

INDIVIDUEEL PRODUCT STORYTELLING

Nathalie Barij | GroenM151a
500848554

BRAND STORY MANIFESTO

TEMPLATE BRAND STORY MANIFESTO



Armoede bestrijden van armoede op de meest efficiënte manier

Emoties: focus, bewustzijn, doelgericht, felheid, furie, onrecht, trots, vrede

Actievoerders

Man & vrouw

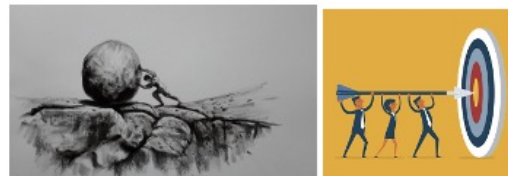
15-55 jaar

Brand Story Manifesto – Tekst

Heldendaad?

Wij denken aan een ander. Wij geven de armen het gevoel dat ze over armoede kunnen praten en dat ze er mogen zijn. Wij zijn de helpers, die voor elkaar klaar staan waar nodig. Bijna 1 miljoen mensen leven in armoede in Nederland. Dit is een onderwerp waar mensen niet voor open durven te staan, omdat hier een taboe op hangt. Dit taboe moet doorbroken worden. Praat erover met elkaar. Vraag aan een ander wat hij of zij nodig heeft. Sta klaar voor elkaar. Armoede is geen keuze. Het leven is niet altijd eerlijk maar opgeven is geen optie. Wij gaan de strijd aan tegen armoede en het taboe die erop staat. Ook gaan wij de strijd aan tegen de verschrikkelijke gevolgen hiervan. Wij zijn ervan overtuigd dat wij deze strijd gaan winnen. Laten we elkaar trots maken en armoede de wereld uit helpen.

Brand Story Manifesto - Visuals



SAMENHANG

Samenhang van alle producten

Inhoud

- Gezamenlijk hebben we de slogan: "Menstruatie-armoede is een bloedserieus probleem" bedacht (dit laat iedereen terugkomen)
- De hashtag #BLOEDSERIEUS komt bij iedereen terug en deze hashtag wordt gebruikt op social media
- De quote: "1 op de 10 vrouwen heeft soms geen geld voor maandverband" komt terug op alle middelen"
- De teksten zijn met een informele tone of voice
- Er is een goede verhouding tussen tekst en beeld
- Onderling verwijzen we naar andere producten gemaakt door medestudenten van ons groepje (denk aan het forum of een interview)

Vorm

- We gebruiken ieder de huidige huisstijl kleuren van het Armoedefonds
- We laten diverse grafische elementen terugkomen op onze individuele producten.
- We maken allemaal gebruik van zwart-wit foto's (Kaylee heeft alleen een foto in kleur staan omdat dit beter uitkwam)
- De titels zijn geplaatst in half zwart, half paars. Dit sluit aan op het logo.
- Ieder laat het logo van het armoedefonds terugkomen
- De hashtag is in dikgedrukte hoofdletters



**Inspiration
fase**

INSPIRATION OPDRACHTGEVER

Inhoud

- Op de homepagina is drie soorten content te zien: projecten, nieuws en de optie om te doneren.
- Op de homepagina wordt op een duidelijke manier omschreven hoeveel geld er in totaal is opgehaald. Daarbij wordt aangegeven hoeveel daarvan vanuit donateurs of actievoerders komen.
- Bovenin de homepagina staan beschreven waar ze voor staan (mini about us page)
- Bovenin de homepagina verwijzen ze naar hun social media kanalen, e-mail en telefoonnummer.
- Onderaan bij de footer gebruiken ze overal dezelfde feiten en cijfers.
- Op de menubalk hebben ze verschillende soorten content staan zoals 'start een actie' en 'armoede in Nederland'.
- Ze maken gebruik van een duidelijke menubalk

€ 7.015 opgehaald

3 acties 0 teams 351 donaties

♥ Doneer nu >

+ Start actie >



ARMOEDE DIT DOEN WIJ HELP MEE IK ZOEK HULP AANVRAGEN NIEUWS CONTACT



INSPIRATION OPDRACHTGEVER

Vorm

- Er wordt veel gebruik gemaakt van de kleuren paars, zwart en wit.
- Belangrijke woorden die goed moeten opvallen worden of dikgedrukt of paars gekleurd.
- De homepagina is met een overzichtelijke structuur van blokken vormgegeven, waardoor je alle informatie in een oog opslag kan zien.
- De blokken zijn ook in verschillende kleuren vormgegeven
- Op bepaalde pagina's maken ze gebruik van een slide effect om meerdere foto's te laten zien
- Er wordt veel gebruik gemaakt van doorverwijzingen naar andere pagina's met woorden zoals 'bekijk alle'.
- Duidelijke knoppen die goed moeten opvallen zijn geel gekleurd
- Ze maken relatief meer gebruik van beeld dan van tekst (ook in briefing vermeld)



Menstratieproducten doneren

22-03-2021 | 17:11

We hebben inmiddels 23 uitgiftepunten in Nederland waar meiden en vrouwen laagdrempelig (gratis) menstratieproducten kunnen krijgen. We streven naar 100-200 uitgifte punten in Nederland. Daarvoor zijn producten nodig, heel veel producten.

Daarom zijn we iedereen ontzettend dankbaar voor hun steun. Zo hebben we

[Lees meer](#)



ARMOEDE DT DOEN WIJ HELP MEE IK ZIEK HELP AANVRAGEN NIEUWS CONTACT



Schoolspullenactie

Robin (12) is een van de ruim 10.000 kinderen die in 2020 dankzij het Armoedefonds schoolspullen heeft kunnen kopen. Ook dit jaar is ons streven om duizenden kinderen te helpen met de schoolspullenpas. Help je mee?

IK WIL HELPEN



DONEREN

Word donateur of geef een eenmalige donatie.

€3

€6

€9

Ander bedrag

* Minimaal €2,50

DONEREN NU

Wet u dat ruim 1 miljoen Nederlanders in armoede leven?

Veel mensen met financiële problemen zijn afhankelijk van de hulp van lokale organisaties. Het Armoedefonds geeft financiële steun aan lokale hulporganisatie zodat zij hun onmisbare werk voor mensen die in armoede leven kunnen voortzetten.

Stichting Armoedefonds geloofd in mensen die elkaar helpen. Wilt u zelf de handen uit de mouwen steken als vrijwilliger? Op de website

Hulpbijarmoede.nl kunt u zoeken naar een lokale hulporganisatie bij u in de buurt.

ONTWERPCRITERIA OPDRACHTGEVER

Inhoud

- Geef op een duidelijk manier aan hoe mensen geld kunnen doneren of een actie kunnen starten
- Maak gebruik van cijfers en procenten voor meer overzicht
- Gebruik korte woorden in de menubalk
- Verwijs op de homepagina naar de sociale media kanalen en andere middelen

Vorm

- Maak gebruik van de kleuren paars, zwart en wit
- Belangrijke woorden dikgedrukt maken in een andere kleur dat goed opvalt
- Maak gebruik van een goede structuur op de homepagina door blokken toe te voegen
- Verwerk meer beeld dan tekst op de pagina's

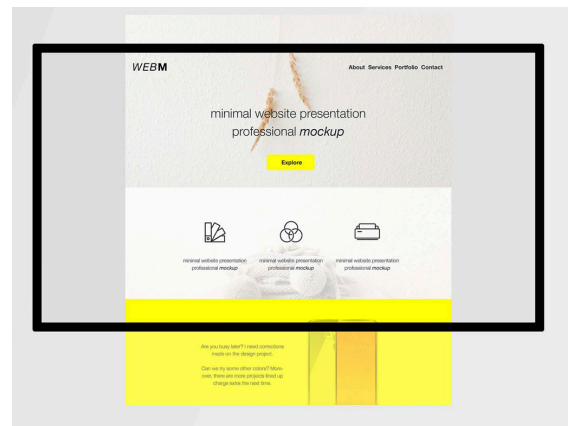
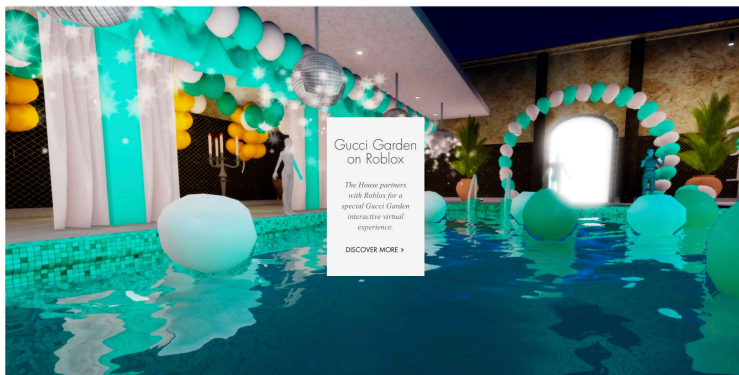
Techniek

- Maak gebruik van slide effecten om meerdere beeld elementen te laten zien
- Voeg doorverwijzingen op de pagina's toe

INSPIRATION VAKKENNIS

Inhoud

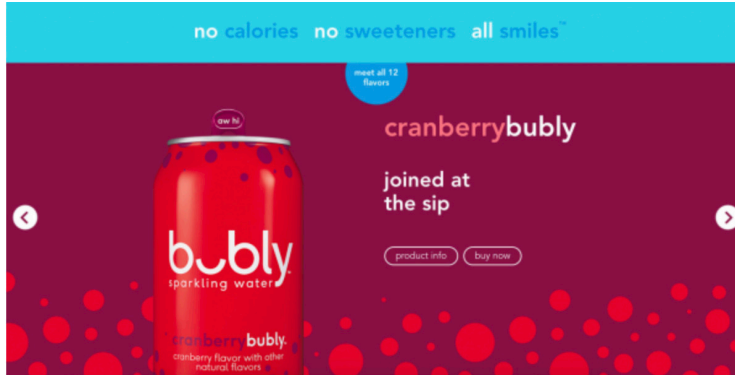
- Onderzoek (Hall, 2020) toont aan dat rust en overzichtelijkheid ontzettend belangrijk is.
 - De content op een website moet goed leesbaar zijn en een fijne uitstraling hebben.
 - Minimalistische designs zijn de laatste tijd een grote trend: strak, eenvoudig en clean.
 - Foto en video speelt een grotere rol en wordt meer gewaardeerd dan grote lappen tekst.
 - Meer aandacht voor persoonlijk contact of een persoonlijk bericht.
-
- De content op een website moet goed bij de doelgroep passen.
 - De toon of voice moet ook afhangen van de doelgroep.
 - Het is belangrijk te begrijpen wat voor doel de website heeft: informeren, activeren.



INSPIRATION VAKKENNIS

Vorm

- Onderzoek (Hall, 2020) toont dat het gebruiken van gedurfde, heldere en verzadigde kleuren je website helpen te onderscheiden van anderen.
 - Gedurfde typografie is trendy.
 - Door zware vetgedrukte lettertypen krijgt de doelgroep de boodschap sneller binnen.
 - Door grote lettertype te combineren met sterke kleuren wordt deze boodschap nog extra benadrukt.
 - Illustraties zijn de laatste tijd enorm populair worden.
-
- De inrichting van een website is erg belangrijk: welke content komt waar?
 - Websites moeten een overzichtelijke structuur hebben zodat de doelgroep langer blijft hangen.
 - De belangrijkste informatie moet links geplaatst worden, omdat daar het meest naar wordt gekeken.
 - Door gebruik te maken van veel beeld en opvallende buttons kan je minder tekst gebruiken.



ONTWERPCRITERIA VAKKENNIS

Inhoud

- Zorg ervoor dat de tekst op de website goed leesbaar is en dat het goed aansluit bij de doelgroep
- Houdt de website strak, eenvoudig en clean
- Probeer veel foto en video op de website te gebruiken i.p.v. veel tekst
- Maak gebruik van persoonlijk contact op de website zoals een hulplijn of chat
- Houdt de toon of voice informeel en duidelijk

Vorm

- Maak gebruik van gedurfde, heldere en verzadigde kleuren
- Verwerk veel typografische elementen op de website
- Maak gebruik van een overzichtelijk structuur
- Plaats alle belangrijke informatie bovenaan op de website
- Plaats de minder belangrijke informatie op de rechter kant van de website
- Maak gebruik van duidelijk knoppen

INSPIRATION BEST PRACTICES

Kansfonds

De eerste website wat ik gekozen heb is www.kansfonds.nl. Het is net als het ArmoedeFonds een organisatie wat mensen helpt die in armoede leven. Ik heb voor deze website gekozen, omdat ik benieuwd was wat voor content ze aanbieden en hoe ze dit hebben vormgeven.

Inhoud

- Op de homepage staat 4 soorten content: campagne, optie om te doneren, artikelen en informatie per thema.
- Bovenin starten ze meteen met informatie over hun campagne.
- Ze maken gebruik van een goede verhouding tussen tekst en beeld.
- In de footer hebben ze hun nieuwsbrief heel groot en opvallend gemaakt.

Vorm

- Ze maken gebruik van de kleuren groen en donkerblauw.
- Belangrijke knoppen die goed moeten opvallen zijn roze gekleurd.
- Er zit minder structuur op de pagina's, ze spelen meer met de plekken waar ze content op zetten.

Techniek

- Ze maken gebruik van een duidelijk navigatiestructuur.

Ieder mens telt.

Daarom ziet Kansfonds om naar de meest kwetsbare mensen in Nederland. Mensen wiens kwetsbaarheid niet altijd even zichtbaar is, maar vaak wel allesbepalend: dak- en thuislozen, ongedocumenteerden en mensen in armoede. We helpen waar niemand anders dat doet of durft. We steunen lokale initiatieven, bieden een vangnet en zoeken naar een oplossing voor de oorzaken die de problemen in stand houden. Dat doen we met elkaar. Zodat er een samenleving ontstaat waarin plek is voor iedereen. Doe je mee?



[Doneer aan Kansfonds →](#)

[Doe een projectaanvraag →](#)

INSPIRATION BEST PRACTICES

Own identity

De tweede website wat ik heb gekozen is www.ownidentity.com. Ze helpen andere bedrijven met het professionaliseren van hun webdesign, effectieve SEO etc. Ik heb deze website gekozen, omdat ik nieuwsgierig was hoe hun website eruit ziet aangezien ze veel over het webdesign weten. Dus ik wilde zien of ik hier inspiratie uit kon halen.

Inhoud

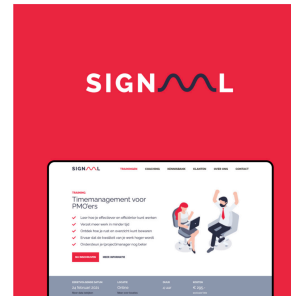
- Op de homepage staat alleen de aller belangrijkste informatie.
- Ze maken geen gebruik van volle teksten, alleen steek woorden en op sommige plekken 1 of twee zinnen.

Vorm

- De homepage ziet er leeg uit en is heel minimalistisch.
- De pagina's staan vol met verschillende soorten gedurfde kleuren zoals lichtblauw, rood en groen.
- Er staat relatief meer beeld dan tekst op de pagina's
- Aan de onderkant van de homepage gebruiken ze geen kleur waardoor je een goed contrast hebt met de bovenkant.
- Ze maken gebruik van verschillende lettertypes en variëren met de grootte en dikte daarvan.

Techniek

- Goed navigatiesysteem en een overzichtelijke structuur.
- Je wordt doorverwezen door op plaatsjes te klikken dus er staan niet overal knoppen.



TRAININGSBUREAU SIGNAAL

Efficiënte website en huisstijl



ANGELA BRANDSEN

Persoonlijke branding + website

ONTWERPCRITERIA BEST PRACTICES

Inhoud

- Belangrijkste informatie bovenaan plaatsten
- Maak gebruik van een simpele en overzichtelijke menubalk met korte woorden
- Plaats de belangrijkste informatie aan de rechterkant op de menubalk en de minst belangrijke aan de linkerkant
- Gebruik geen volle teksten
- Maak gebruik van makkelijke woorden en zinnen die snel te lezen zijn

Vorm

- Maak gebruik van veel foto en video
- Varieer met lettertypes en lettergroottes
- Maak gebruik van verschillende kleuren
- Plaats het logo in het midden op de menubalk

Techniek

- Verwerk duidelijk knoppen die de doelgroep doorwijzen naar andere pagina's en zorg er ook voor dat ze op andere manier doorverwezen worden zoals het klikken op een plaatje



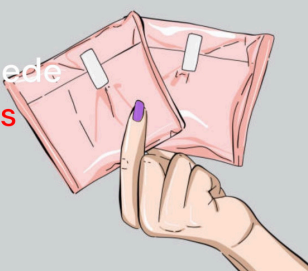
Ideation fase

PROTOTYPE 1

Menstruatie armoede Help mee Forum

ARMOEDE FONDS Abonneer Over ons Contact Login

Menstruatie-armoede is een **bloedserieus** probleem.



Bekijk meer

€7.120 opgehaald
4 acties 0 teams 390 donaties

Doneer nu
kies een bedrag

- € 5
Doneer 5 pakjes maandverband
- € 10
Doneer 5 pakjes maandverband en 5 pakjes tampons
- € 75
Doneer 3 volledig pakket
- Anders
bepaal zelf een bedrag

Start actie
kies een bedrag

- Individueel
- Team
ik wil een team starten met meerdere personen
- Teamlid
ik wil lid worden van een bestaand team

Menstruatie-armoede

is geen taboe

Naar het forum

#Bloedserieus
Volg ons op social media Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Vivamus libero leo, pellentesque ornare, adipiscing vitae, morcus commodo, nulla. Fusce quis ipsum.

Instagram Facebook Twitter YouTube

Abonneer
Kies een abonnement en ontvang gratis iedere maand het magazine en/of de folder.

bekijk magazine bekijk folder

image magazine image folder

CONTACT
Sportlaan 18A
5242 CR Rosmalen
info@armoedefonds.nl
073-6911229

HELP MEE
Kom in actie
Doneer
Online collecteren
Promotiemateriaal

HANDIG
Veel gestelde vragen
Privacy beleid
Cookies

VOLG ONS
Instagram
Facebook
Twitter
YouTube

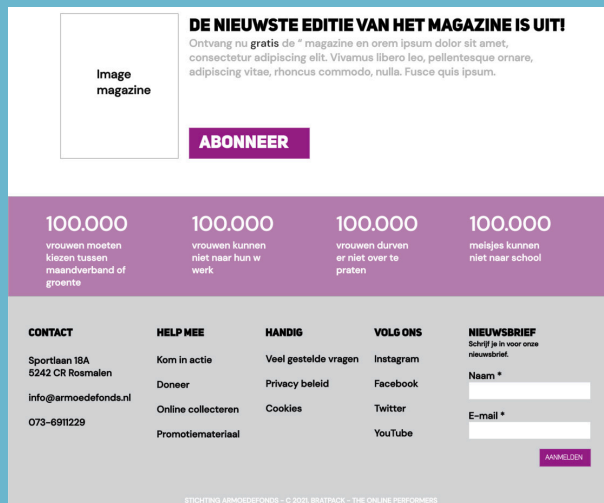
NIEUWSBRIEF
Schrijf je in voor onze nieuwsbrief.
Naam *
E-mail *

ABONNEER

STICHTING ARMOEDEFONDS - © 2021 BRATPACK - THE ONLINE PERFORMERS

- Verwijs op de homepagina naar de sociale media kanalen en andere middelen
- Geef op een duidelijk manier aan hoe mensen gel d kunnen doneren of een actie kunnen starten
- Maak gebruik van de kleuren paars, zwart en wit
- Maak gebruik van een goede structuur op de hom epagina door blokken toe te voegen
- Belangrijke woorden dikgedrukt maken in een an dere kleur dat goed opvalt
- Probeer veel foto en video op de website te gebrui ken i.p.v. veel tekst
- Houdt de toon of voice informeel en duidelijk
- Plaats alle belangrijke informatie bovenaan op de website
- Plaats de belangrijkste informatie aan de rechterkant op de menubalk en de minst belangrijke aan d e linkerkant
- Gebruik geen volle teksten
- Plaats het logo in het midden op de menubalk

PROTOTYPE 2



- Geef op een duidelijk manier aan hoe mensen geld kunnen doneren of een actie kunnen starten
- Maak gebruik van cijfers en procenten voor meer overzicht
- Gebruik korte woorden in de menubalk
- Maak gebruik van de kleuren paars, zwart en wit
- Maak gebruik van een goede structuur op de homepage door blokken toe te voegen
- Maak gebruik van slide effecten om meerdere beeld elementen te laten zien
- Plaats de minder belangrijke informatie op de rechter kant van de website
- Varieer met lettertypes en lettergroottes
- Maak gebruik van duidelijk knoppen

PRETEST

Opzet en aanpak

Respondent 1: Iris Wichers, vrouw, 18 jaar.

Respondent 2: Ilse Dijkhuizen, vrouw, 18 jaar.

Vragen topiclijst

- Welk prototype valt jullie het meeste op? En waarom?
- Welk prototype vinden jullie het meeste overzichtelijk? En waarom?
- Welk prototype spreekt jullie het meest aan qua vormgeving? Wat vinden jullie van het gebruik van twee soorten lettertypen bij prototype 2?
- Wat vinden jullie van de verhouding tussen tekst en beeld op beide prototypes? Moet er meer beeld gebruikt worden en of moet er bij bepaalde plekken tekst worden weggehaald?
- Wat vinden jullie van de verwijzingen naar de social media kanalen? Kan daar volgens jullie nog iets aangepast aan worden?



Iris Wichers



Ilse Dijkhuizen

RESULTATEN PRETEST

Beide respondenten gaven aan dat **prototype 1 voor hen het meeste opvalt**. Ze vinden het prototype aantrekkelijker, om dat er relatief meer met beeld gebruikt is vergeleken met het andere prototype. Ilse (18): 'Je hebt daar **meteen call to actions** zoals de 'bekijk meer' knop waardoor je als bezoeker aangezet wordt om iets te doen.' Iris (18) gaf ook aan dat ze het fijn vindt als websites plaatjes gebruiken. "Je kan er makkelijk overheen kijken en als je dan op een gegeven moment meer diepgaand wil gaan zoeken kan je doorklikken om de teksten te lezen." Volgens beide respondenten is het dus **belangrijk dat de website meer beeld gebruikt dat grote lappen tekst**.

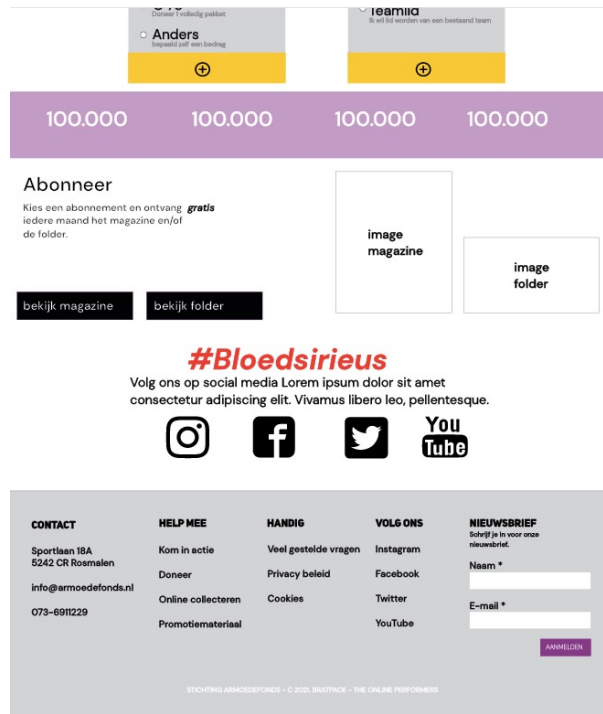
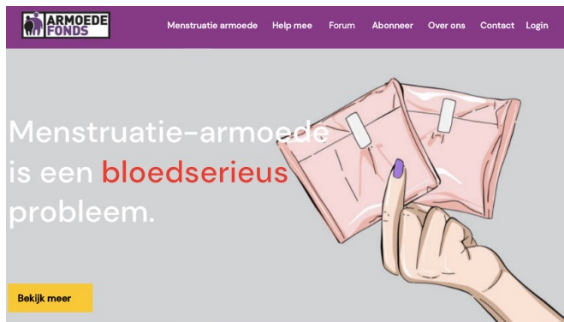
Daarnaast gaven beide respondenten aan dat **het eerste prototype ook een betere structuur heeft**. Zo staat de belangrijkste informatie, namelijk menstruatie-armoede en de mogelijkheid om in actie te komen bovenaan. Bij het tweede prototype vonden ze de **informatie teveel in blokken** staan, waardoor ze aan het begin niet zo goed begrepen wat het onderwerp van de website was. Ilse (18): 'Door de slogan meteen bovenaan als titel te plaatsen wordt het probleem meteen aangegeven en wordt het meteen duidelijk wat je op de website kan doen.'

Ook waren beide respondenten het ermee eens dat **doorverwijzen naar de social media kanalen een belangrijk onderdeel** zijn. Iris (18): 'Het is tegenwoordig een hele goede manier om meer aandacht aan onderwerpen te krijgen en ik zie het de laatste tijd ook veel voorbij komen bij goede doelen.' Ilse (18) voegde daar nog aan toe: 'als je zo'n hashtag wil starten, dan is het heel handig om dat ook aan te geven op de website.'

Beide respondenten kregen na de vragen de opdracht om zelf hun eigen prototype te bouwen (zie volgende slide). Daarbij kozen ze om vooral de vormgeving van prototype 1 te gebruiken. Iris (18) gaf aan dat ze een paarse menubalk en een mooie toevoeging vond aan de website: "**De kleur komt veel voor op andere plekken op de website dus ik denk dat het alles mooi kan verbinden**." Daarnaast gaven beide respondenten aan dat ze de slogan 'Menstruatie-armoede is een bloedserieus probleem' belangrijk vonden om bovenaan de website te plaatsen. Het zou er namelijk voor zorgen dat de doelgroep meteen geïntroduceerd wordt met het probleem. Ilse gaf daarbij nog aan dat het handig is om er een onderwerp bij te zetten zodat de doelgroep, als ze geïnteresseerd zijn, op de 'bekijk meer' knop kunnen klikken om meer informatie te lezen.

RESULTATEN PRETEST

De banner die de doelgroep naar het forum stuurt vonden ze goed om op de homepagina te zetten. Ze kozen alleen wel voor de vormgeving van de banner op prototype 1. Iris (18): "De ander is teveel met blokken en moeilijker om te lezen." Z e hebben er ook voor gekozen om de 'feiten en cijfers' balk bij de footer te plaatsen. Ze vonden het leuk als toevoeging maar het was volgens hun niet het allerbelangrijkste en kon dat het beste onderaan staan.



ONTWERPKEUZES PROTOTYPE 1

Menubalk paars kleuren

Banner paars of geel

Menstruatie-
armoede

Help mee Forum

ARMOEDE
FONDS

Abonneer Over ons Contact Login

Menstruatie- armoede is een **bloedserieus** probleem.

Titel paars i.p.v rood

Extra info toevoegen onder de titel

Bekijk meer

€7.120 opgehaald
4 acties 0 teams 390 donaties

Doneer nu

kies een bedrag

- € 5
Doneer 5 pakjes maandverband
- € 10
Doneer 5 pakjes maandverband en 5 pakjes tampons
- € 75
Doneer 1 volledig pakket
- Anders
Bepaal zelf een bedrag

Start actie

kies een bedrag

- Individueel
- Team
Ik wil een team starten met meerdere personen
- Teamlid
Ik wil lid worden van een bestaand team

Menstruatie- armoede is geen taboe

Naar het forum

#Bloedserieus

Volg ons op social media Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Vivamus libero leo, pellentesque ornare, adipiscing vitae, rhoncus commodo, nulla. Fusce quis ipsum.



Social media onderaan

Abonneer

Kies een abonnement en ontvang gratis iedere maand het magazine en/of de folder.

image
magazine

image
folder

bekijk magazine

bekijk folder

CONTACT

Sportlaan 18A
5242 CR Rosmalen

info@armoedefonds.nl

073-6911229

HELP MEE

Kom in actie

Doneer

Online collecteren

Promotiemateriaal

HANDIG

Veel gestelde vragen

Privacy beleid

Cookies

VOLG ONS

Instagram

Facebook

Twitter

YouTube

NIEUWSBRIEF

Bekrijf je in voor onze
nieuwsbrief.

Naam *

E-mail *

ANMELDEN

Footer grijs kleuren

ONTWERPKEUZES PROTOTYPE 2





**Implementation
fase**

ONDERBOUWING SAMENHANG

Samenhang van mijn product

De website is als hoofdproduct opgesteld en is vooral verbonden met het magazine en de folder.

- De website maakt gebruik van de huisstijlkleuren paars, zwart en wit net als alle andere middelen
- Duidelijke knoppen en woorden die goed op moeten vallen zijn geel gekleurd (dit komt ook terug op de posters en op het magazine)
- De paarse achtergrond kleur komt overeen met de achtergronden van de posters
- Op de website is een pagina aangemaakt wat speciaal bestemd is voor het magazine en de folders waarin de doelgroep deze kan bekijken en downloaden.
- Een stukje uit het interview van Gerda is op de website geplaatst (pagina: menstruatie – armoede)
Er is een citaat, een afbeelding en korte uitleg van het interview gebruikt wat ook in de magazine en in de folder te vinden is. Op deze pagina wordt de doelgroep ook weer doorverwezen om beide middelen te downloaden.
- Op de homepagina wordt verwezen naar de social media kanalen
- De introductie van het forum op de website komt voor een stuk overeen met de poster die speciaal bestemd is voor het forum
- De illustratie met de handjes en de twee poppetjes (logo) komt terug in de poster en in de folder

DEFINITIEF PRODUCT

Website link

- <https://xd.adobe.com/view/0ee88d29-d7d4-4fee-9dd1-1841a4d592e0-5bbb/>

Bronnen

- <https://www.webhostingsecretrevealed.net/nl/blog/blogging-tips/starting-and-running-a-forum-for-your-website/>
- Hall, E. (2020, 10 december). *20 webdesign trends voor het nieuwe normaal van 2021 [volgens 10 experts]*. Media web. <https://www.mediaweb.nl/blog/webdesign-trends-nieuwe-normaal-2021/>
- Z. (2020, 7 mei). *10 TIPS VOOR EEN GOEDE WEBSITE*. ZoutPeper. <https://www.zoutpeper.nl/10-tips-voor-een-goed-e-website-bouwen/>



Vragen?