

VISUELE KENMERKEN NEDFIT

Hoofdkleuren



Deze kleuren passen goed bij mijn doelgroep, omdat dit vaak wordt gebruikt bij sportschool websites en dit ook neutrale en mooi in elkaar overlopende kleuren zijn.



Mijn dienst heet NedFit en biedt abonnementen aan voor alle sportscholen in Nederland. Hierdoor heb ik als steunkleuren voor oranje en blauw gekozen. Oranje staat voor Nederland en de blauwe kleur komt terug in de Nederlandse vlag, maar geeft ook een gevoel van professionaliteit aan. De oranje kleur is ook goed te gebruiken voor elementen die moeten opvallen.

Typografie

BEBAS NEUE REGULAR 48PT *Titel*
Roboto Bold Italic 30pt

Roboto Medium 16pt

Roboto Regular 14pt

H1
H3
p

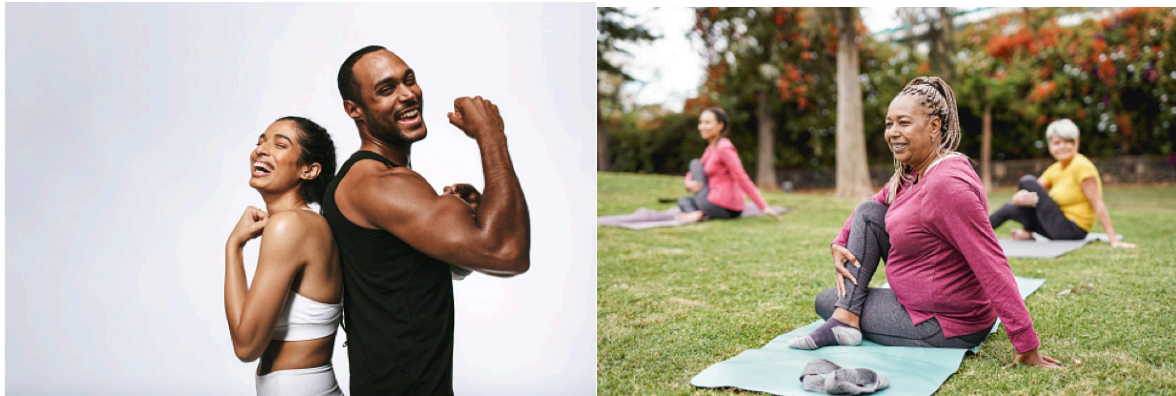
Voor de titel heb ik voor die font gekozen, omdat het aanzet tot actie en opvallend is. De kopjes wou ik schreeuwerig laten lijken en serieuzer. Ik heb dan ook voor een Italic gekozen, omdat dat iets meer vriendelijkheid uitstraalt.

De kopjes en broodtekst wou ik zo neutraal en strak mogelijk laten lijken en ook iets dat makkelijk te lezen is.

Fotografie

Voor foto's wil ik mensen gebruiken die er op een 'normale' manier fit uit zien, dus geen bodybuilders. Bij de verschillende abonnementsvormen wil ik ook verschillende foto's en mensen gebruiken. Bijv. voor een studentenabonnement studenten.

Ik wil geen te fitte mensen gebruiken, omdat mijn doelgroep zich moet voelen dat zij dat ook kunnen bereiken en dat dat abonnement ook voor hen is.



Tekst/Woorden

Mijn doelgroep wordt aangesproken met 'je/jij' en acties beginnen altijd met werkwoorden. Alsof je een instructie geeft.

M'n doelgroep spreek ik aan met je en jij, omdat ik ze direct aan willen spreken en het gevoel geven alsof leeftijd er niet toe doet. Ook gebruik ik instruerende titels om mensen te motiveren om te gaan sporten en een abonnee te worden.

**SPORT NU DOOR HEEL
NEDERLAND!**

Video

De video's die ik wil gebruiken zijn instructievideo's. Er zijn sportschool sites zoals basic-fit.com en fitforfree.nl die een blog hebben met tips en oefeningen, alleen is dit wel met alleen maar tekst. NedFit heeft ook een blog, maar met recepten erin en bij de tekst altijd een filmpje die alles net wat simpeler uitlegt.

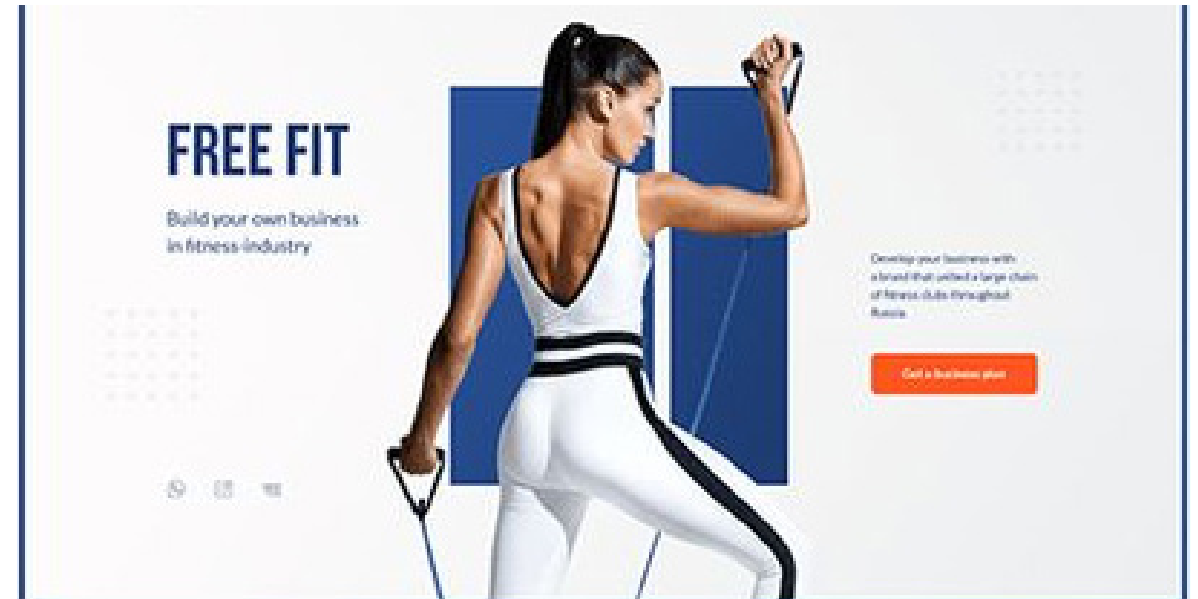
Voor de promovideo wordt er motiverend en actief muziek gebruikt en komt er een kaart van Nederland in beeld met alle locaties aangegeven waar je zou kunnen sporten. De volgende beelden zullen dan van een ouder en jonger iemand achter een laptop of telefoon zitten die zich aanmelden. De laatste beelden zijn van dat ze aan het sporten zijn en dan komt het logo en slogan van NedFit in beeld. Uit mijn onderzoek is namelijk gebleken dat het handig is om je doelgroep in beeld te brengen en er wordt vaak actief muziek gebruikt.



Vormen

In fitness websites worden vaak afgeronde of scherpe buttons gebruikt. Ik heb gekozen voor scherpe buttons, dit omdat het er toch iets actiever/opvallender en motiverender uitziet dan een afgeronde knop.

Bij een vrijstaand beeld wil ik ook een vierkantje of hexagon op de achtergrond laten komen om zo een beetje mogelijk met de tekst te kunnen spelen.



MARKETINGCONCEPT **NEDFIT**

Welke on- en offline media kies je en waarom?

Voor offline media kies ik een flyer, omdat ik dan zo veel mogelijk informatie over NedFit kan geven op 1 klein blaadje.

Voor online media kies ik voor Promovideo, instagram posts + stories, facebook reclame en pagina, omdat dat de platformen zijn waar mijn doelgroep op zit.

Hoe breng je je product/dienst en abonnementen onder aandacht bij je doelgroep op verschillende on- en offline media?

Door een foto van iemand die net begint met sporten en een motiverende tekst erop.

Wat is de rode draad die zorgt dat alles met elkaar verbonden wordt?

Er wordt dezelfde typografie gebruikt, de tekst is intstruerend en de kleuren en vormen zijn ook hetzelfde. Dus blauwe, oranje en witte kleuren komen altijd terug en een kaart van Nederland.