



Brand identity Guide

One. | 2020

Wessel Wegerif & Jelle Boekhout

INHOUDSOPGAVE

1.1	MISSIE	6
1.2	LOGO	8
1.3	KLEURGEBRUIK	12
1.4	TYPOGRAFIE	14
1.5	FOTOGRAFIE	16
1.6	GRAFISCHE ELEMENTEN	20
1.7	tone of voice	22
1.8	ONLINE	24
1.9	MERKDRAGERS	26



We're the One. for you

1.1 **MISSIE**

Leef in de toekomst met One.

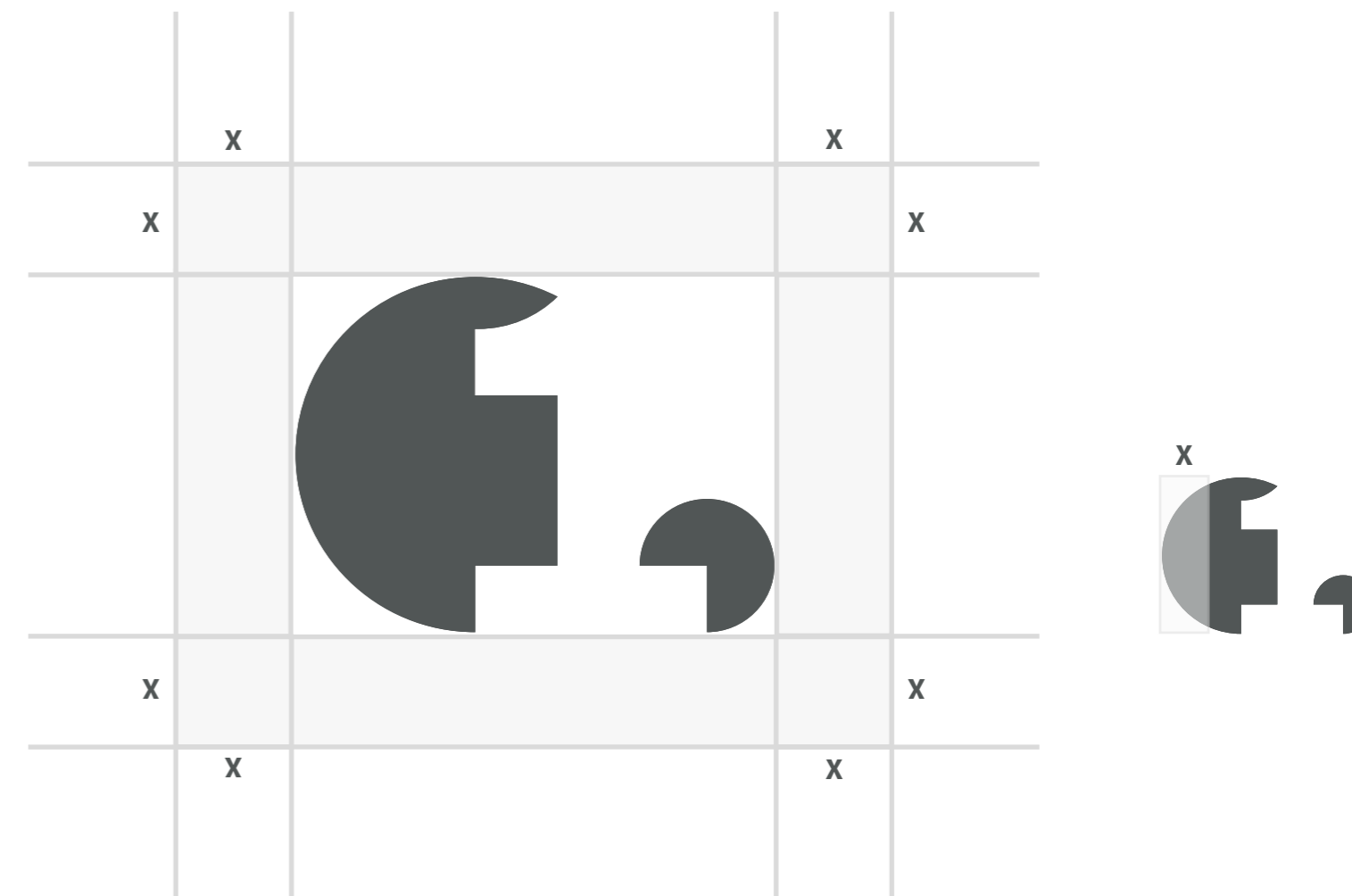
Wees praktisch en beperk jezelf tot slechts 1 accessoire. Wij streven naar een portemonnee-loos leven voor onze gebruiker. Dit hoeft niet moeilijk te zijn. One. staat voor betrouwbaarheid, gemakelijkheid, snelheid en veiligheid.



1.2 LOGO

Ontworpen met de wiskundige voordelen van de gulden snede in gedachten is dit ons logo. Had jij het slimme gebruik van negatieve ruimte al gezien? Het logo van One. is losjes gebaseerd op de producten, met name de smart ring: Loop. De ronde vorm van de ring zie je terug in de grote cirkel. De kleine cirkel is de punt, waar de naam One. altijd mee wordt geschreven.

De witruimte om het logo moet minimaal voldoen aan 1/4 van het logo (zie markering X rechtsonderin)





ONE



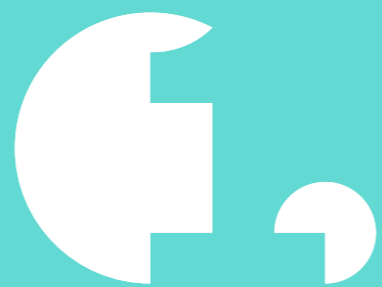
ONE



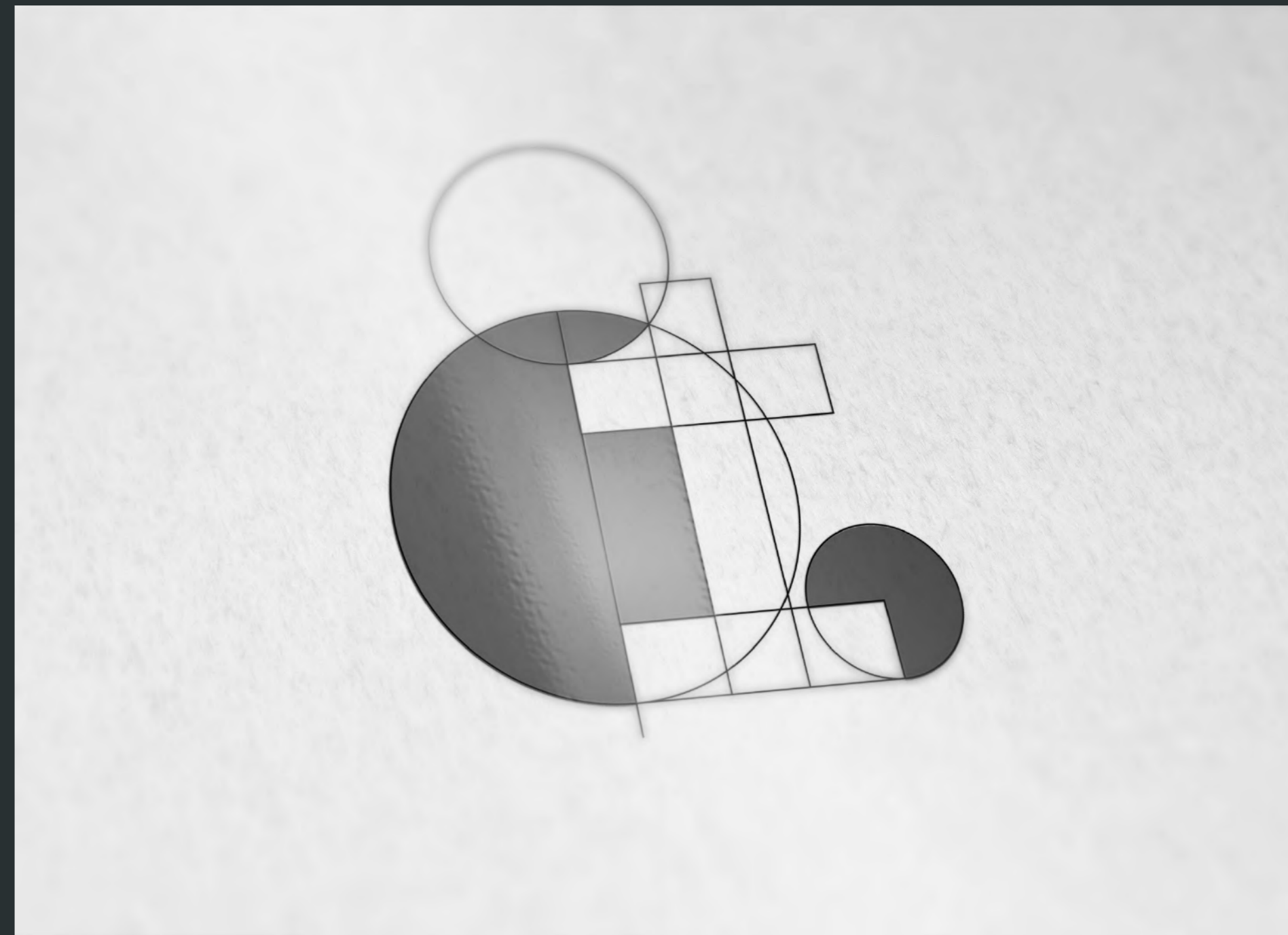
ONE



ONE

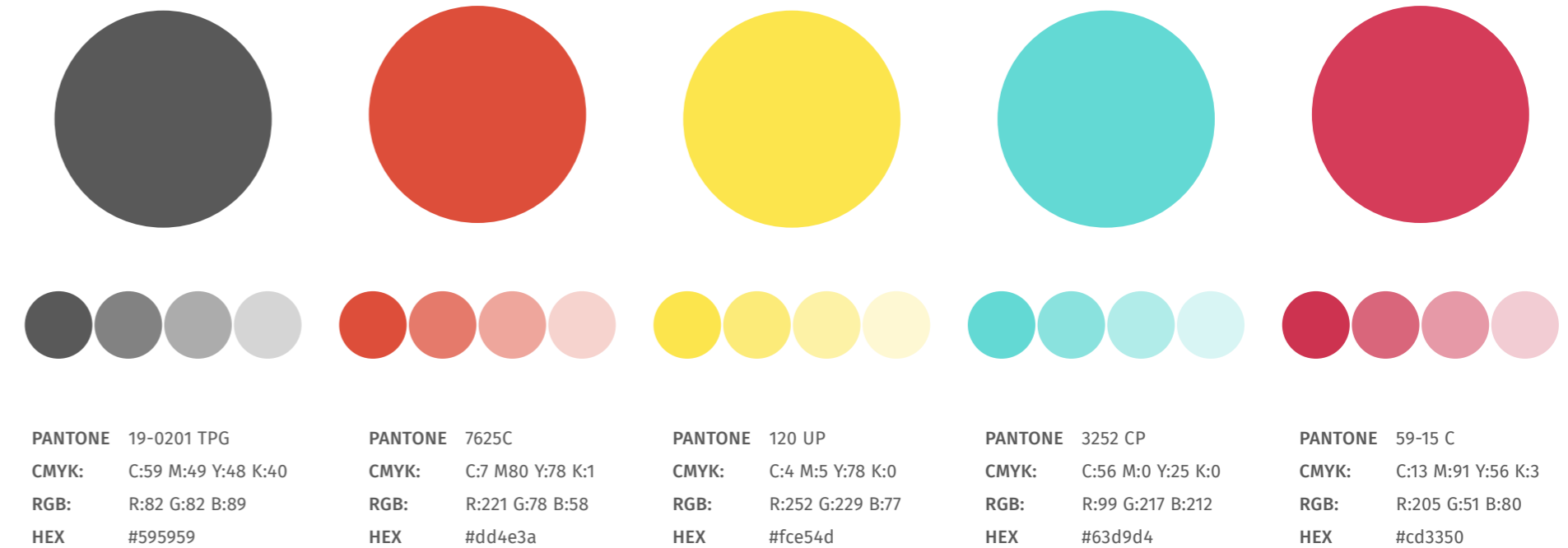


ONE



1.3 KLEURGEBRUIK

De basiskleur van One. is een moderne tint grijs. Om een saaie look tegen te gaan gebruikt One. 4 felle en experimentele kleuren. Deze kleuren werken als creatieve tegenhanger van het grijze anker dat One. *down to earth* houdt.



1.4 TYPOGRAFIE

Voor onze typografie gebruiken wij Fira Sans. Fira Sans is een modern lettertype, zonder veel opsmuk en zonder serifs. Dit simpele maar toch mooie lettertype past bij onze merkpersoonlijkheid. Vaak wordt een broodtekst een ander lettertype dan de koppen. Bij One. niet. We houden het simpel door maar één font te gebruiken.

Aa

FIRA SANS
MEDIUM

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

1234567890

1.5 FOTOGRAFIE

Met de foto's die wij gebruiken willen wij het productieproces en onderdelen van de ring visualiseren op een abstracte manier. Dit doen we door macrofoto's te nemen van alledaagse dingen, zonder dat ze herkenbaar in beeld zijn gebracht. Had jij gedacht dat het oog van een eenhoorn tussen de foto's zou zitten?





1.6

GRAFISCHE ELEMENTEN

One. streeft naar creatieve expressie en technologische innovatie. Grafische elementen, zoals inkt explosies en beweeglijke marmer patronen, benadrukken dit concept. Deze grafische elementen kunnen ook een frisse adem aan een visual geven zonder dat het afleidend is van het onderwerp.



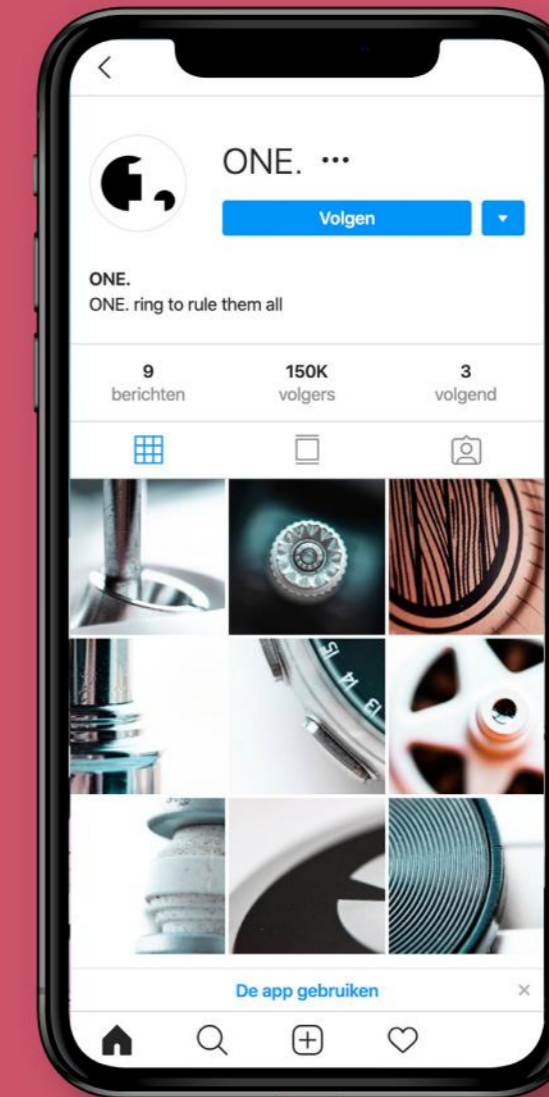
1.7 **TONE-OF-VOICE**

One. gaat over belangrijke gegevens zoals je bankpas en je OV-chipkaart. Wij beloven dat wij er alles aan doen om jouw veiligheid te garanderen en dat doen we door ook zo te communiceren. We hanteren duidelijke taal en werken zo transparant mogelijk, maar we willen ook ons persoonlijke contact met de gebruiker benadrukken.



1.8 ONLINE

Op onze social media, website en nieuwsbrieven zul je de eerder besproken macro foto's terug zien. Ook gebruiken wij gedetailleerde opnames van onze producten om aan jou te laten zien hoeveel aandacht we in onze producten stoppen. Dit alles wordt in geheel gebracht door een clean kleurstelling te hanteren.



1.7 MERKDRAGERS

De verpakking van de Loop bevat behalve de ring ook een oplaadstation. Hiermee heb je een stijlvolle houder als bescherming van je ring. Onze reclame uitingen zijn een uitbreiding op wat we tot nu toe hebben genoemd. Ze zijn visueel erg overzichtelijk, en direct in communicatie.





Nooit meer een portemonnee
Nooit meer gedoe
Nooit meer te laat
Just One. ring to rule it all



ONE. RING TO RULE THEM ALL

