

GRAFISCH ONTWERP: DE MUST DIE MARKETING BODY GEEFT

Met een vernuftig staaltje DIY-marketing kun je voor je salon al een heel eind komen; het bespaart budget en je kunt in ieder geval vooruit. Met behulp van Canva bijvoorbeeld; het platform waarin iedereen basic ontwerpen kan maken die helemaal Instaproof zijn. Maar kost het je ook veel energie? Is het resultaat het nét niet helemaal en verlies je de eenheid in het geheel? Als dat herkenbaar is, heb je zeker wat aan de volgende tips van een art director die reeds twintig jaar in het vak zit.

“De eerste dingen waar je tegenaan loopt bij DIY-branding zijn vaak ‘technisch’ van aard”, stelt Anna Maria Janssen van Cosmo Avenue. “Je bestanden zijn niet optimaal voor drukwerk en je logo wordt pixelig als je het groter wil schalen. Een designer kan dit voor je oplossen. Maar eigenlijk gaat het om het grotere plaatje! Dat wordt door hoogwaardige vormgeving naar the next level gebracht. Wanneer je die professionaliteit raakt, doet dat wat met je als ondernemer en dat ga je in alles merken.”

“Hoe dan? Bij graphic design gaat het niet alleen om dingen er goed uit te laten zien (oké... dat ook). Het gaat om communicatie die raakt, het creëren van een herkenbare identiteit, de doelgroep bewegen; alles wat bijdraagt aan de som van alle marketinginspanningen. Ontwerp begint met onderzoek naar de psychologie van de doelgroep, om daarop vervolgens branding principes toe te passen. Wanneer alles bij elkaar past en herkenbaar is, ontstaat een professionele, sterke uitstraling waardoor mensen zich makkelijker aan jouw ‘merk’ verbinden. Geïnspireerd om zelf verbeteringen aan te brengen?”

© Amber van Creij Fotografie



Tips van een art director

1. “Kijk niet teveel naar vluchtige trends en wat concullegae doen. Wanneer je je daardoor laat beïnvloeden, blijf je van huisstijl veranderen en dat houd je in die inconsistente cirkel. Creëer je eigen tijdloze stijl, waar je de komende tien jaar zeker mee vooruit kan.”
2. Stel een color palette met kleurcodes samen en werk met vastgestelde lettertypen in alle uitingen. Eenmaal vastgelegd, wijk je hier niet meer van af! Zo bewaak je die eenheid.
3. Ga bij iedere uiting een checklist na: is de juiste tone of voice, sfeer en branding gebruikt? Storen er afwijkende elementen? Is het functioneel en effectief?
4. Denk na over hoe je de boodschap kunt vertellen volgens het ‘less is more’ principe. Creëer een rustig, uitgelijnd beeld met balans en white space (ongebruikte ruimte).
5. Beperk niet je al je aandacht tot je socials, maar loop ook eens de (cadeau)verpakkingen, buitenreclame, displays, kleding en drukwerk na; heeft alles dezelfde herkenbare uitstraling en beleving?

“Leuk om mee bezig te zijn, maar ook lastig en tijdrovend? Een professioneel ontwerper is je nieuwe BFF! Freelancer of high-end agency; wat past bij het stadium van jouw salon is wat telt. Cosmo Avenue is een partner in graphic design die uitsluitend voor salons werkt en daarom jouw taal spreekt. Wil je jouw salon branding upgraden? Je zult merken dat graphic design de gouden asset is waarmee je beauty business gaat excelleren in al haar marketingdoelen op de meest impactvolle manier”, besluit Anna Maria.

Meer informatie:

Cosmo Avenue

Tel. 06-51140469

www.cosmoavenue.nl