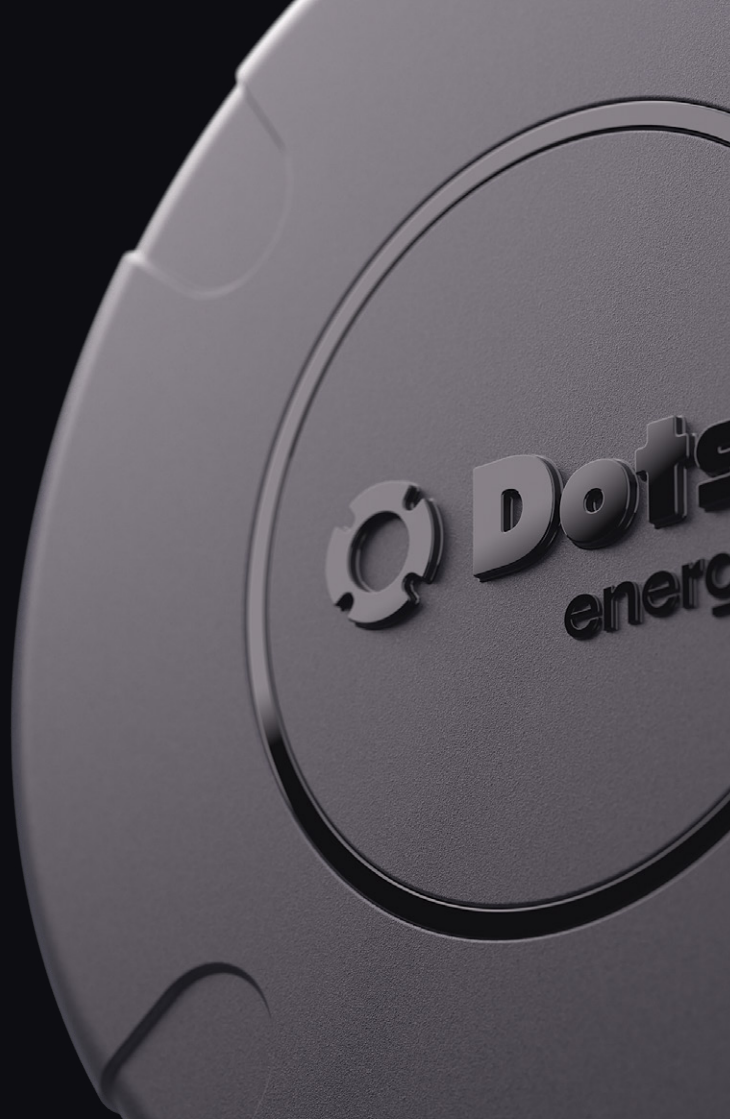




Brandbook

Inhoud

01	Logo	4
02	Kleur	8
03	Typografie	10
04	Huisstijl	12



01 Logo

Dit huisstijlhandboek bevat richtlijnen die houvast geven bij het gebruik en consistent doorvoeren van de huisstijl van Dots.

Door deze specifieke richtlijnen te volgen in zowel interne als externe communicatie, creëer je een herkenbare en uniforme uitstraling.

Een juist en consequent gebruik van het logo is noodzakelijk om herkenbaarheid te bevorderen en een professionele uitstraling te garanderen. Het logo van Dots dient gebruikt te worden zoals hier wordt weergegeven.



Incorrect gebruik

Om de consistentie en herkenbaarheid van Dots te waarborgen, is het cruciaal om het logo op een uniforme en goed leesbare manier te hanteren.

Het aanpassen van het logo kan afbreuk doen aan de sterke merkwaarde en herkenbaarheid. Hier zijn enkele voorbeelden ter illustratie van ongewenste wijzigingen en toepassingen van het logo.



Logo niet vervormen



Kleuren niet wijzigen



Typografie niet wijzigen



Logo niet inkaderen



Geen effecten toevoegen



Logo niet roteren

Gebruik op achtergrond



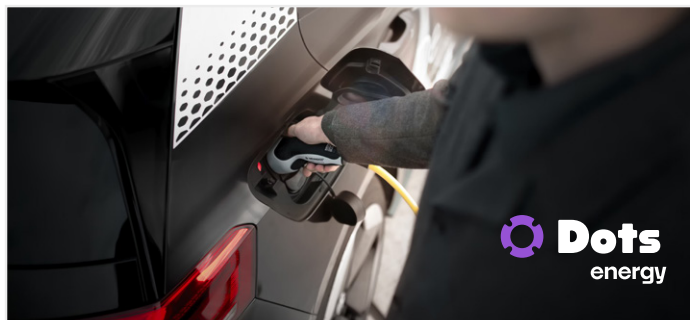
Gebruik op lichte achtergrondkleur



Vermijd gebruik op achtergrond met onvoldoende contrast



Gebruik op donkere achtergrondkleur



Plaats het logo op een deel van de foto met een uniforme kleur

02 Kleur

Kleuren vormen een belangrijk onderdeel van de huisstijl en identiteit.

Daarom moeten de aanbevolen kleuren in elke context correct worden gebruikt. Hier vind je de kleurencombinaties voor drukwerk en schermweergaven.

#0D0D12	#9652D5	#4EF360
		#91FAA5
		#EC68BA
		#F3D2E1
R 13 G 13 B 18	R 150 G 82 B 213	

RGB kleuren

alle digitale uitingen

					
C 85	C 70	C 60	C 26	C 12	C 0
M 70	M 66	M 0	M 0	M 68	M 24
Y 48	Y 0	Y 85	Y 40	Y 0	Y 2
K 60	K 0	K 0	K 0	K 0	K 0

CMYK kleuren

alle fysieke (print) uitingen

03 Typografie

Typografie speelt een essentiële rol in een huisstijl. Het juiste lettertype en de consistentie in het gebruik ervan dragen bij aan een herkenbare en professionele uitstraling.

Een lettertype brengt de persoonlijkheid van een merk over. Een doordachte typografie versterkt niet alleen de leesbaarheid van de boodschap, maar vormt ook een integraal onderdeel van de merkidentiteit en het communicatieve karakter van een organisatie.

De typografie wordt ingedeeld in een primair en secundair lettertype. Deze bepalen de hiërarchie en indeling van in de huisstijl opgemaakte huisstijldocumenten.

PRIMAIR LETTERTYPE

Titels, headings

**Noka
Black**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

SECUNDAIR LETTERTYPE

Tekst

Dorival UI

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

VOORBEELD COMBINATIE TYPOGRAFIE

Titel

Ondertitel

Bodytekst lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in

ANNOTATIE

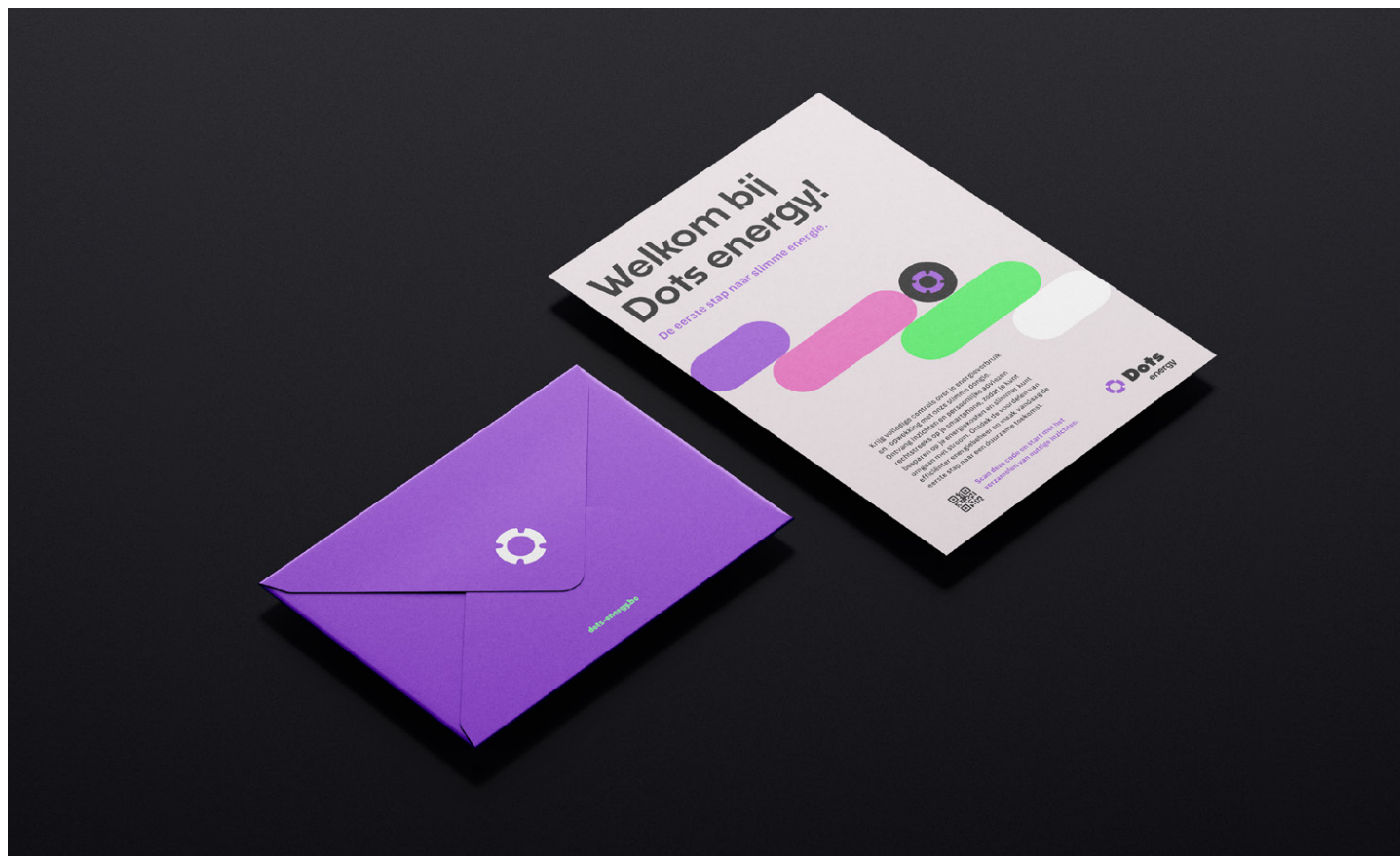
04 Huisstijl

Alle voorgaande huisstijlelementen komen samen in de complete visuele stijl. De volgende visuals worden als referentie gebruikt voor het gebruik van kleuren, toepassing van typografie, fotografie, grafische elementen, iconen, enzovoort.













CREATIC®