 300.



Billedbehandling

Bilen



Før



Før



After



After



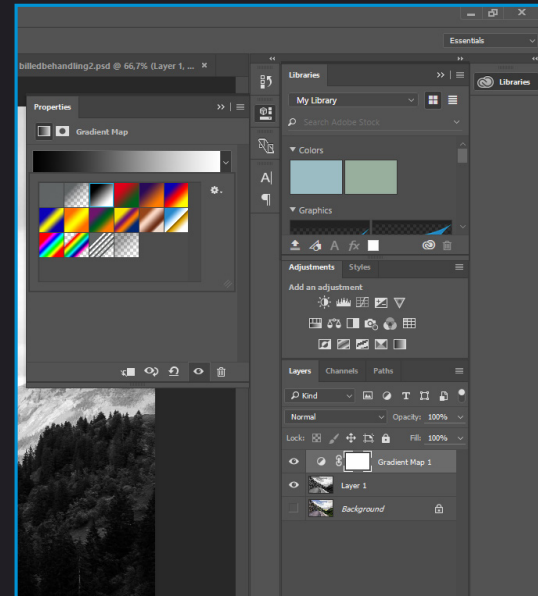
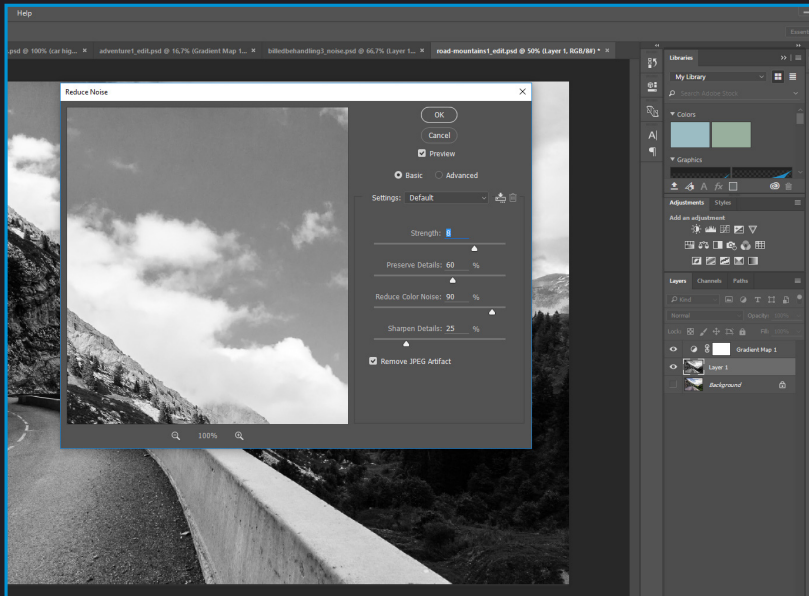
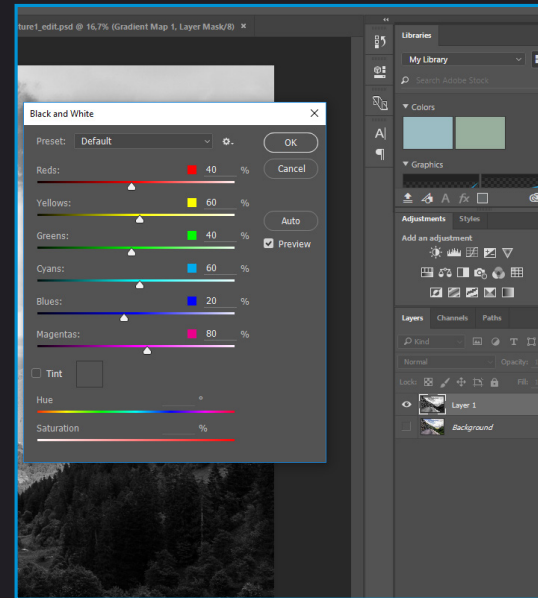
Billedbehandling

Naturbilledet & bybilledet

Anvendte værktøj:

- Black/ white
- Kontrastøgning
- Gradient map - dramatisk, dybe sort/hvid look
- Reduce noise (fjerne støj fra billedet)
- Healing spot (fjernet uønskede, urelevante detaljer)
- Burn tool (mørke himlen)

Program: Adobe Photoshop



Billedbehandling

Naturbilledet & bybilledet

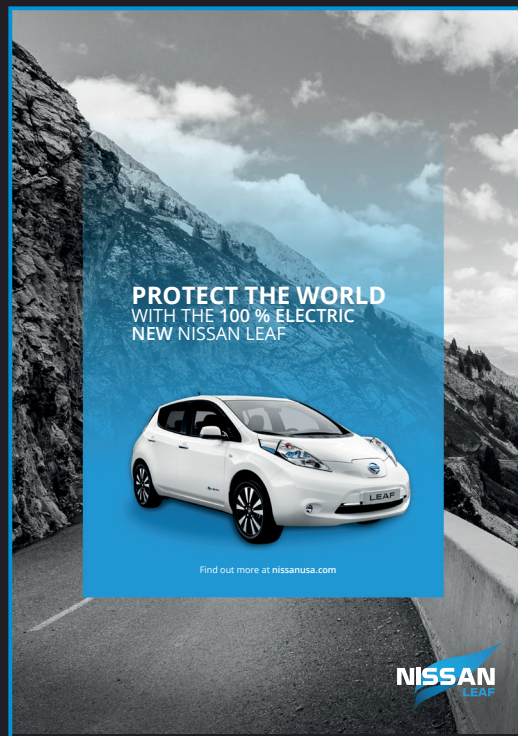


Fremgangsmåde

Plakat A4, flyer A5 & Roll-ups 200 x 80 cm

Baggrundsbilledet med den blå boks og bilen er opsat i Photoshop. Det er blevet gjort fordi Photoshop's gradient værktøj gav en mere præcis gradient, og det er nemmere at lægge ekstra skygger/ highlights omkring bilen i Photoshop. Tekst og logo er blevet tilføjet i InDesign, da InDesign har flere muligheder for tekst og håndterer teksten bedre. Til sidst blev InDesign filerne eksporteret til Press Quality PDF med beskæringsmærker og 3 mm bleed.

Programmer: Adobe Photoshop og InDesign



Informationsbrochure

Idéudvikling

Kort beskrivelse

Brochuren indeholder informationer om bilen og viser nogle af fordelene ved at have en elbil. På den ene side i brochuren, er det muligt at booke en prøvetur, hvor det er meningen, at man kan klippe afsnittet ud og aflevere det ved messestanden.

Ideer og skitser

Fremgangsmåde:

Infografik Illustrator

InDesign (grundlinjenet, paragraph styles, mellemrubrik)

Fremgangsmåde:

Baggrundsbillede (tilpasset så forside/ bagside passer)

Infografik er lavet i Illustrator