

Want deze
brandgide
legt je precies
uit hoe je
werkt met
ons merk.



VOORKOMLEEGSTAND BRANDGUIDE 1.0
AUGUSTUS 2019



VOORKOM**LEEGSTAND**

VAST • GOED • ANDERS

Inleiding.

Voor je ligt de VoorkomLeegstand brandguide 1.0. VoorkomLeegstand is een spraakmakend merk en toont zich ook op deze wijze naar anderen. In deze brandguide lees je precies hoe we dat doen. Deze brandguide is op de volgende overzichtelijke wijze ingedeeld:

1. Het merk VoorkomLeegstand	3
2. Externe claim	4
3. Logo	5
4. Kleur	7
6. Typografie	8
7. Icons	9
8. Grid	10
8. Tekstuele stijl	12
9. Beeldtaal	13
10. Communicatievoorbeelden	14
11. Contact VKL Marketing en Heftiger merkenbouwers	15



Het merk.

VoorkomLeegstand is een spraakmakend merk. Dit uit zich niet alleen in de wijze waarop onze medewerkers handelen maar ook in onze communicatie, zowel intern als extern. VoorkomLeegstand is daarin opvallend én sympatiek. Vastgoedbezitters/-beheerders en woon-/werkruimte zoekenden kiezen voor VoorkomLeegstand omdat vastgoed beheren in samenwerking met VoorkomLeegstand leuk, geweldig en bovenal makkelijk is. VoorkomLeegstand loopt dan ook voorop in nieuwe ontwikkelingen binnen leegstandsbeheer en ontwikkelt spraakmakende nieuwe diensten en services.

In onze communicatie is VoorkomLeegstand opvallend, eigenzinnig, sympatiek, een tikje brutaal maar nooit arrogant. VoorkomLeegstand is trots op behaalde resultaten en durft stellingen in te nemen. In de rol van disruptor kan VoorkomLeegstand zich (altijd met een knipoog) afzetten tegen de gevestigde, conservatieve concurrentie.



Pay-off.

Vanuit de positionering van Voorkomleegstand zijn twee claims ontwikkeld, een interne en een externe claim. In deze brandgide belichten we enkel de externe claim. Voor extern gebruik in alle communicatie hanteert VoorkomLeegstand de claim (merkbeloofte/pay-off):

VOORKOMLEEGSTAND VAST•GOED•ANDERS

VoorkomLeegstand doet zaken (vastgoed) op haar eigen kenmerkende manier, echt anders dan de vele overige aanbieders van leegstandsbeheer. Onze andere en vernieuwende manier van werken is de 'oranje draad' die door al onze communicatie loopt. Wij hebben deze creatief doorvertaald in onze merkbeloofte en in onze communicatie. Bij VoorkomLeegstand krijg je de belofte dat er op een andere, betere wijze met jouw belangen als vastgoedbeheerder of woon-/werkruimte zoekende wordt omgegaan dan wat je elders gewend was. Klanten ervaren in de samenwerking met VoorkomLeegstand direct dat wij Vast Goed Anders zijn met onze eigen aanpak van leegstandsbeheer.



Logo.

Het logo van VoorkomLeegstand is door de jaren heen geëvalueerd naar de huidige vorm, bestaande uit de karakteristiek vormgegeven zes huisjes. Door deze illustratieve panden te verankeren op een (oranje dan wel witte) kleurbaan geven zij onze communicatie een krachtige merkbasis. De merknaam VoorkomLeegstand wordt waar mogelijk in de kleurbaan geplaatst in een vaste verhouding tot het illustratieve element en wordt gecompliceerd met de merkbeloofte/payoff VAST•GOED•ANDERS.

Beeldmerk:



Beeldmerk + woordmerk



VOORKOMLEEGSTAND

Beeldmerk + woordmerk
+ pay-off



VOORKOMLEEGSTAND

VAST•GOED•ANDERS

Zwart-wit



VOORKOMLEEGSTAND

VAST•GOED•ANDERS



Logo.

Logo op oranje basislijn:



Logo op witte basislijn:



Kleur.

VoorkomLeegstand heeft twee huisstijlkleuren, oranje en donkergrijs. Daarnaast speelt wit altijd een krachtige rol in de opbouw van communicatiemiddelen.

VoorkomLeegstand oranje



PMS
1655



CMYK
0-80-100-0



RGB
251-79-20

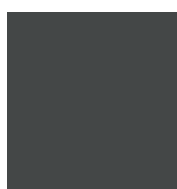


HEX
FB4F14

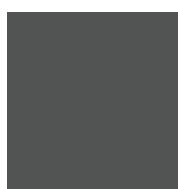
VoorkomLeegstand donkergrijs



PMS
COOL GRAY 11



CMYK
60-50-50-50



RGB
82-84-84



HEX
616365



Typografie.

Het huisstijl font van VoorkomLeegstand is de Roboto.
Voor communicatie uitingen zijn beschikbaar:

Roboto thin

Roboto light

Roboto regular

Roboto medium

Roboto bold

Roboto black

Van al deze gewichten is ook een italic (schuingedrukt) versie beschikbaar.

Voor de kenmerkende VoorkomLeegstand headings wordt gebruik gemaakt van de Roboto bold. In de A4 standaard in fontgrootte 64 pt met een interlinie van 70 pt. Op kleinere of grotere formaten wordt de fontgrootte lineair verkleind/vergroot.

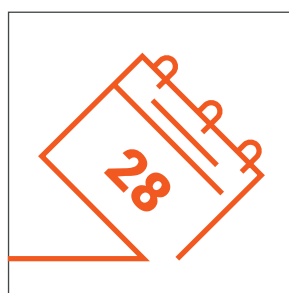
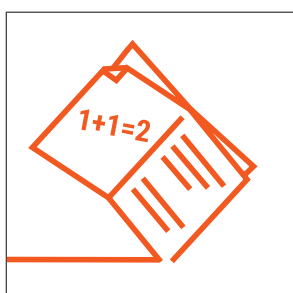
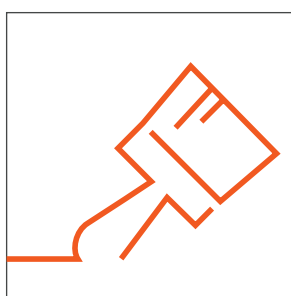
In communicatiematerialen wordt bij voorkeur gebruik gemaakt van de Roboto, met de stelregel m.b.t. bodycopy Roboto Regular fontgrootte 11 pt, interlinie 15 pt. Voor office doeleinden kan ook het standaardfont Calibri worden gebruikt.



Icons.

In communicatie werkt VoorkomLeegstand met verhelderende iconen die de thematiek visueel ondersteunen. Deze 1-lijns iconen worden speciaal op de beschreven thematiek ontwikkeld en kunnen op een oranje of witte achtergrond worden geplaatst.

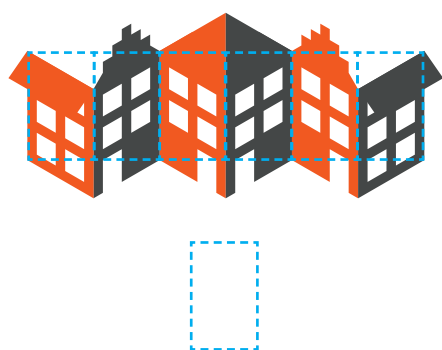
Enkele voorbeelden:



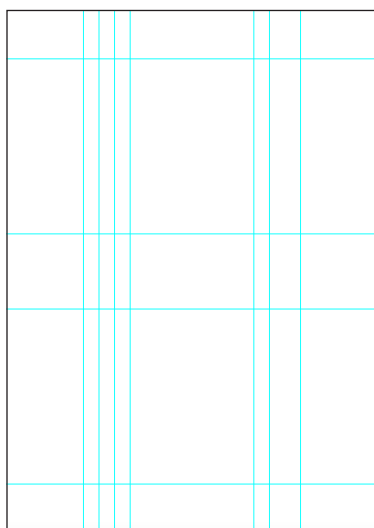
Grid.

In de communicatieuitingen van VoorkomLeegstand maken we gebruik van een speciaal ontwikkeld grid. Hieronder leggen we dit grid uit aan de hand van een standaard A4 verhouding.

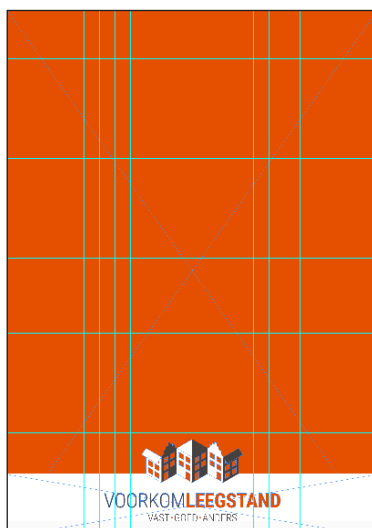
De basis van het grid vormt een rechthoek met de afmeting van de basis van 1 logo-huisje.



Middels deze rechthoek wordt het grid opgebouwd, het logo (de huisjes) wordt op de 2e gridlijn van onderen geplaatst en het woordmerk op de 1e gridlijn.



1. Basisgrid A4
21 x 24 blokken



2. Basisgrid
met huisstijlelementen



3. Basisgrid
met communicatie uiting



Grid.

Grid opbouw

Communicatie opbouw



Tekstuele stijl.

Het creatief communicatieconcept van VoorkomLeegstand is gebaseerd op de disruptor rol die VoorkomLeegstand in de branche wil gaan innemen. VoorkomLeegstand kan daarbij stevige stellingen innemen, die het onderscheid met concurrerende partijen belicht en benadrukt. Een dergelijke stelling meten wij breed uit in communicatie, middels de eigen kenmerkende en eigenwijze copystijl van VoorkomLeegstand. Dat wij daadwerkelijk anders te werk gaan dan anderen tonen we met deze stellingnames aan. We beginnen elke stelling daarom met 'Want...'. Dit startwoord zorgt er op psychologisch niveau voor dat de betreffende stellingname bij de lezer de overtuiging schept dat dit (de stelling) bij VoorkomLeegstand de normaalste zaak van de wereld is, én dat dit bij andere partijen (zeer waarschijnlijk) niet het geval zal zijn. De wijze van schrijven dient dan ook een zekere mate van luchtigheid en vanzelfsprekendheid te bevatten. De afsluiter 'Want het kan altijd anders' bevestigt en versterkt deze overtuiging nogmaals, en legt er tevens de nadruk op dat VoorkomLeegstand anders en vernieuwend werkt, altijd!

Enkele voorbeelden:

Want ook het dagelijks onderhoud nemen wij voor onze rekening.

Want ook die tuinman zit bij ons gewoon in de package deal.

Want je ontvangt bij je huurcontract a la minute de sleutel.

Want je blijft 24/7 digitaal op de hoogte van je pand.

De stellingname wordt altijd afgesloten met:

'Want het kan altijd anders.'



Beeldtaal.

Wanneer gebruik van fotografie noodzakelijk is (bijvoorbeeld online, social media, of redactionele artikelen), dient deze bij voorkeur te voldoen aan de volgende voorwaarden:

- Echte natuurlijke situaties en settings (geen glossy Amerikaans of over-the-top gestijld)
- Locaties zijn herkenbaar Nederlands
- Personen zijn echte mensen in echte situaties
- Personen zijn bezig met hun dagelijkse bezigheden, en worden in die situatie (als het ware onverwachts) gefotografeerd. Bij voorkeur geen overduidelijk geposeerde houdingen (tenzij dit gewenst is t.o.v. het gebruiksdoel. Denk hierbij aan bijvoorbeeld LinkedIn profiel foto's of interviews)



Voorbeelden.

Ter visualisering van de op de vorige pagina's beschreven communicatie opbouw zie je hieronder middels enkele voorbeelden hoe dit vorm kan krijgen.

Want ook het dagelijkse onderhoud nemen wij voor onze rekening.



WANT HET KAN ALTIJD ANDERS.



VOORKOMLEEGSTAND
VAST·GOED·ANDERS

Want ook die tuinman zit bij ons gewoon in de package deal.



WANT HET KAN ALTIJD ANDERS.



VOORKOMLEEGSTAND
VAST·GOED·ANDERS

Want je ontvangt bij je huurcontract ook a la minute de sleutel.



WANT HET KAN ALTIJD ANDERS.



VOORKOMLEEGSTAND
VAST·GOED·ANDERS

Want je blijft digitaal en 24/7 op de hoogte van je pand.



WANT HET KAN ALTIJD ANDERS.



VOORKOMLEEGSTAND
VAST·GOED·ANDERS



Contact.

Bij vragen of opmerkingen betreffende deze VoorkomLeegstand brandgide of voor het opvragen van communicatiematerialen kan je contact opnemen met VoorkomLeegstand of Heftiger merkenbouwers:

VoorkomLeegstand

Maaskade 111B
3071 NJ Rotterdam

Tel: 010-845 06 86

E-mail: info@voorkomleegstand.nl

Heftiger merkenbouwers

Burgemeester Hoffmanplein 49
3071 XD Rotterdam

Tel: 010- 203 83 92

E-mail: info@heftiger.nl

