

Concept | ontwerp | communicatie

Ontwikkeling (visuele) identiteit voor Mekander - thuis in zorgbemiddeling

i.s.m. Evelien Slim - communicatie, marketing en website en Emmely van Mierlo - fotografie

Zorgzuster Zuidoost-Brabant is per januari 2019 verder gegaan als zelfstandige onderneming onder de naam Mekander. Wij - Vitamine Mix en Evelien Slim - zijn gevraagd om de (visuele) identiteit te ontwikkelen.

Startend met een grondige analyse zijn we op zoek gegaan naar de essentie en onderscheidende kracht van de organisatie. In een merkdocument hebben we de persoonlijkheid en de tone of voice van het nieuwe merk uitgewerkt. We ontwikkelden de naam, de pay-off, het communicatieconcept en de huisstijl.

Daarna volgde de implementatiefase. We maakten een beknopt communicatieplan voor de lancering en werkten de nieuwe identiteit uit in de basis huisstijldragers, waaronder ook verscheidene folders en een nieuwe website (waarbij de organisatie in een eerder stadium al had gekozen voor een template van Otys). De fotografie is verzorgd door Emmely van Mierlo.



Pay-off

verbinder bij zorg thuis

Is iets vaker een vrouw dan een man. De verbinder is empathisch, analytisch, charismatisch, sociaal en een netwerker. Verbinders zijn over het algemeen mensen om een prettig gesprek mee aan te gaan, zijn uiterst bedreven in het vak, zonder dat het een geleerd kunstje is. Ze luisteren echt en weten intuïtief hoe ze een grote gedifferentieerde groep aan zich kunnen binden.

Verbinders zijn in staat op verschillende 'niveaus' te communiceren. Ze luisteren goed, vatten kort en bondig de kernpunten samen en zijn in staat tijdens een proces de overeenkomsten te vinden met de andere partij. Ze kunnen snel en professioneel schakelen, op een weinig dwingende manier.

17 Vitamine mix concept+creatie+communicatie | Merkdocument | naam en pay-off

Positionering

Tone of voice

Persoonlijkheid

Deze gevoelswaarden hebben we vertaald naar de naam.

14 Vitamine mix concept+creatie+communicatie | Merkdocument | naam en pay-off



wdk. vrnw. 1. elk (aan, met, van) de ander (...) 2. ter aanduiding van een onderlinge nauwe aaneensluiting (...)

Grammaticaal gezien zijn elkaar en mekaar volkomen gelijk. Ook wat betekenis betreft is er geen verschil tussen de twee. Mekaar is beperkt tot het informele Nederlands.

mekander

Wederkerig/wederzijds > het komt van beide kanten

We zijn er met elkaar, voor elkaar

Informeel

Persoonlijk

Samen > samen sterk(er)

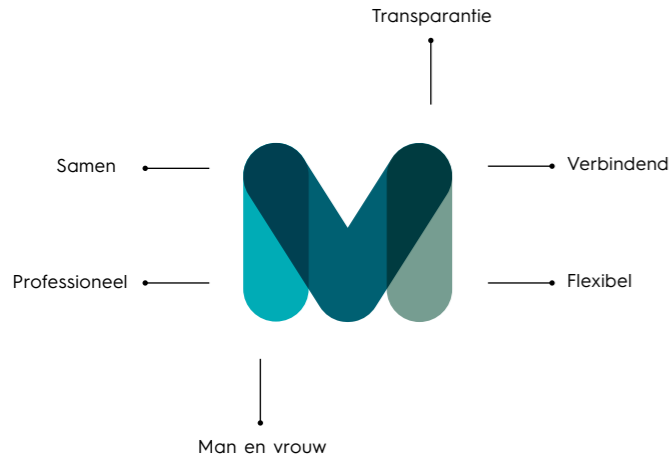
Concept | ontwerp | communicatie

Ontwikkeling (visuele) identiteit voor Mekander - thuis in zorgbemiddeling

i.s.m. Evelien Slim - communicatie, marketing en website en Emmely van Mierlo - fotografie

Logo | beeldmerk

Door de drie losse elementen met elkaar te verbinden ontstaat de letter M. Deze staat symbool voor verbinding, samen, transparantie (duidelijkheid), is rond (zacht/persoonlijk) en tegelijk stevig (professioneel) maar ook flexibel. Je ziet tevens de V van vrouw en M van man terug.



Pay-off

Zorgbemiddeling is een algemeen gangbare term. Geeft precies aan wat Mekander doet. Thuis roept de associatie op met 'je thuis voelen' / huiselijkheid. Benadrukt daarnaast de professionaliteit: thuis zijn in het vak, weten wat er speelt. En is een kleine verwijzing naar thuiszorg.



Folders - eigen versie per doelgroep



Logo compleet



Visual identity guidelines document containing the following sections:

- Typografie**: gebruikt lettertypen: Neuzet (ABCDEF...), Headline lettertype (ABCDEF...), Avenir Next (ABCDEF...), Secundaire lettertype (ABCDEF...).
- Beeldtaal**: look en feel (sfeer): kleurrijk - focus op mensen - sprankeling - contrast (in beeld) - positief - brabants heij - enthousiast - helder/fris - p - herkenbaar - dichtbij.
- Huisstijl**: voorbeelden diverse middelen: includes a sample business card and a sample folder cover.
- Kleuren**: Er liggen nu een tweetal kleurvoorstellen. Deze corporate kleuren zijn afgeleid van de primaire kleuren van het logo.
 - Telachtig Kleuren**: Base is die kleur die een gevoel oproept van loyaliteit, betrouwbaarheid, succes, veiligheid, kracht en efficiëntie. Het is wereldwijd de populairste kleur die het meest een favoriete kleuren.
 - Corporate Kleuren**: primaire kleuren van het logo.
 - Secundaire kleuren**: Deze kleuren zijn te combineren met het corporate kleurenpalet. Ze worden aanvullend gebruikt en zijn niet bedoeld om te gebruiken in plaats van het logo. Daarvoor worden de corporate kleuren ingezet.