

HOVEDFORLØB 3

CECILIE HØJBERG





BROCHURE

KUNDE

Roze Avenue

OPGAVEN

Roze Avenue lancerer en ny produktserie, og mangler derfor en ny brochure, som kan sendes ud sammen med de nye produkter. Brochuren skal indeholde en produktbeskrivelse af hvert produkt.

KERNEFAGLIGHEDER

Typografi & Ombrydning
Grafisk Produktionsforståelse

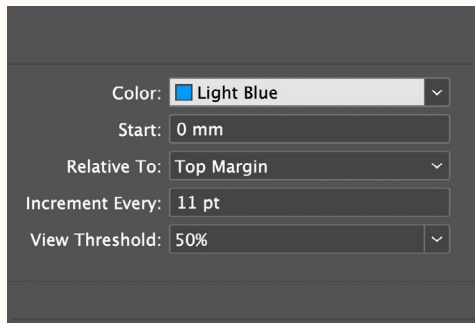
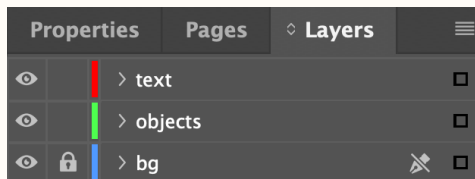
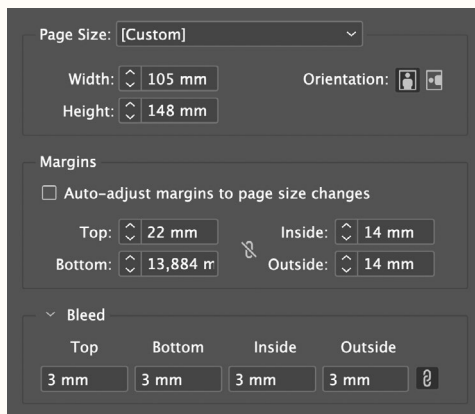
[LINK TIL PRODUKTET](#)

TYPOGRAFI & OMBRYDNING

DOKUMENTOPSÆTNING OG BASELINE GRID

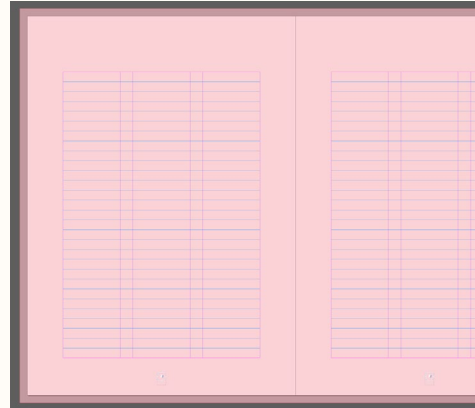
Formatet er 105x148mm med 3mm bleed og baseline grid på 11pt. Min bundmargin er justeret efter mit grid, og jeg har Facing Pages slået til.

Mine layers er inddelt i tre kategorier for at skabe overblik over dokumentet.



MASTERPAGE OG PAGINA

Jeg har defineret baggrundsfarven, tre koloner og pagina på Maserpage A, som er gældende for alle sider undtagen for- og bagside.



FONTVALG OG GARNITURE

Gennem hele brochuren har jeg gjort brug af to forskellige fonte, som har stor kontrast til hinanden.

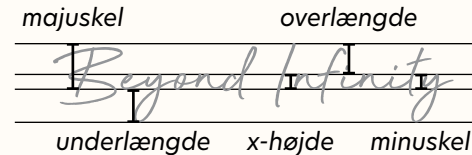
Avenir Next Condensed, som har et råt og moderne look og Beyond Infinity, som har et mere feminint og personligt touch. Denne kontrast bidrager til Roze Avenues værdier.

Avenir Next Condensed
En True Type sans serif font med meget garniture. Fonten har en høj x-højde, og er blevet brugt til rubrikker (22pt.), mellemrubrikker (xx/xxpt.) og brødteskt (10/11pt.), optical kerning.



Beyond Infinity (1 vægt)

En True Type script font med en lav x-højde. Vrugt til enkelte mellemrubrikker (14/11pt.), metric kerning.



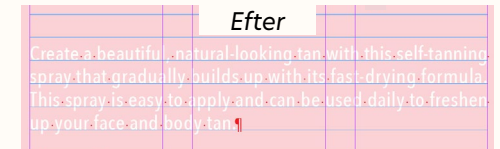
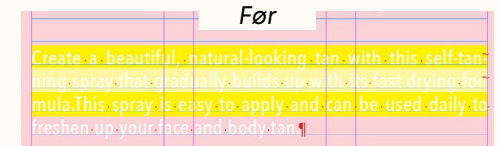
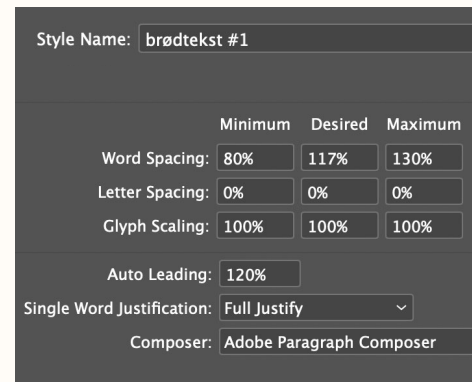
I-TESTEN

Jeg har baseret min margin og kolonebredde efter at have 50-65 anslag pr. linje, og har herefter lavet i-testen på min brødtekst. Brødteksten er sat til Left Justify.



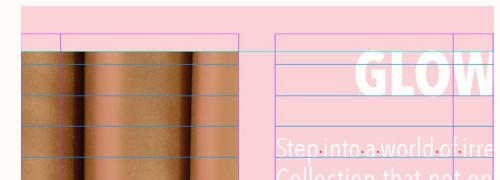
JUSTIFICATION

For at opnå den bedste orddeling, og mindske floder, har jeg efter i-testen tilrettet Word Spacing i Justification.



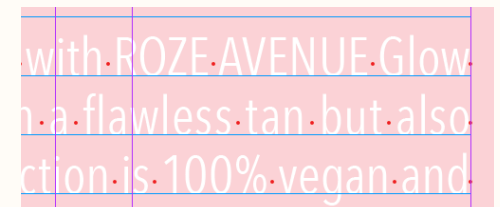
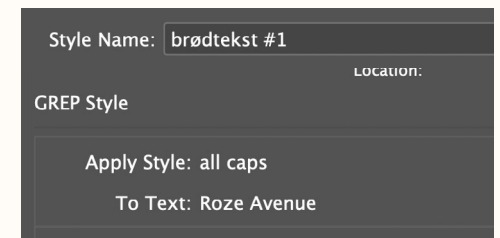
BILLEDER

Alle billeder holder overkant med brødtekstens x-højdes overkant.



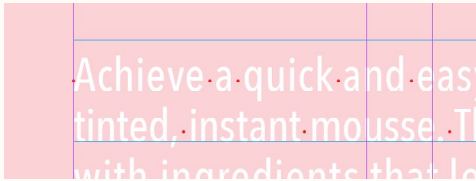
GREP STYLE

Jeg har brugt Grep Style til at sikre afsender står med stort.



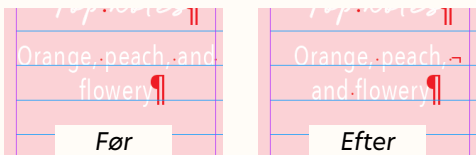
OPTISK FORKANT

Alle teksterne er manuelt tilpasset, så der er optisk forkant.



FLODER OG ENKER

Jeg har manuelt tilrettet for at undgå enker og floder.



MELLEMRUBRIK BEREGNING

Mellemrubrikken er 1pt større end brødteksten, og er sat i en DemiBold vægt.

1 linje mellemrubrik
Udregnet på 11pt baseline grid

Mellemrubrik: 11/12
Brødtekst: 10/11

1 x linje mellemrubrik = 12pt
2 x baseline grid = 22pt
22 - 12 = 10pt

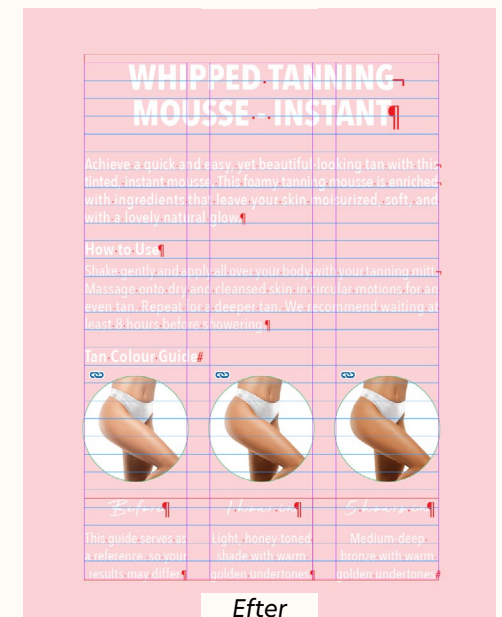
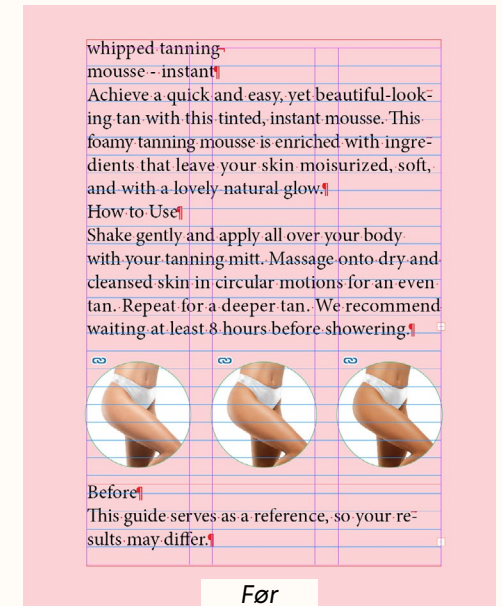
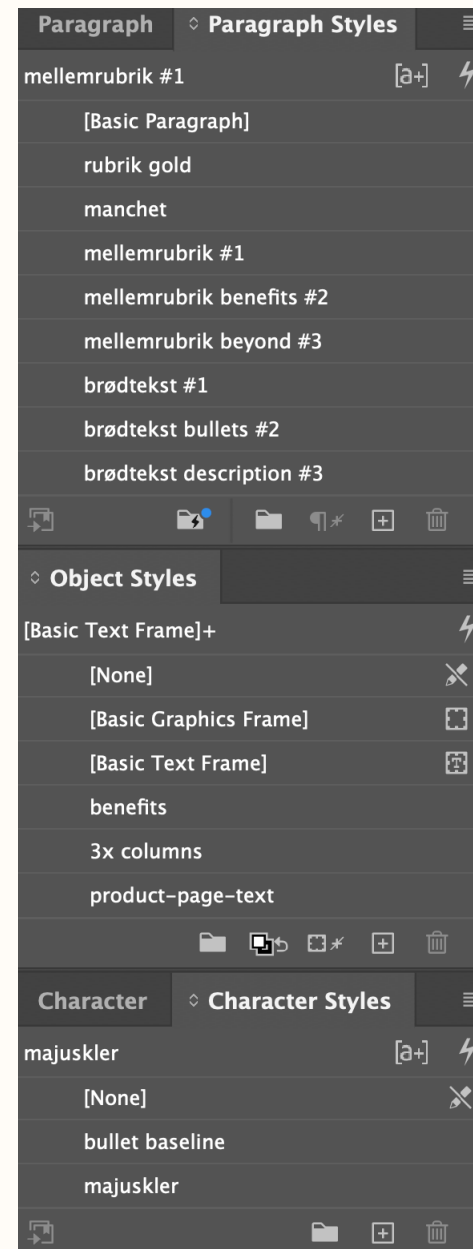
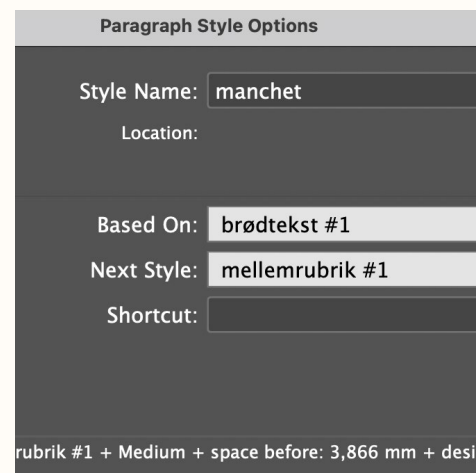
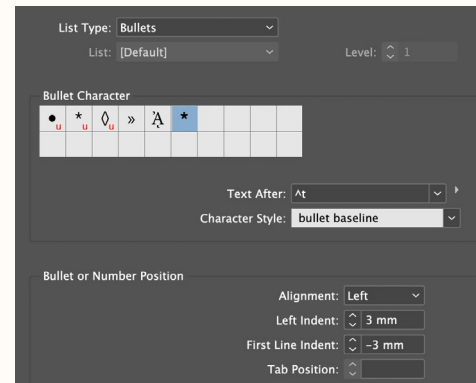
8pt over
2pt under

PARAGRAPH, OBJECT OG CHARACTER STYLE

Jeg har brugt tre Object Styles gennem hele dokumentet for at optimere min arbejdsgang. Her har jeg blandt andet defineret Paragraph Styles, bredde og placering.

NEXT STYLE

Alle tre Object Styles har forskellige Paragraph og Character Styles tilknyttet hinanden via Next Style.



PRODUKTIONSFORSTÅELSE

TIDSLINJE OVER PROCESSEN

Min process har jeg opdelt i tre faser.

01: præsentation af case

02-03: reasearch og kreativitet

04-05: Grafisk arbejde og detaljer

01

PRÆSENTATION
Case, målgruppe
og krav

02

KREATIVITET
Research, ideer
og skitser

03

PROTOTYPER
Mockups, testprint

04

DESIGN
Grafiske elementer
og finjusteret

05

RETTELSE
Analyser, testprint
og rettelser

FORMAT OG PAPIRTYPE

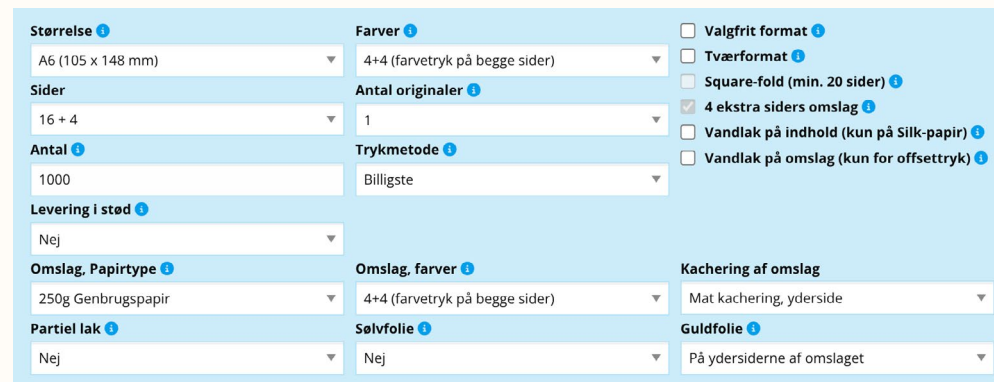
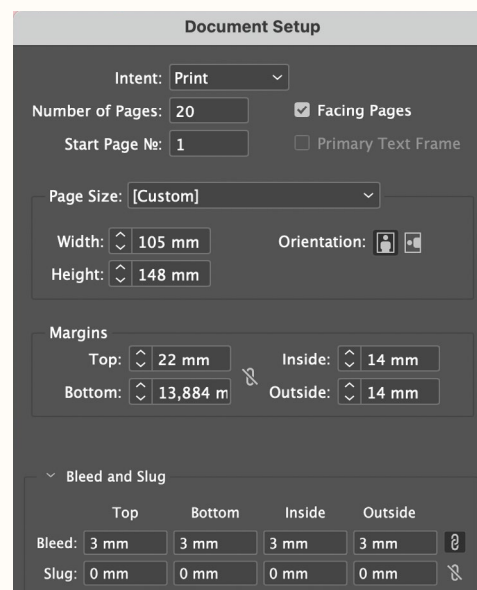
105x148mm, 16+4 sider

3mm bleed

250g genbrugspapir

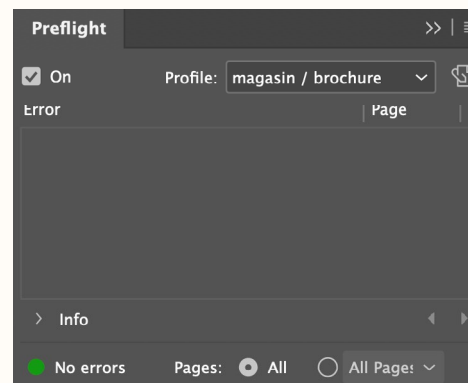
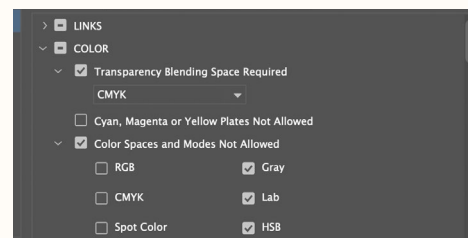
Mat kachering (folie)

Brochuren er hæftet i ryggen



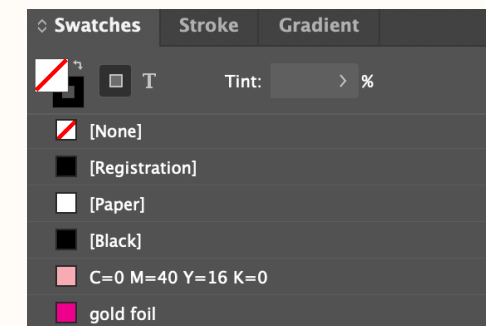
PREFLIGHT

Inden trykfilen er blevet lavet, har jeg tjekket dokumentet med en preflight profil, som jeg har indstillet til et trykt magasin. Jeg har tilrettet, så der ikke er nogle fejl i dokumentet.

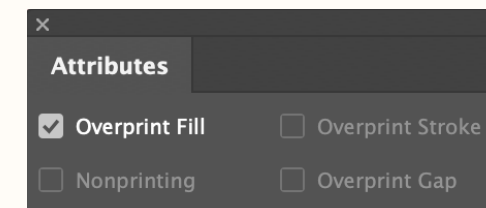
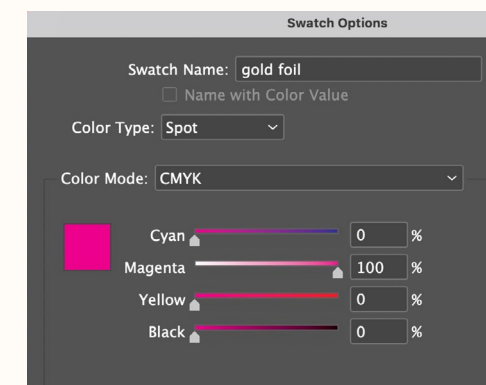


CMYK OG SWATCHES

Hele dokumentet er lavet i CMYK farveprofilen FOGRA39, da det skal sendes til tryk. Jeg har fjernet alle ubrugte farver.



På forsiden skal der laves en prægning med folie. Det har jeg defineret som en spot color i 100% magenta. Spotfarven ligger som overlay for at undgå mispas.



PDF EKSPORTERING

Filen er eksporteret med et preset fra trykkeriets selv, SPG2020.

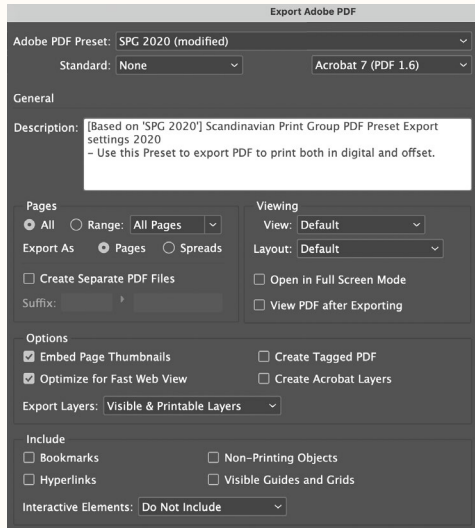
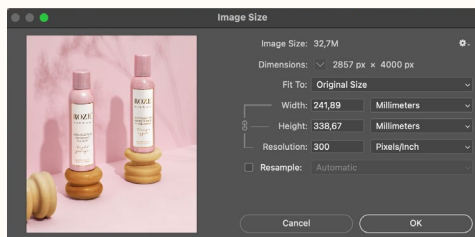


IMAGE SIZE (PSD)

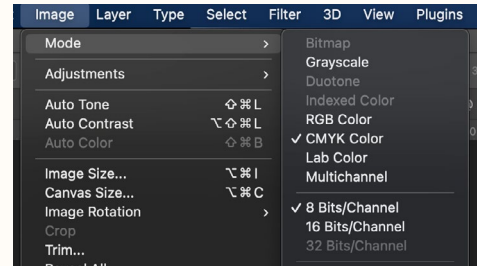
Alle billeder ligger i 300ppi uden at være resamplet. Dette dobbelttjekker jeg i InDesign under "info".



Type: Photoshop
Actual ppi: 300
Effective ppi: 838
Color Space: CMYK
ICC Profile: U.S. Web Coated (S...

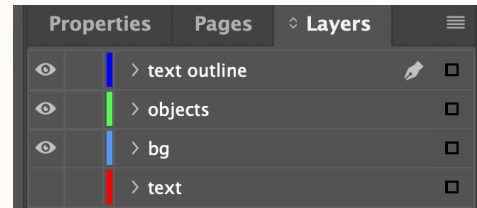
COLOR MODE (PSD)

Alle billeder er efter billedredigeringen blevet ændret til CMYK i stedet for RGB.



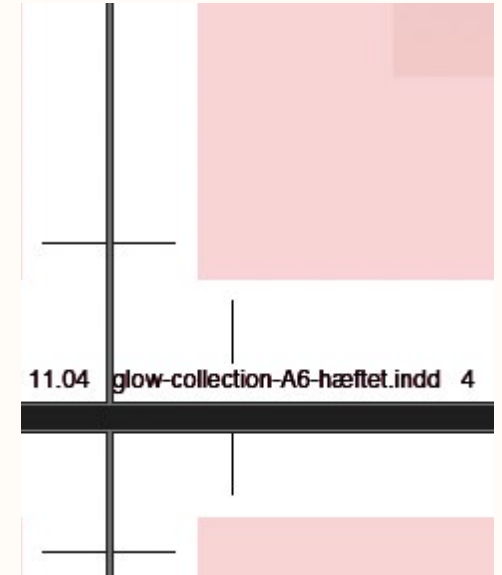
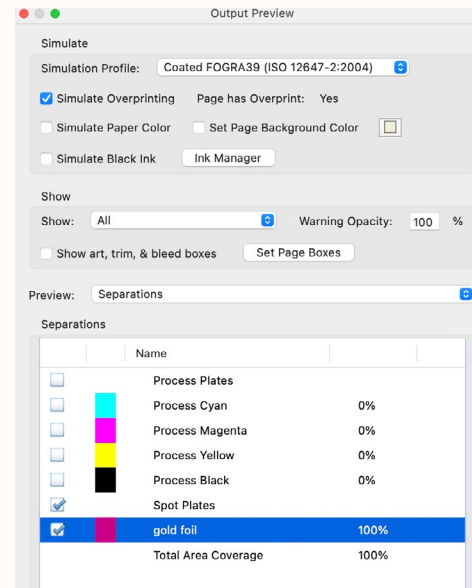
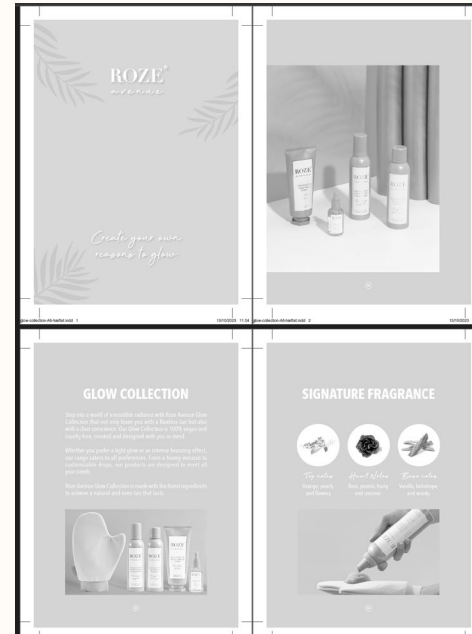
OUTLINE AF TEKST

Alt tekst er kopieret på et separat lag, for ikke at arbejde destruktivt. Herefter er det outlinet for at sikre fonten og at teksten ikke flyder sammen ved tryk.



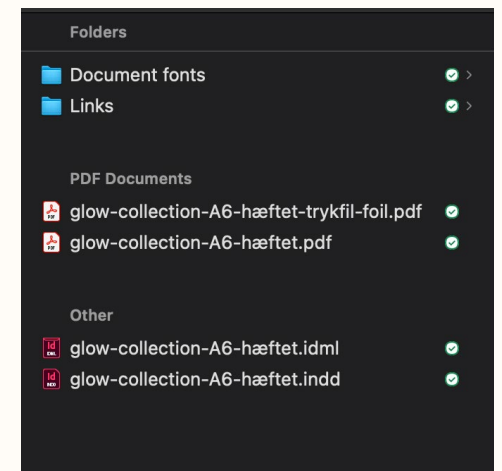
PDF PREVIEW

Inden trykfilen sendes afsted, tjekker jeg at alt er i orden i PDF'en.



PACKAGE

Som det sidste laver jeg en package af dokumentet for at sikre alle links og fonte er samlet. Herinde ligger jeg også den endelige trykfil, som skal sendes.







NYHEDSBREV

KUNDE

Roze Avenue

OPGAVEN

I forbindelse med Roze Avenue's nye produktlancering skal de sende et nyhedsbrev ud til alle kunder. Nyhedsbrevet skal indeholde CTA og skabe opmærksomhed og trafik.

KERNEFAGLIGHEDER

Grafisk Design
Grafik & Billedbehandling

[LINK TIL PRODUKTET](#)

GRAFISK DESIGN

MÅLGRUPPE

Målgruppen beskrives som følgende:

Kvinde, luksus, går op i sig selv, er på farten og vil gerne forkæle sig selv.

Ud fra Roze Avenues målgruppe har jeg undersøgt hvilken aldersgruppe, der vægter højest ud fra aktive annoncer.

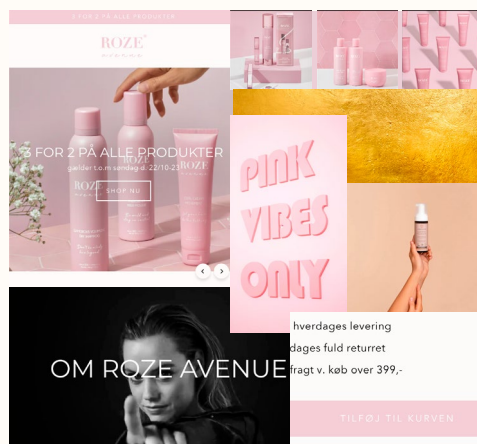
kation, alder og køn

ificering af Kontocenter-konti i EU, der har set denne annonce.

Aldersgruppe ↑↓	Køn ↑↓	Rækkevidde
55-64	Kvinde	242
45-54	Kvinde	1234
35-44	Kvinde	2132
25-34	Kvinde	2221
18-24	Kvinde	162

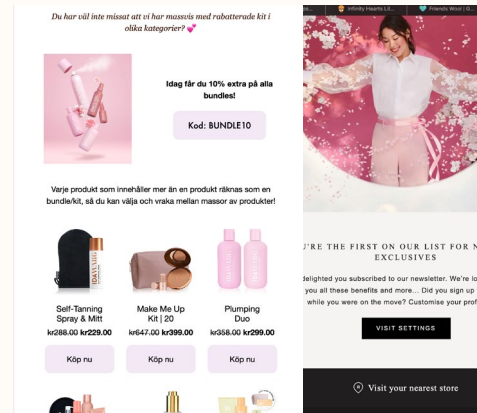
MOODBOARD

For at få et visuelt overblik over designretningen og Roze Avenue som brand.



KONKURRENTER OG INSPIRATION

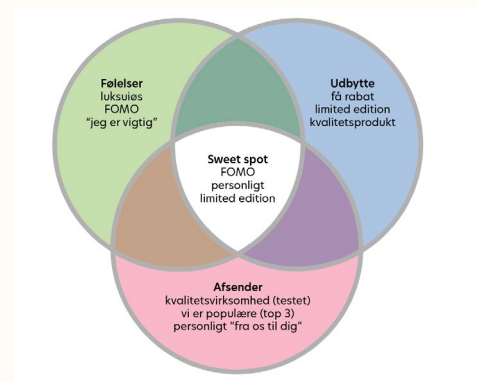
Som en del af min research har jeg undersøgt konkurrenternes nyhedsbreve for at se, hvad der virker, og hvordan jeg kan skille mig ud med mit design.



SWEET SPOT

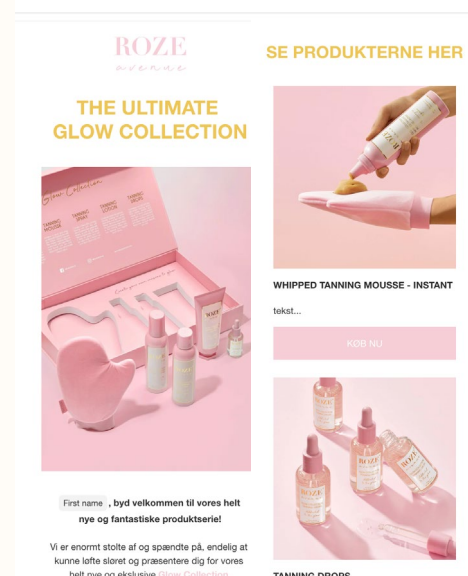
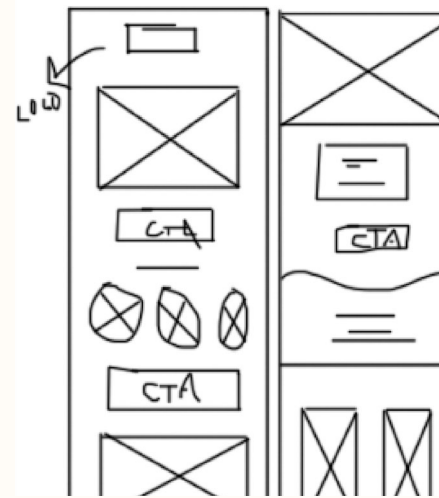
Jeg har brugt sweet spot til at finde kerneværdierne i nyhedsbrevet. Jeg har opdelt de tre kategorier i følgende:

Følelser: hvad er tone of voice, viben
 Udbytte: budskabet, hvad får du
 Afsender: hvad udstråler afsender



SKITSER OG PROTOTYPER

Først har jeg tegnet skitser i Photoshop, og herefter har jeg lavet prototyper og tests i Shopify.



AIDA

Attention
 Fangede rubrik med godt hook, som får modtageren til at åbne mailen.

Interest

Bevægelse (GIF) som det første, når du åbner mailen. "Spar 50%".

Desire

"Limited edition", FOMO følelse og et ønske om at forlænge sin sommerglød henover vinteren.

Action

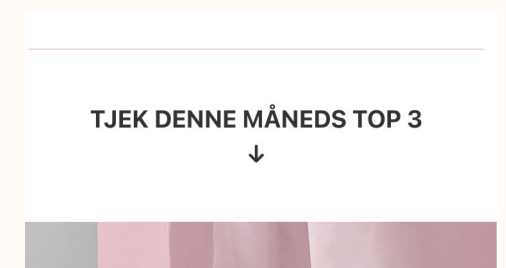
Løjenfaldende knapper gennem hele designet med CTA tekst, så modtager hele tiden bliver eksponeret for interesse og desire.

FONTVALG OG CTA

I stedet for Roze Avenues signaturfont, har jeg brugt Helvetica Neue i forskellige vægte, da det er en web-safe font.

Helvetica Neue

For at skabe hierarki har jeg brugt fonten i bold 19pt. til rubrikker og i regular og bold 14pt til brødtekst. Keywords er skrevet i bold for at skabe overblik og interesse hos modtageren.



Cecilie, byd velkommen til vores helt nye og fantastiske produktserie!

I flere måneder har vi testet og prøvet, duftede og mærkede, overvejet og diskuteret. Nu er vi endelig klar til at løfte sløret!

Det er med enormt stolthed og spænding, at vi endelig kan præsentere dig for vores helt nye og eksklusive **Glow Collection!**

SHOP GLOW COLLECTION MED 50%

BILLEDER OG BLIKFANG

Jeg har placeret en GIF som det første i nyhedsbrevet for at skabe øjeblikkelig interesse og fange opmærksomheden.

Lifestyle billeder er brugt til at skabe en følelse og liv i nyhedsbrevet.

Packshots for at gøre det enkelt og overskueligt, når det handler om salg.

✨ SE ÅRETS STØRSTE LANCERING ✨



eksklusive **Glow Collection!**

SHOP GLOW COLLECTION MED 50%

FORMER OG IKONER

Designet består primært af firkanter med skarpe kanter for at skabe et rå, geometrisk og stilrent look.



GLOW COLLECTION

De nedadpegende pile skaber en ubevidst nysgerrighed og trang til at scroll videre. Derfor er de også placeret direkte efter rubrikkerne.

ROZE[®]
avenue

✨ SE ÅRETS STØRSTE LANCERING ✨



FARVEVALG

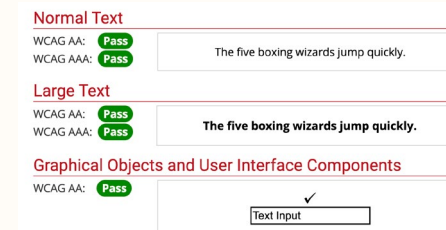
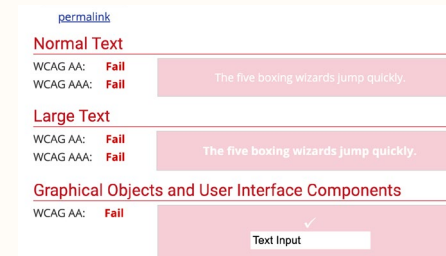
Jeg har brugt 2 akromatiske farver og 1 kromatisk farve fra det additive farvesystem, da det skal være RGB farver.

Primære farve #000000

Sekundær farve #FFFFFF

Tertiære farve #F7CED7

Jeg har testet kontrasterne med en online color contrast checker, og baseret farvesammensætninger og -valg herefter. Den lysere farve er Roze Avenues signaturfarve, og giver genkendelighed. Grundet den dårlige kontrast er dette den tertiære farve i paletten.



GESTALTLOVENE

Loven om nærhed
Luften mellem de forskellige elementer viser hvad, der hører sammen.

Loven om lighed
Alle knapper har samme farve, størrelse og placering.



Tanning Lotion

179,00 kr.

- Giver naturlig tan
- Til ansigt og krop
- Langvarig tan
- 100% vegansk
- 100% cruelty-free

KØB NU

Tanning Spray

179,00 kr.

- Giver naturlig tan
- Til ansigt og krop
- Langvarig tan
- 100% vegansk
- 100% cruelty-free

KØB NU

Loven om lukkethed
Sektionerne er opdelt med borders for at vise, hvornår noget nyt starter.

KØB NU MED 50% RABAT

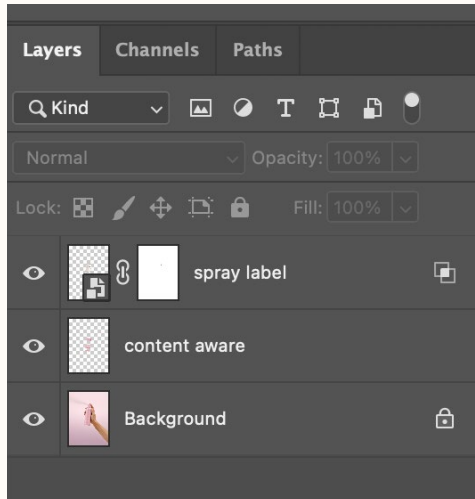
✨ SE HELE GLOW COLLECTION ✨



GRAFIK & BILLEDBEHANDLING

LIFESTYLE BILLEDE #1

Rediger et gammelt lifestyle billede om, så det er det nye produkt i stedet for.



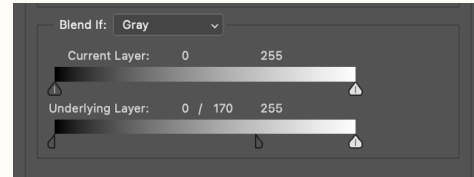
CONTENT AWARE

Jeg har brugt content aware til at fjerne det originale tekst på produktet. For ikke at arbejde destruktivt, har jeg lavet et nyt lag at arbejde på.



BLEND IF

Ved hjælp af blend if har jeg fået den originale skygge fra aerosolen frem på den nye etiket.



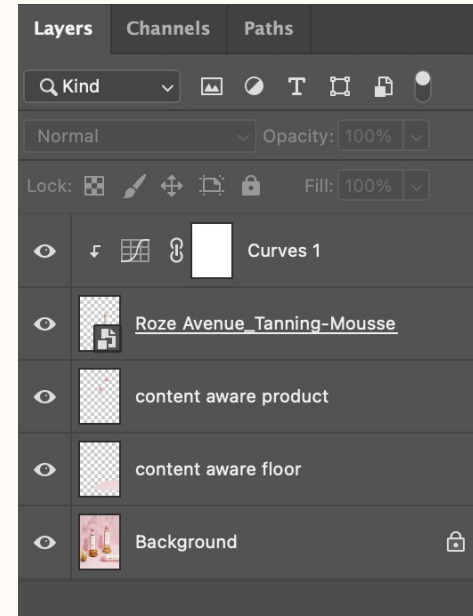
WARP

Det nye label ligger som et embedded layer, og jeg har brugt warp tool til at få det rigtige perspektiv.



LIFESTYLE BILLEDE #2

Rediger billedet det er to forskellige produkter og uden liggende produkt.

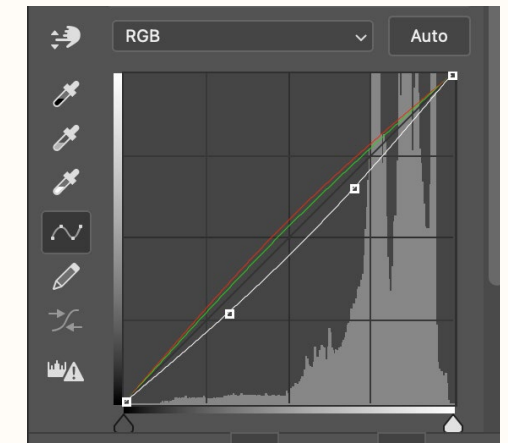


CLONE STAMP

Jeg har brugt clone stamp tool til at fjerne produktet i bunden af billedet samt at tilpasse skyggen på væggen til den rigtige højde.

ADJUSTMENT LAYER (CURVES)

Jeg har brugt curves til at colormatch den nye etiket.



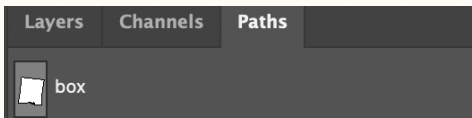
LIFESTYLE BILLEDE #3

Rediger raw billedet fra fotograferten.



FRITLÆGNING

Jeg har fritlagt med pentool og gemt min selection under paths.



CHECKLAYERS

Jeg har brugt fire forskellige checklayers til henholdsvis farvejustering, kontrast, saturation og småfejl.

Herunder solar curve til at rette småfejl ved hjælp af spot healing brush tool og stamp tool.

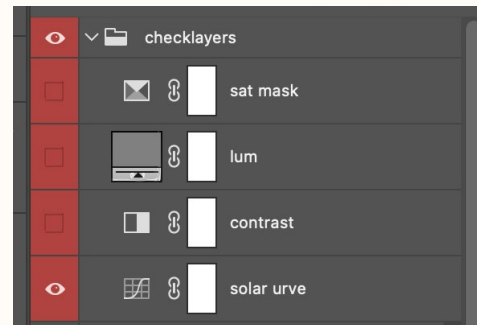
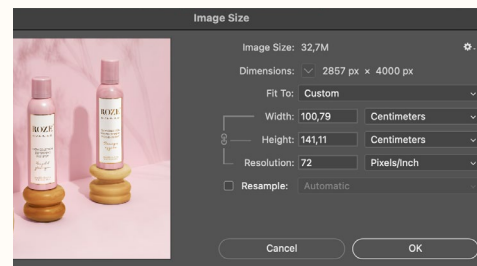


IMAGE SIZE

Billederne ligger i 72ppi til web.



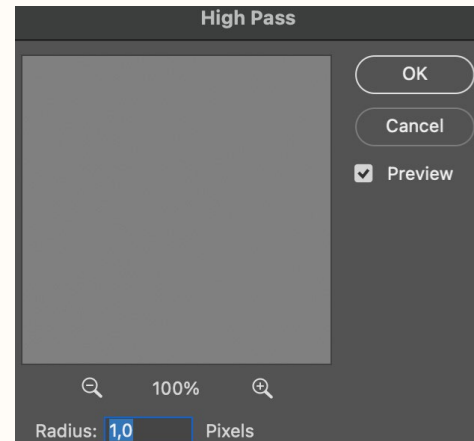
SELECTIVE COLOR

Med en selection af henholdsvis den hvide og guld tekst har jeg øget og tydeliggjort farverne.



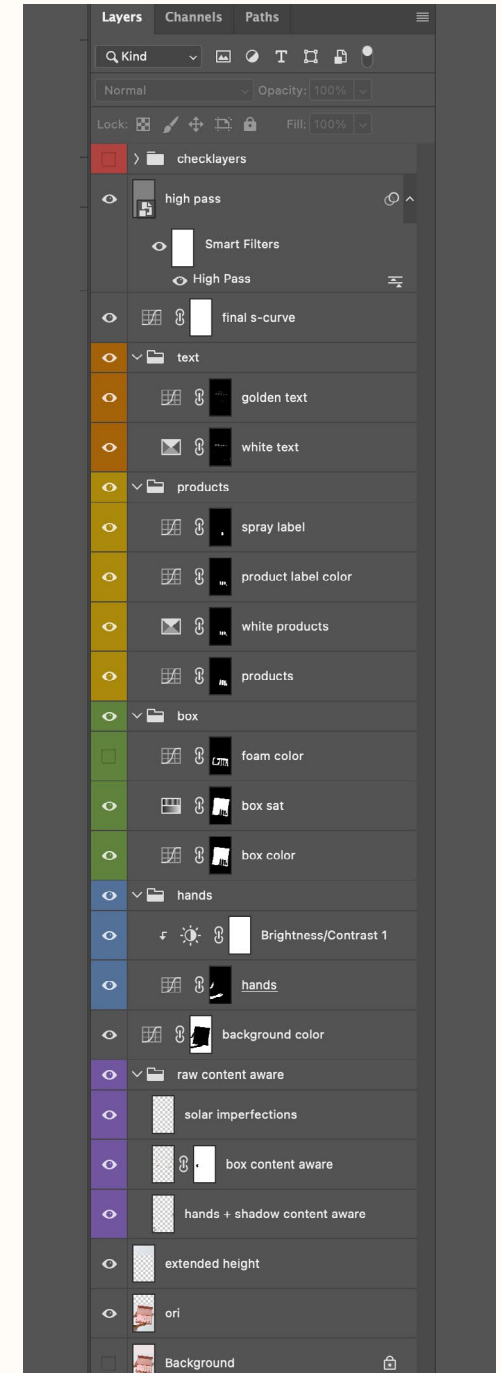
HIGHPASS

Ved hjælp af high pass har jeg fået et skarpere resultat. Dette har jeg gjort som det sidste.



FARVEJUSTERING

Jeg har farvejusteret de forskellige elementer i billedet, og opdelt det i tilsvarende mapper. Her har jeg brugt forskellige adjustment layers for at opnå det ønskede resultat.



CECILIE HØJBERG