



SMEIGEDAGENE

2017

VISUELL DESIGN DAT222

439 | 445 | 428

INNHALDSFORTEGNELSE

Dette dokumentet er laget i formatet 1920x1080px og vi anbefaler å åpne PDF filen i fullskjerm.
Til å navigere anbefaler vi å bruke piltaster (høyre/venstre) eller pilene vi har lagt til i dokumentet.

Navn

Logo

Utvikling	4
Ferdig Produkt	5
Vektor & Greyscale	6

Visuell Identitet

Fargevalg	7
Mønster & Tilleggselementer	8
Typografi	9

Markedsføringselementer

Plakat 70x100cm	10
Flyer A5	11
Webdesign	12
Webannonse 780x90 px	14

Tilleggsoppgaver

Rollup & Backstagepass	15
T-Skjorter	16
Festivalnett	17

Avslutning

Arbeidsfordeling	18
Referanser	19

NAVN

Da vi skulle lete etter navn til festivalen, valgte vi å ta utgangspunkt i oppgaveteksten:

“Musikkfestivalen skal arrangeres på **Sørlandet** og vil ha preg av **sommer, sol og skjærgård**. Festivalen finner sted helgen **28 – 30 Juli 2017**.”

Derav lette vi etter sørlandsuttrykk, som kunne passe til kriteriene. Etter å ha snakket med flere sørlendinger, så fant vi ut at **“smeigedag”** var et uttrykk som var kjent for alle sørlendinger, og derfor egnet seg godt som navn på vår festival. Vi har vært innom mange sommerrelaterte navn.

SMEIGEDAGENE 2017

SØRLANDSIDYLL

DER HENN

ODDEFEST

BRYGGEFEST

SOLKYSS

SØRFESTIVAL

SØRFEST

SOMMERBRIS

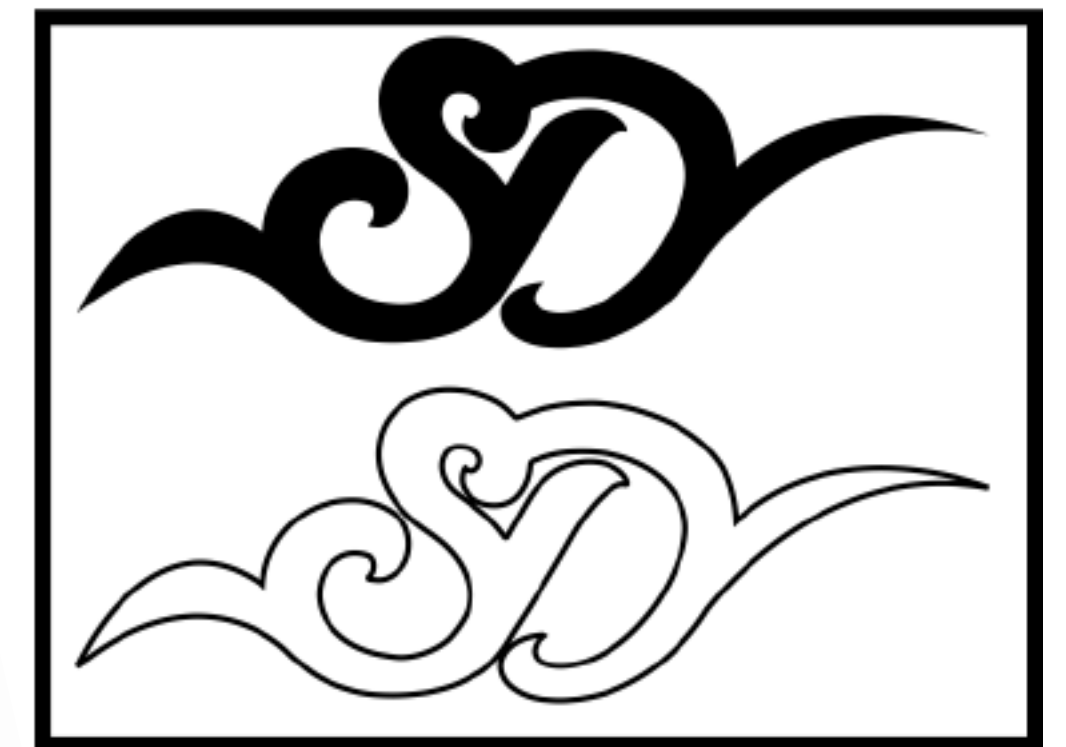
LOGO

UTVIKLING

Da vi skulle skisse en logo, var vi nødt til å ta utgangspunkt i oppgaveteksten. Vi begynte først og fremst å tenke på hvilke farger vi kunne tenke oss i logoen.

Vi kom frem til at solnedgang, er noe som minner de fleste om sommeren. Dette valgte vi å utnytte da vi skulle vurdere fargevalg, men dette kommer vi inn på senere under visuell identitet.

Etter mye research med søk som "summer", "summer vector", "svaberg", osv. samt andre festivaler i samme sjanger. Endte vi opp med en skisse med solnedgang og skjærgård.



LOGO

FERDIG PRODUKT



Vi har tenkt at logoen skal brukes på to forskjellige måter. Den ene skal brukes i kontekst hvor man vet hva logoen representerer (som på t-skjorter som man kjøper på festivalen/brukes av frivillige).



Hovedlogoen består av samme logo bare med tekst. Vi innså at slik logoen var uten tekst, ville den ikke være så gjenkjennelig som vi ønsket.

LOGO

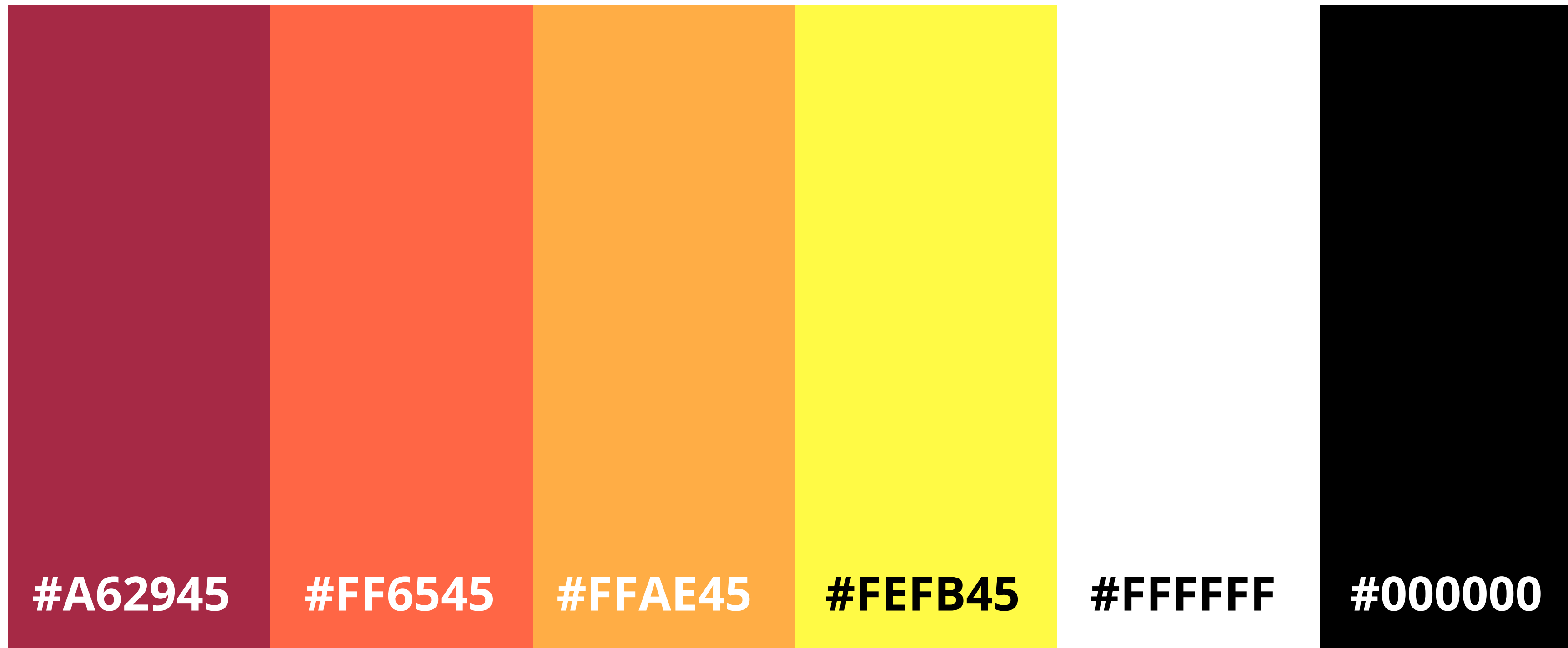
Vektor & GREYSCALE



Logoen er laget i vektorgrafikk og kan derfor skaleres opp og ned så mye man vil uten tap av piksler. Greyscale har vi tatt med for de tilfellene dette er nødvendig.

VISUELL IDENTITET

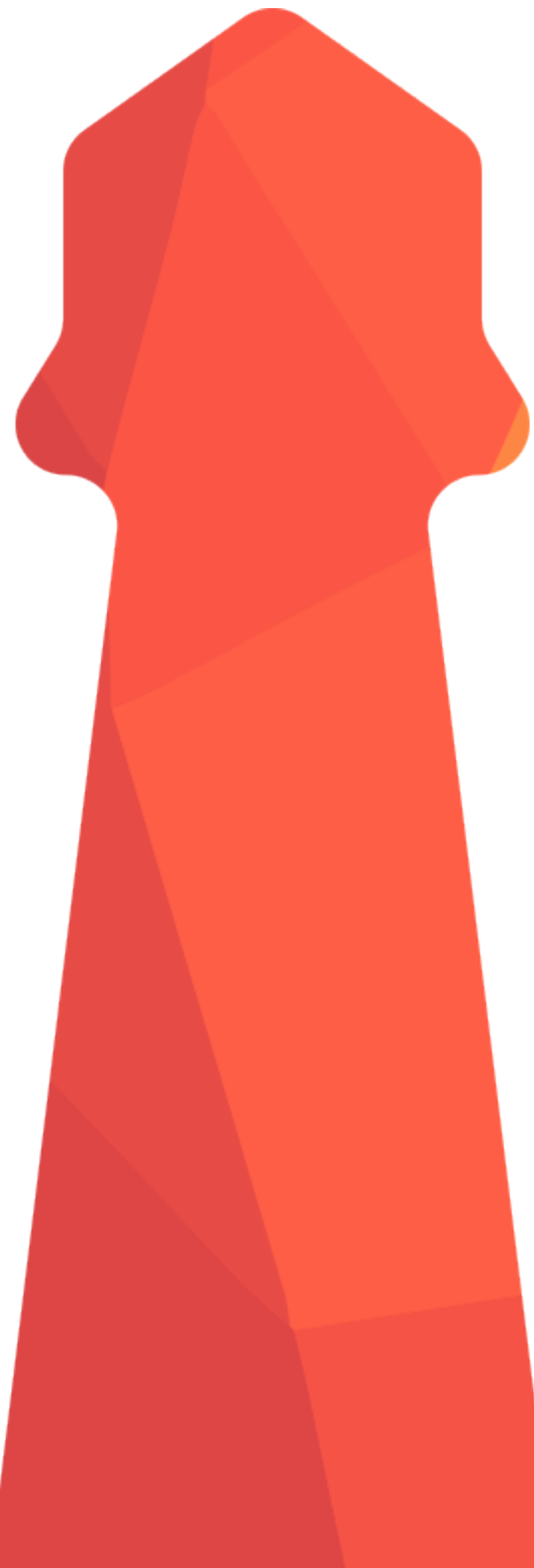
FARGEVALG



Vi tok utgangspunkt i solnedgangen vi laget i logoen. Slik at gult og oransje ble våre primærfarger. Men da disse fargene ikke er de beste til å skape god lesbarhet, så har vi også brukt mye hvitt og sort. Det var også viktig for oss å skape sterke kontraster som varmer og tiltrekker seg oppmerksomhet samtidig.

VISUELL IDENTITET

MØNSTER & TILLEGGSELEMENTER



Vi har tatt i bruk en low-poly bakgrunn. Da vi først fant denne så vi et stort potensiale, og brukte den videre som en gjennomgående bakgrunn for hele prosjektet. I utgangspunktet var den for liten og derfor endte vi opp med å gjøre den om til vektorgrafikk, slik at den ble mer anvendelig.

Vi hadde en idé om å bruke et fyrårn i logoen, men det ble for detaljert. Derfor valgte vi å ha det som et tilleggselement i stedet og implementerte det i webannonsen. I illustrasjonen til venstre viser vi frem både low-poly mønsteret og fyrårnet samtidig.

VISUELL IDENTITET

TYPOGRAFI

SMEIGEDAGENE

Primærfont

Lemon Milk bold, har gått igjennom som en rød tråd, og skal assosieres med festivalen.

SmeigeDagene

Overskrifter

Open Sans Extra Bold, har blitt brukt fordi at den fanger oppmerksomhet ved sine skarpe kanter og tydelige blokkbokstaver.

SmeigeDagene

Brødtekst

Roboto Condensed Regular har vi brukt siden den passer veldig godt med Open Sans og er behagelig å lese.

SmeigeDagene

Logo Detalj

Amanda Salées er blitt brukt til å illustrere to bokstaver i logoens skyer.

MARKEDSFØRINGSELEMENTER

PLAKAT 70x100CM

Plakaten har størrelsen 70x100 cm, og er laget i vektorgrafikk. Vi har også lagt til fargekorrigering i Photoshop, slik at vi unngikk blasse farger i mockupene. Den skal skape interesse, informere og vise sponsorer. Plakaten må ha mye informasjon, ettersom det ikke er noen der til å informere. Videre skal den også gi muligheten til å sende kunden videre til mer info, (hjemmesiden) derav linken i bunnen.



Referanse 1: Mockup Poster

MARKEDSFØRINGSELEMENTER

FLYER A5

Flyeren er laget som en vektor i et A5 format med informasjon på begge sider. Den skal inneholde samme informasjon som på en plakat, gjerne litt mer. I stedet for å stoppe og lese på en plakat, kan man i stedet ta med seg en flyer og lese den senere.



Referanse 2: Mockup Flyer

MARKEDSFØRINGSELEMENTER

WEBDESIGN



Referanse 3: Apple Produkter

Vi har valgt å lage et moderne, stilrent design som er ryddig og gjør det enkelt å finne frem for brukeren. Ved første møte skal besøkende få lyst til å dra på festival.

Ved bruk av et "One-Page" design, er det enkelt for brukerne å finne frem dit de ønsker. Det første man ser, er menyen som er delt i to med logoen vår i midten. På venstre side er alle interne lenker, og på høyre er alle eksterne lenker. Interne lenker er såkalte "Anchor-links" og sender deg lenger ned på forsiden.

Videre får man informasjon om de største artistene, og blir invitert videre inn til artistlisten gjennom en stor synlig knapp.

MARKEDSFØRINGSELEMENTER

WEBDESIGN



OM FESTIVALEN

SMEIGEDAGENE

TRE HELE DAGER MED PARTY OG CHILLE VIBES!

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat." Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

SOMMER, SOL, SØRLAND & SKJÆRGÅRD

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Duis aute irure dolor in reprehenderit



Vi har valgt å dele opp nettsiden i flere avsnitt, dette for å kunne vise frem flere detaljer og litt mer innhold enn ved første øyekast.

Nederst ser man et eksempel på en "neste" del av nettsiden. Her har vi brukt ulike teknikker for å presentere innholdet på en innovativ og spennende måte.

MARKEDSFØRINGSELEMENTER

WEBANNONSE 780x90 px

Vi vil at webannonsen skal være godt synlig og attraktiv for målgruppen. Den skal være informativ og representere arrangementet på en riktig måte.



Referanse 3: Apple Produkter

TILLEGGSPGAVER

ROLLUP & BACKSTAGEPASS



Referanse 5: Mockup Rollup

Det viktigste med et backstagepass er selvfølgelig funksjonen, men designet er viktig for å beholde den gjennomgående stilen.

Rollupen skal være informativ samtidig som den stjeler oppmerksomheten til de forbigående. Dette løste vi ved å bruke sterke kontraster og mektig tekst.



Referanse 6: Barcode Backstage-pass

Referanse 7: Mockup Backstage-pass

TILLEGGSPGAVER

T-SKJORTER

Her har vi implementert logo og design på t-skjorter for å vise eksempler på hvordan en festival t-skjorte kunne ha sett ut.



Referanse 8: T-Skjorte Mockup

TILLEGGSPGAVER

Festivalnett

Her har vi implementert logo på et festivalnett, for å vise eksempler på hvordan et festivalnett kan se ut



ARBEIDSFORDELING

Vi har hele tiden under arbeidet sittet ved siden av hverandre, noe som har resultert i god dialog.

Gruppen har jobbet veldig godt sammen. Vi har jobbet på hver vår oppgave, for så å presentere oppgaven for de andre gruppemedlemmene. På den måten har alle kunnet dele idéer og vi har unngått "tunnelsyn". Dette har ført til mye bedre produkter, enn det som i utgangspunktet ble presentert.

Ved implementering av objektene i InDesign (presentasjonen) har to av gruppemedlemmene hatt ansvar for sideoppsett, mens det siste medlemmet har skrevet teksten som skal inn i presentasjonen. Etter hver "ferdige" side har vi finskrevet og blitt enige om at siden så ut slik vi ville. Ved å gjøre dette har vi arbeidet mer effektivt, og fått en bedre arbeidsflyt.

Da nettsiden ble laget, var alle i gruppen fornøyd ved første utkast. Dette førte da til at kandidatnr 428 utførte denne delen alene.

Vi er veldig fornøyd og stolt av både resultatet og gruppesamarbeidet.

Kandidatnr: 428, 439 & 445

REFERANSER

Low-Poly (Bakgrunnsbilder)

https://static.wixstatic.com/media/0b9805_7f64e24c583d4dee81c81a968f9cff55~mv2.jpg

1. Mockup poster

<https://selz.com/download/592ec3476edca01b7c992990>

2. Flyer mockup

<https://drive.google.com/file/d/0B5vdtw7m0AVbRF9NNkVFNF9tZXM/view>

3. Apple produkter

<http://www.graphberry.com/item/apple-devices-mockup>

4. Nettside bakgrunn

<http://www.skral.no/media/2208/20160106t061917607.jpg?anchor=center&mode=crop&rnd=130971762640000000>

5. Mockup Rollup

<https://qeaql.com/graphics/mock-up/ad-banner/photoshop-psd/Ly6s4WHnQ3x28ssC2>

6. Barcode til backstage-pass

<http://www.databar-barcode.info/wp-content/uploads/2015/02/barcode-15.png>

7. Mockup backstage-pass

<http://www.pixeden.com/psd-mock-up-templates/psd-identity-card-holder-mockup-vol2>

8. T-skjorte mockup

<http://graphicburger.com/down/?q=t-shirt-mockup-psd>