

Prijzen zo licht als wolkjes



Amber Jacobs

GEÏNTEGREERDE PROEF

Voorgedragen tot het behalen van het diploma van
het technisch secundair onderwijs



Amber Jacobs

Provinciaal Technisch Instituut Ninove
Multimedia
2016-2017

Mentoren

Mevr. E. Depont
Mevr. T. Van Haver
Mevr. C. De Vos
Mevr. T. Morisse

WOORD VOORAF

Voor het behalen van een diploma in het zesde jaar van het technisch onderwijs, richting Multimedia is het maken van een geïntegreerde proef een vereiste. Deze bundel is het schriftelijke verslag ervan.

Voor het onderwerp van mijn geïntegreerde proef heb ik gekozen voor een fictieve luchtvaartmaatschappij. Hiervoor heb ik onder andere een logo, website, promomateriaal,... ontworpen. Het leek mij een leuk onderwerp, omdat je er veel richtingen mee kan uitgaan, er bestaan ook veel maatschappijen zodat ik voldoende inspiratie kan opdoen. Het moest een luchtvaartmaatschappij zijn die voor alle sociale klassen aantrekkelijk leek.

Het voorbije jaar bracht ik de kennis die ik heb opgedaan op school en op mijn stageplaatsen en de vaardigheden die ik er heb ontwikkeld samen in mijn geïntegreerde proef. Het was een leerrijke uitdaging, waarbij ik ook heel wat nieuwe ervaringen opdeed. Bij de uitwerking van de geïntegreerde proef kreeg ik tips en ondersteuning van mijn leerkrachten, stagebegeleiders, vrienden en familie.

In de eerste plaats zou ik graag alle leerkrachten bedanken voor hun medewerking en begeleiding bij het maken van de geïntegreerde proef. Mevrouw E. Depont voor de hulp bij het ontwerpen. Mevrouw C. De Vos voor de hulp bij het schrijven van de teksten die terug te vinden zijn in mijn geïntegreerde proef. Mevrouw T. Van Haver voor de hulp bij het ontwerpen en het realiseren van de website.

Mijn dank voor de aanmoediging en ondersteuning van mijn ouders. En tot slot dank aan mevrouw L. Poels voor het helpen mee brainstormen en nadenken over mijn geïntegreerde proef.

Met deze bundel hoop ik de lezer een interessant verslag te brengen van mijn geïntegreerde proef.

Amber Jacobs

2016-2017

INHOUDSOPGAVE

Projectbeschrijving.....	9
--------------------------	---

PLAN

1.1. Doel.....	11
1.1.1. Primaire doelen.....	11
1.1.2. Secundaire doelen.....	11
1.1.3. Kennis, houding en gedrag.....	12
1.2. Doelgroep.....	13
1.2.1. Stel de juiste vragen + algemeen bezoekersprofiel.....	13
1.2.2. Takenlijst.....	13
1.2.3. Scenario.....	14
1.2.3.1. Scenario voor de website.....	14
1.2.3.2. Scenario voor het klantenbureau.....	14
1.3. Concurrentieanalyse.....	15
1.3.1. Nederlandse sites.....	15
1.3.2. Engelse sites.....	18
1.3.3. Besluit.....	20

LOGO EN HUISSTIJL

2.1. Huisstijl.....	22
2.1.1. Kleurenssemantiek.....	22
2.1.2. Typografie.....	22
2.2. Logo.....	23
2.2.1. Creatief proces en voorontwerpen.....	23
2.2.2. Definitief logo en motivatie.....	31

WEBSITE EN BANNER

3.1. Inhoud website.....	33
3.1.1. Informatie.....	33
3.1.2. Informatie verzamelen.....	33
3.1.3. Informatie organiseren en structureren.....	33
3.1.4. Informatie adresseren en labelen.....	33
3.1.5. Flowchart.....	33
3.2. Functioneel ontwerp.....	34
3.2.1. Navigatie.....	34

3.2.2. Hyperlink.....	35
3.2.3. Breadcrumbs.....	35
3.2.4. Interactie.....	35
3.2.5. Paginaontwerp.....	36
3.3. Technisch ontwerp.....	37
3.3.1. HTML.....	37
3.3.2. CSS.....	37
3.3.3. Javascript.....	37
3.3.4. Afbeeldingen.....	37
3.3.5. Browser.....	38
3.3.6. Resolutie.....	38
3.4. Grafisch ontwerp.....	39
3.4.1. Creatief proces.....	39
3.4.2. Kleur en typografie.....	39
3.4.3. Navigatie.....	39
3.5. Banner.....	40
3.5.1. Creatief Proces / grafisch ontwerp.....	40
3.5.2. Technisch ontwerp.....	41

GRAFISCH DRUKWERK

4.1. Brochure.....	43
4.1.1. Creatief proces en voorontwerpen.....	43
4.1.2. Definitief ontwerp.....	46
4.2. DVD-hoes.....	47
4.2.1. Basic ontwerp.....	47
4.2.2. Creatief ontwerp.....	48
4.3. Promomateriaal.....	49
4.3.1. Strandbal.....	49
4.3.2. Strandzak.....	50
4.3.3. Zonnebril.....	51
4.3.4. Bellenblaasspeelgoed.....	52
4.3.5. Balpen.....	53

PROMOFILM

5.1. Concurrentieanalyse.....	55
5.1.1. Promofilm Easyjet	55
5.1.2. Promofilm Ryanair.....	56
5.1.3. Besluit.....	57
5.2. Synopsis.....	58
5.3. Storyboard	59
5.4. Uitwerking promotiefilm.....	60
Tot slot	65
Lijst van geraadpleegde bronnen	66

BIJLAGEN

Bijlage 1: Logboek.....	72
Bijlage 2: Zakelijke brief	75
Bijlage 3: Enquiry	76
Bijlage 4: Petit Panneau	77
Bijlage 5: Intro thesis in English.....	78
Bijlage 6: Présentation en français.....	79
Bijlage 7: Teksten site.....	80
Bijlage 8: Presentatie.....	83
Bijlage 9: Portfolio.....	84

PROJECTBESCHRIJVING

Als studente Multimedia aan het Provinciaal Technisch Instituut te Ninove stel ik met veel plezier mijn geïntegreerde proef voor. Als opdracht hiervoor heb ik een logo, een website, een banner, een affiche / flyer, een DVD-hoes, promotiemateriaal (zoals: een pen, bekertjes, outfits, persoonlijke tickets...) en een promotiefilmpje ontworpen voor een fictief bedrijf.

Tijdens een brainstormsessie over het onderwerp van de GIP dacht ik plotseling terug aan de vakantie toen ik een reis boekte bij een luchtvaartmaatschappij. Voor zo een maatschappij kan er veel ontworpen en bedacht worden. Ik wou een luchtvaartmaatschappij oprichten die voor de meeste mensen betaalbaar is, zodat iedereen eens op vakantie kan gaan met een laag budget. Mijn maatschappij is voor alle mensen die enkel een vliegtuigticket willen boeken aan een zeer economische prijs. De naam die ik voor mijn maatschappij heb gekozen, is 'Clouds'.

Ik heb deze naam gekozen omdat de naam 'Clouds' op verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden. De betekenis van de naam is eigenlijk zeer simpel. Het betekent dat de mensen voor een goedkope, "luchtige" prijs tussen de wolken kunnen reizen.

De hoofdzaken die ik heb ontworpen om een maatschappij op te starten en te promoten bestaat eerst en vooral uit een logo en een goede website. En goed promotiemateriaal is ook zeer belangrijk zoals banners, affiches, een DVD-hoes en promotiefilmpjes.

Dit werd allemaal uitgewerkt met de volgende programma's: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Pingendo, Adobe Dreamweaver, Adobe Flash en Adobe After-effects.

In dit dossier zal u verder zien hoe de huisstijl van een ruw idee tot drukklaar eindontwerp gerealiseerd is.

HOOFDSTUK I

PLAN



1.1. DOEL

- Een nieuw concept lanceren in de bedrijfswereld van luchtvaartmaatschappijen.
- De omzet verhogen.
- Een positieve relatie opbouwen met de klanten.
- De kans geven aan iedereen ongeacht de klasse om een reis te boeken.
- Een groter publiek bereiken.

1.1.1. Primaire doelen

- Een huisstijl ontwerpen.
- Een website ontwerpen.
- Een banner ontwerpen
- Een affiche of flyer ontwerpen.
- Een DVD-hoes ontwerpen.
- Verscheidene promotiematerialen bedenken.
- Een nieuw concept lanceren: hoe meer boekingen, hoe lager de prijs.
- Goede communicatie via digitale media, website en dergelijke.
- De markt analyseren en proberen de beste prijzen aan te bieden.
- Een breder doelpubliek bereiken.
- Gebruik maken van sociale media om idee en concept over te brengen via reclame.

1.1.2. Secundaire doelen

- Het uiterlijk van een vliegtuig ontwerpen.
- Het ontwerpen van een uniform gedragen door het personeel.
- Veiligheidsvoorschriften bij noodgevallen ontwerpen.
- Proberen om altijd de goedkoopste maatschappij te zijn.
- Kans geven aan elke sociale klasse om eens een reis te kunnen boeken
- Een jeugdige uitstraling bieden aan de klanten bv. door middel van uniformen, huisstijl.

1.1.3. Kennis, houding en gedrag

* Kennis:

- De informatie duidelijk maar simpel weergeven.
- Vluchtinformatie bijvoorbeeld uren, steden, data.
- Openingsuren van de kantoren.
- Betalingsmogelijkheden.
- De toegestane leeftijd van kinderen om te vliegen met of zonder begeleiding.

* Houding:

- Een jeugdige website die een vlotte look behoudt.
- Een goede navigatie doorheen de website.
- Werken met lichte kleuren voor een veilig, rustgevend gevoel.

* Gedrag:

- Een jonge dynamische uitstraling van het bedrijf.
- Online betalingen.
- De mogelijkheid om een hulpformulier te verzenden.

1.2. DOELGROEP

- Mensen uit elke sociale klasse.
- Gericht op volwassenen maar ook op kinderen en jongvolwassenen.
- Iedereen die een vlucht wil boeken.

1.2.1. Stel de juiste vragen + algemeen bezoekersprofiel

- * Wie is de toekomstige bezoeker van de website?
 - Toekomstige bezoekers zijn bestaande of nieuwe klanten, sollicitanten.
 - Iedereen van elke prijsklasse bereiken door het nieuwe concept.
- * Tot welke leeftijdscategorie behoort de bezoeker?
 - De leeftijd voor de website is gericht op mensen van 18 tot ouder.
- * Wat is de nodige kennis om te kunnen navigeren op een website?
 - Mensen met een lage kennis van sociale media, digitale media kunnen ons bereiken door de simpliciteit van het concept en de weergave om klanten te bereiken, digitaal of niet-digitaal.
- * Wat is de nodige kennis van talen en pictogrammen?
 - De bezoeker moet Nederlands begrijpen.
 - De bezoeker begrijpt pictogrammen die doorheen de site gebruikt worden.

1.2.2. Takenlijst

- De klant moet een overzicht kunnen hebben over de komende vluchten die men kan boeken.
- De klant moet in staat zijn om online een vlucht te kunnen boeken alsook om manueel te kunnen betalen indien men te weinig kennis heeft van digitale media.
- De klant moet op de hoogte gehouden worden van eventuele prijswijzigingen door het aantal boekingen per vlucht.
- De klant moet alle informatie over de vlucht die men boekt terugvinden op de site: vluchtnummer, datum reis, vertrekkuur, gate, ...

1.2.3. Scenario

1.2.3.1. Scenario voor de website.

De bezoeker opent de homepage. Hierop wordt de indruk gegeven van een jeugdige uitstraling tegenover de klant. Op de homepage zie je verschillende topacties, promoties staan van verschillende vluchten.

Er zal ook een optie zijn om zelf je luchthaven te kiezen, de datum van de vlucht en plaats van bestemming in te geven. Indien de klant nog geen idee heeft van de bestemming, kan men ook ergens op de site een wereldkaart zien met alle vluchten en bestemmingen om inspiratie op te doen.

Indien men alle vluchten wil zien per datum, is de kans er ook om een overzichtschema hiervan te bekijken.

Nadien, wanneer de klant zijn ideale datum en plaats van bestemming heeft gevonden, kan men deze reis boeken door een formulier in te vullen. Hierbij is ook de optie mogelijk om online te betalen of contant op de luchthaven zelf indien de klant weinig kennis heeft van digitale media.

Zodra de reis geboekt is, krijgt de klant een bevestigingsmail met duidelijke informatie over de vlucht en dergelijke. De klant krijgt ook een herinneringsmail wanneer de vluchtboeking volledig is met eventuele kortingen.

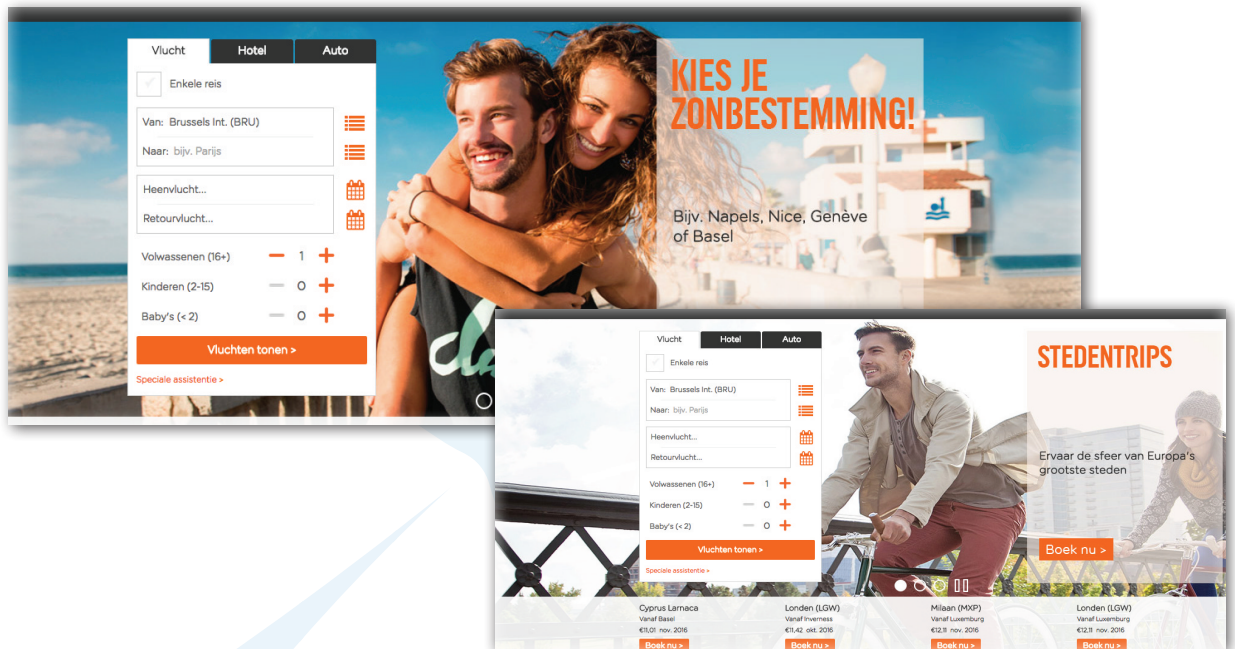
1.2.3.2. Scenario voor het klantenbureau.

De bezoeker komt binnen en vraagt hulp aan de helpdesk. Hij wordt gevraagd wanneer hij een vlucht zou willen boeken. Hij krijgt dan een overzicht van vluchten die er dan beschikbaar zijn. Hierna kan de klant een beslissing nemen en kiezen om de vlucht al te betalen of via overschrijving te betalen. De klant krijgt een informatiebundel mee met gegevens over de vlucht en dergelijke. Hij kan kiezen voor de optie per mail, via post of telefonisch op de hoogte gehouden te worden van eventuele prijskortingen.

1.3. CONCURRENTIEANALYSE

1.3.1. Nederlandse sites

EASYJET, webshop, internet, 5 oktober 2016
(<http://www.easyjet.com/be-nl>)



Korte beschrijving van de site

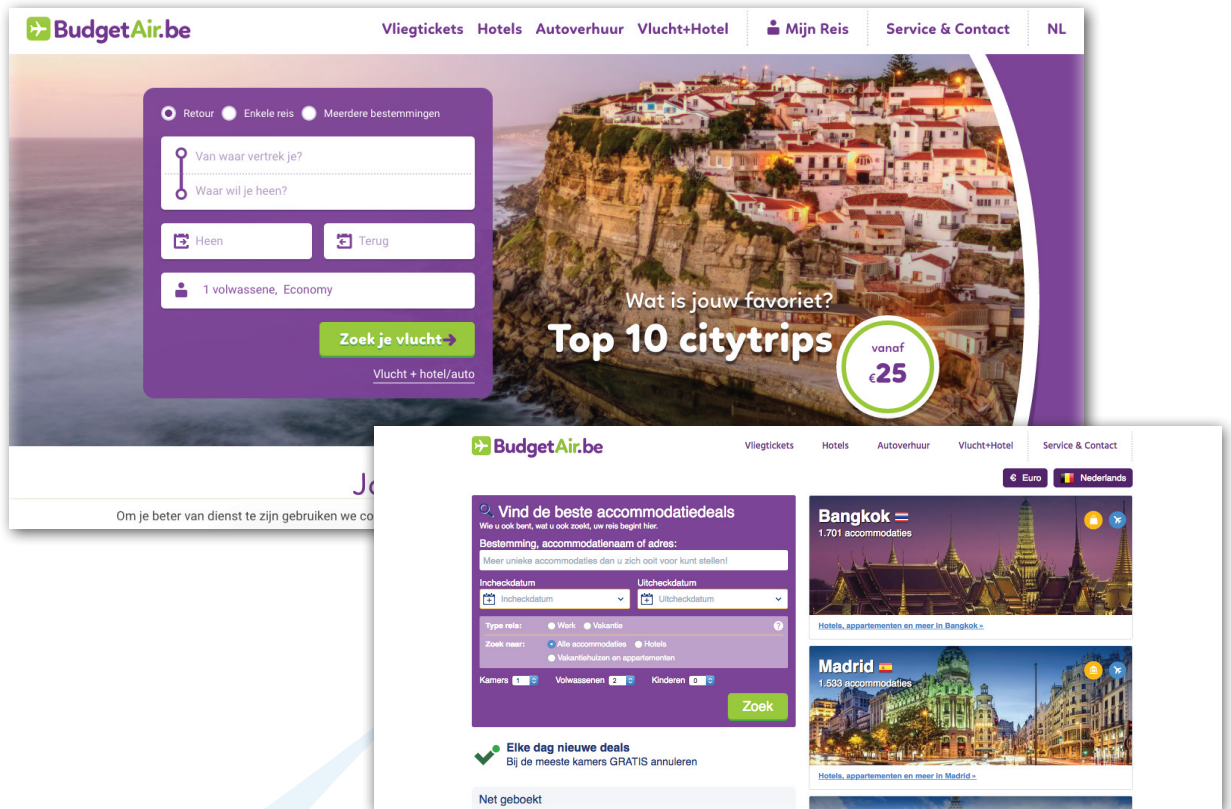
De site ziet er vrij warm en uitnodigend uit, je voelt je direct op je gemak. De wisselende foto's op de achtergrond doen je direct aan vakantiesfeer denken. De beginpagina is nog een beetje overzichtelijk maar zodra je begint door te klikken, is er veel informatie om te verwerken waardoor het wat overweldigend overkomt.

Positieve puntjes:

- De kleur valt goed op
- Het is duidelijk waar alles staat
- Toffe fotoslideshow bovenaan
- De blokken "benodigdheden" en "top-bestemmingen" zijn tof
- De FAQ, veelgestelde vragen, symbolen zijn wel handig
- Alle informatie verandert mee als je van onderwerp verandert (vb: van vlucht naar hotel)

Negatieve puntjes:

- Zodra je wat doorklikt, is er wel veel tekst
- Veel informatie om te lezen
- De submenu in zwart en oranje is wat te flashy en storend
- Geen zelfde lijn in het design van de site: als je doorklikt, is de lay-out meestal anders
- Komt druk over



Korte beschrijving van de site

De site ziet er kalm uit. De kleur en foto's doen mij denken aan een relaxe avondsfeer. Je kan gewoon je locatie opzoeken door je pc, wat wel handig is om een luchthaven in de buurt te vinden. Er staat niet te veel tekst waardoor je rustig de site kan bekijken. Het is niet overweldigend. De site is overzichtelijk. Storend is wel dat bij elk ander onderwerp bovenaan in de menubalk altijd een ander tabblad opent.

Positieve puntjes:

- Vrij simpel, niet veel tekst
- Het is duidelijk waar alles staat
- De huisstijl van de site is wel doorgetrokken op alle andere subpagina's
- Je GPS- positie kan per computer opgezocht worden
- Zeer overzichtelijk
- Ziet er zeer professioneel uit

Negatieve puntjes:

- Als je klikt op een ander onderwerp springen er steeds nieuwe tabbladen open
- Onderaan staan er symbooltjes met uitleg, maar je kan er niet op klikken, vrij nutteloos

CONNECTIONS, [webshop](http://www.connections.be), internet, 5 oktober 2016
(<https://www.connections.be>)



Korte beschrijving van de site

De homepagina van de site ziet er professioneel uit, het heeft een zakelijk zomers gevoel. Het is zeer overzichtelijk, niet te druk opgebouwd. Niet te veel tekst, een goede schikking en veel gebruik gemaakt van mooie foto's. De stijl wordt doorgetrokken in de andere pagina's. Je ziet duidelijk waar je zit of wat je aanduidt.

Positieve puntjes:

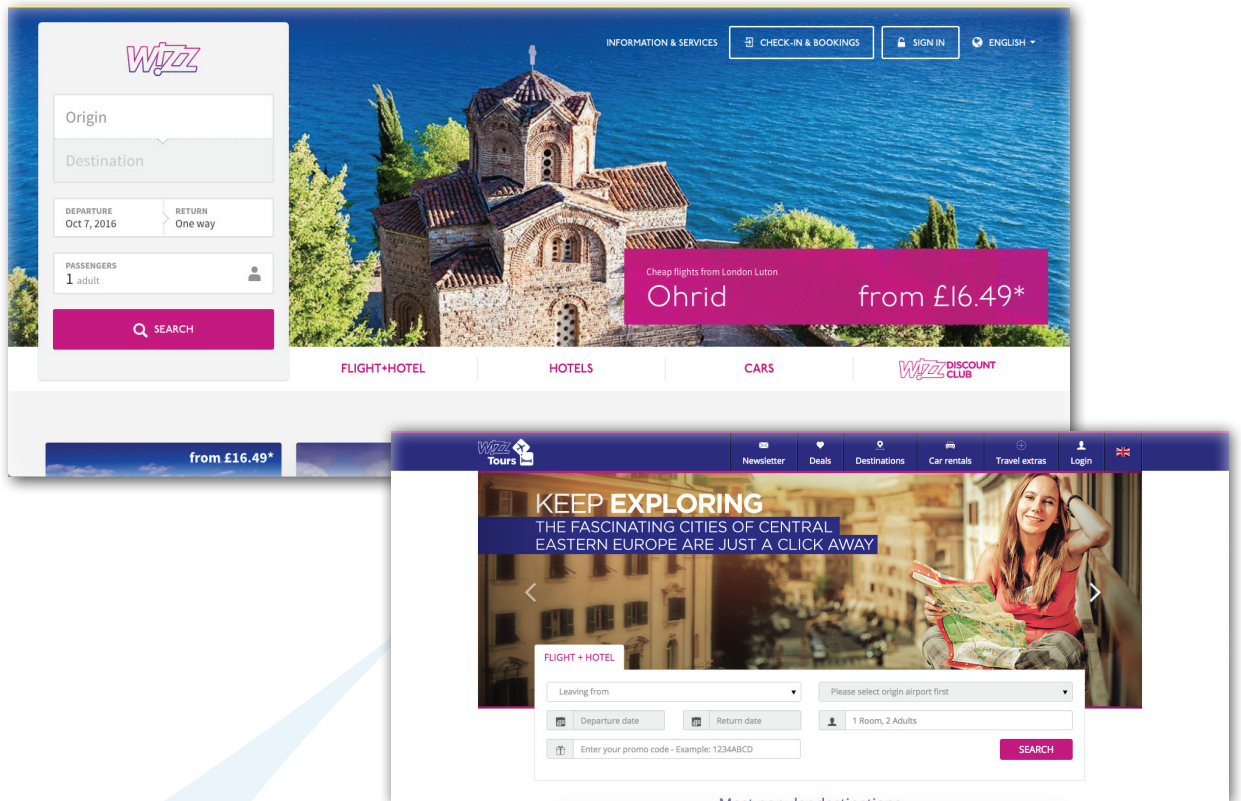
- Het is duidelijk waar alles staat
- De huisstijl van de site is wel doorgetrokken op alle andere subpagina's
- Zeer overzichtelijk
- Ziet er zeer professioneel uit
- In de menubalk is onderlijnd waar je zit
- Alle informatie verandert mee als je van onderwerp verandert

Negatieve puntjes:

- Veel gebruik van icoontjes, wat druk overkomt
- Iets te veel kleuren gebruikt

1.3.2. Engelse sites

WIZZ TOURS, webshop, internet, 5 oktober 2016
(<https://wizztours.com>)



Short site description

The site looks fresh and modern, it's not bombastic but it is sometimes a little confusing to find your information. Your first view is drawn to the flight destinations. The main page of the site looks professional but some other pages are of a lesser quality, it's almost looking cheap and a little unreliable.

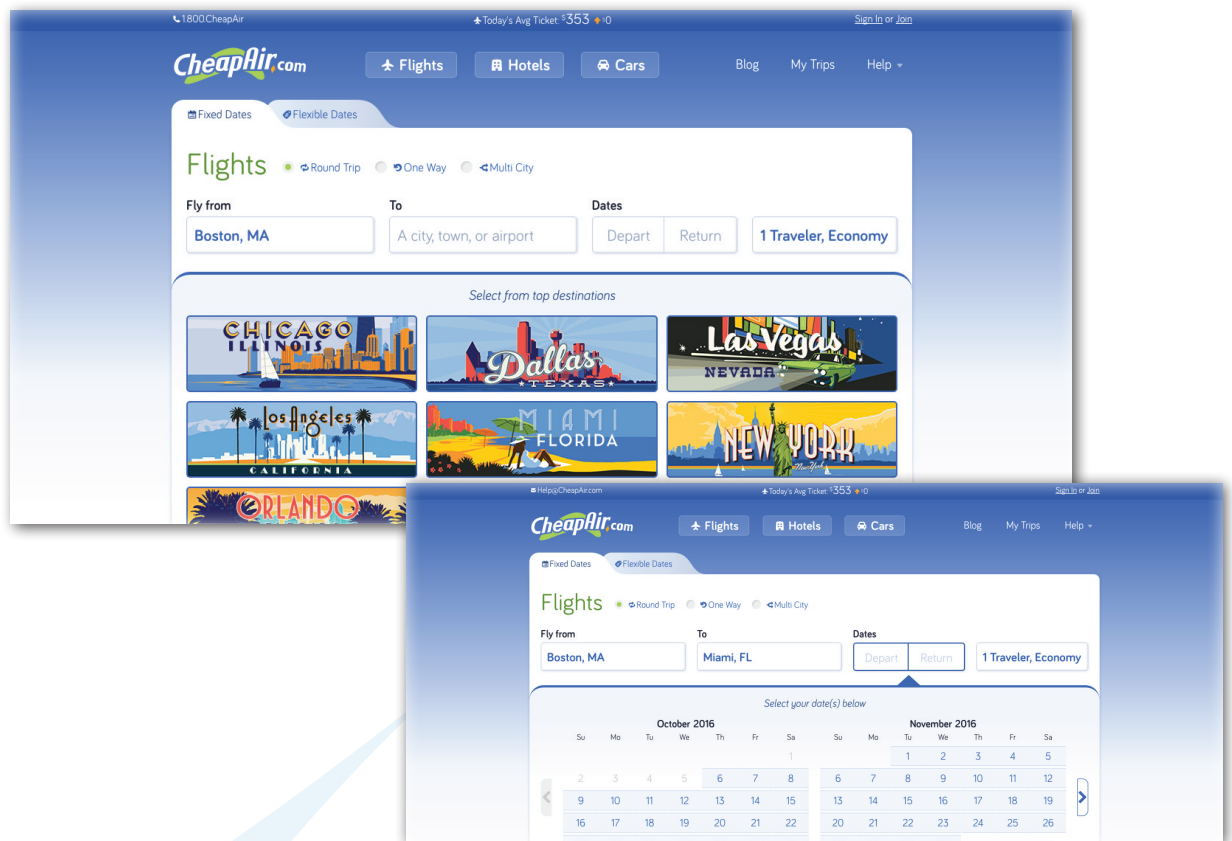
Positive points:

- Clear look
- Not bombastic, not much text
- Legible font
- Fresh colour combination

Negative points:

- Many cookie reports which are annoying
- Doesn't look that professional nor reliable
- The menu at the bottom of the picture is not that obvious
- There are other tab openings when you click on the main menu

CHEAP AIR, webshop, internet, 5 oktober 2016
(<https://www.cheapair.com>)



Short site description

The site looks simple and modern, its more graphic and less photo related. It gets immediately to the point when you search for information. Sometimes there are cookies which open other tabs.

Positive points:

- Immediately to the point
- Not bombastic, not much text
- Legible font
- Fresh colour combination
- Lovely graphics
- The other pages are in the same style

Negative points:

- Less use of photos
- Cookie reports which are annoying

1.3.3. Besluit

Voor de website van mijn luchtvaartmaatschappij ga ik een duidelijk leesbaar lettertype gebruiken. De teksten zullen niet bombastisch overkomen waardoor het overzichtelijk zal blijven.

Ik zou ook sowieso foto's gebruiken om een vakantiesfeer te creëren om mensen aan te zetten om een ticket te boeken.

Het gebruik van de site moet simpel en gemakkelijk zijn, zodat mensen snel en gemakkelijk een ticket kunnen bestellen. Er zal ook een optie bestaan om de tickets gemakkelijk online te bestellen.

Doorheen de navigatie in de site zullen er niet elke keer nieuwe tabbladen openspringen, zodat de gebruiker te veel tabbladen heeft openstaan, waardoor het onoverzichtelijk wordt.

HOOFDSTUK 2

HUISSTIJL EN LOGO



2.1. HUISSTIJL

2.1.1. Kleurensesemantiek

Ik heb deze kleuren gekozen omdat ze refereren naar het blauw van de lucht en omdat ze fel zijn, goed in het oog springen. Ook voelen deze kleuren licht en modern aan. Ik ben altijd bij het blauw gebleven omdat de lucht en wolken centraal staan in mijn logo.

C: 70%	R: 39	H: 197,9°
M: 15%	G: 170	S: 82,53%
Y: 0%	B: 225	B: 88,38%
K: 0%		

C: 100%	R: 38	H: 243,8°
M: 100%	G: 34	S: 64,88%
Y: 25%	B: 98	B: 38,25%
K: 25%		

2.1.2. Typografie

Als lettertype voor het logo heb ik gezocht naar afgeronde, onscherpe lettertypes. Omdat het gaat over clouds (wolken). Deze zijn altijd rond, minder scherp of hard. Dus daarom moest het lettertype ook een beetje meegaan met de vorm van de wolken, zodat het logo een geheel lijkt.

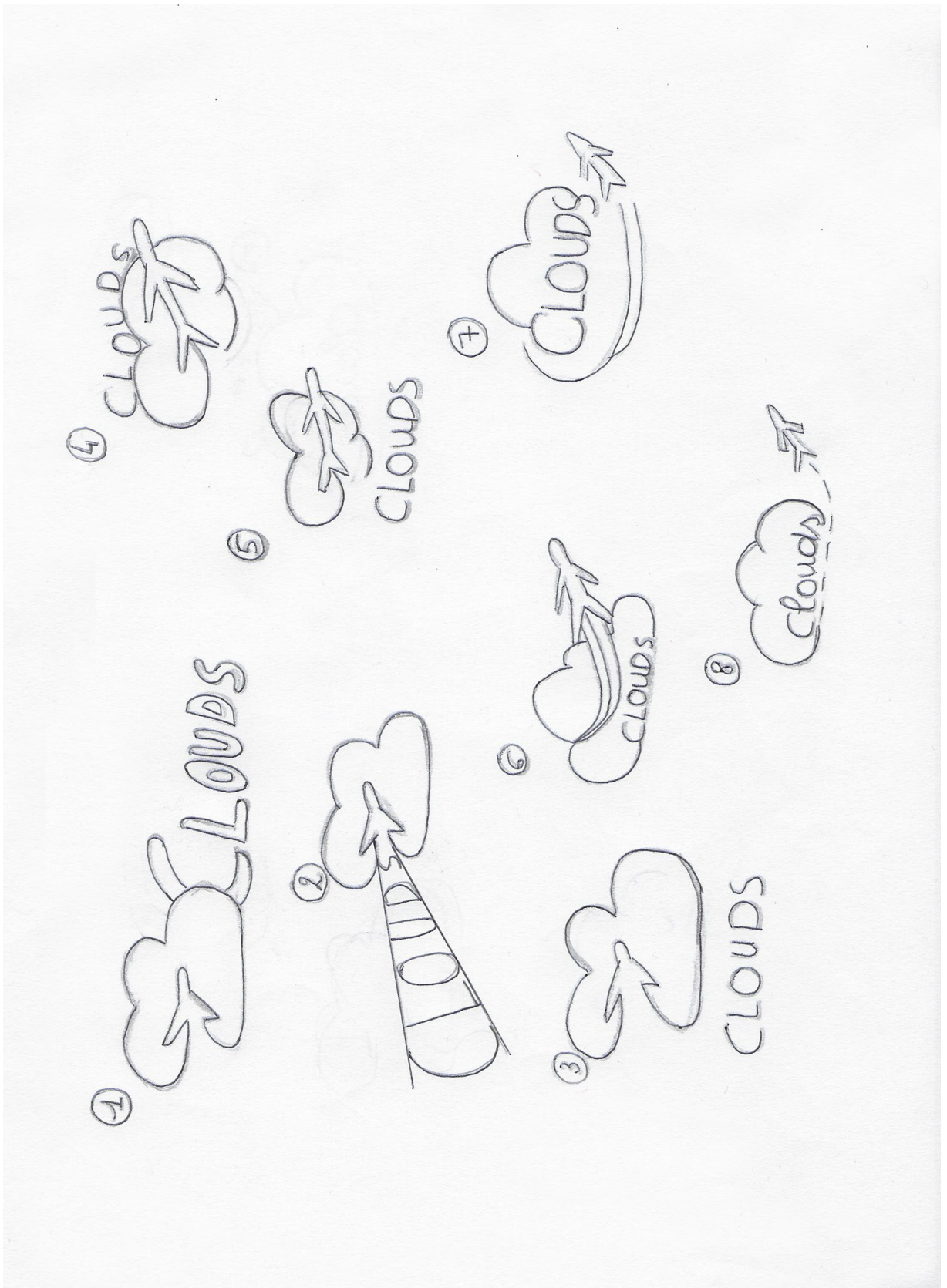
Lettertype: Arista 2.0 Light

Clouds

CLOUDS

2.2. Logo

2.2.1. Creatief proces en voorontwerpen



Lettertype 1: Birds Of Paradise

Cloud

CLOUDS

Lettertype 2: Bright Lights Heavy

CLOUDS

CLOUDS

Lettertype 3: Markinson

Clouds

enigma

Lettertype 4: Shadedlarch

Clouds

CLOUDS

Lettertype 5: Always in my heart

Clouds

CLOUDS

Lettertype 6: Arista 2.0 light

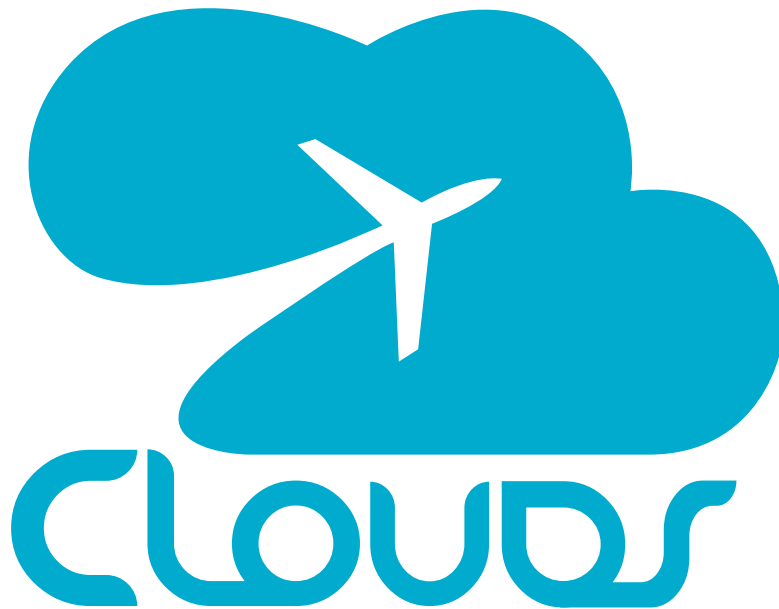
Clouds

CLOUDS

Lettertype 7: Dikso

CLOUDS

CLOUDS



Kleuren



A

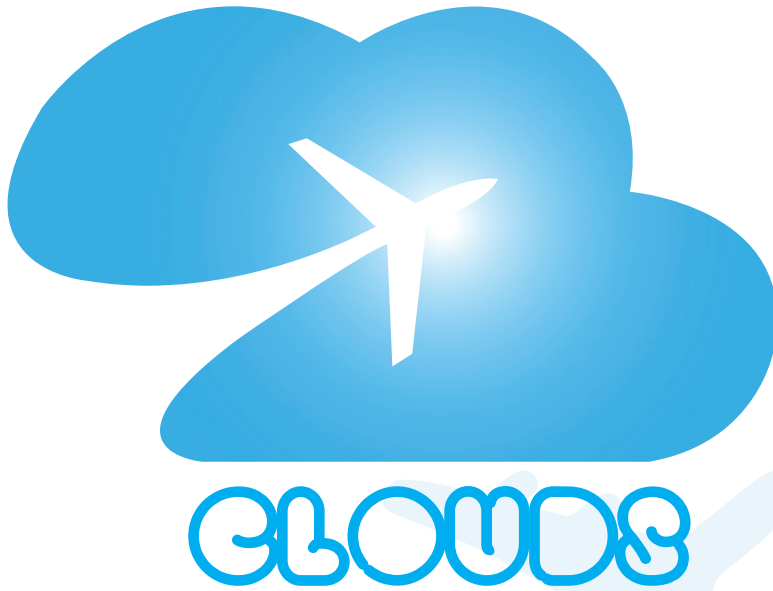
Lettertype: Danube

clouds clouds

Kleurenstudie logo

A

C: 100%	R: 0	H: 189,5j
M: 0 %	G: 172	S: 100%
Y: 20%	B: 205	B: 80,21%
K: 0 %		



Kleuren



A



B

Lettertype: Bright Lights Heavy

CLOUDS CLOUDS

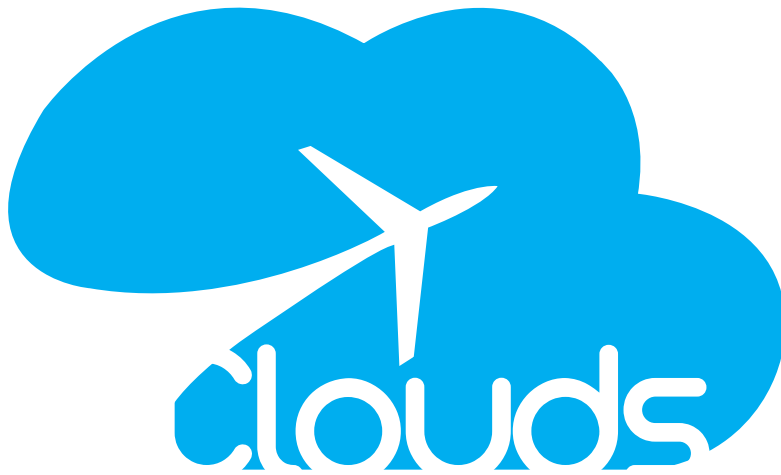
Kleurenstudie logo

A

C: 100%	R: 0	H: 196,4j
M: 0%	G: 174	S: 100%
Y: 0%	B: 239	B: 93,81%
K: 0%		

B

C: 0 %	R: 255	H: 345j
M: 0 %	G: 255	S: 0 %
Y: 0 %	B: 255	B: 100%
K: 0 %		



Kleuren



A

Lettertype: Arista 2.0 Light

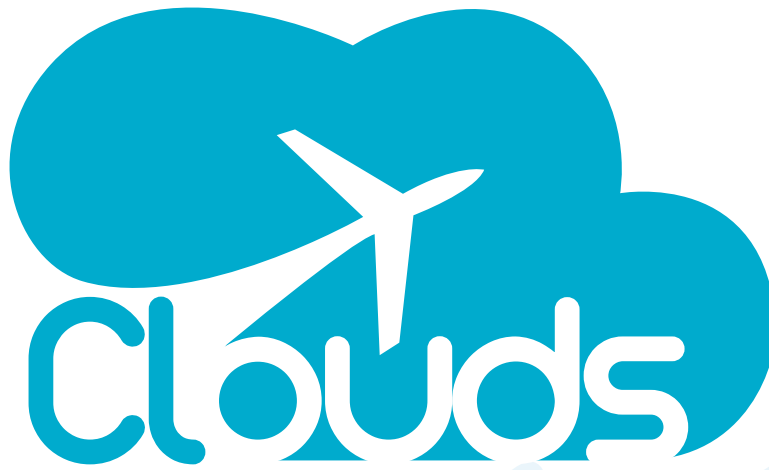
Clouds

CLOUDS

Kleurenstudie logo

A

C: 100%	R: 0	H: 196,4j
M: 0 %	G: 174	S: 100%
Y: 0 %	B: 239	B: 93,81%
K: 0%		



Kleuren



A

Lettertype: Arista 2.0 Light

Clouds

CLOUDS

Kleurenstudie logo

A

C: 100%	R: 0	H: 189,5i
M: 0%	G: 172	S: 100%
Y: 20%	B: 205	B: 80,21%
K: 0 %		



Kleuren



A



B

Lettertype: Arista 2.0 Light

Clouds

CLOUDS

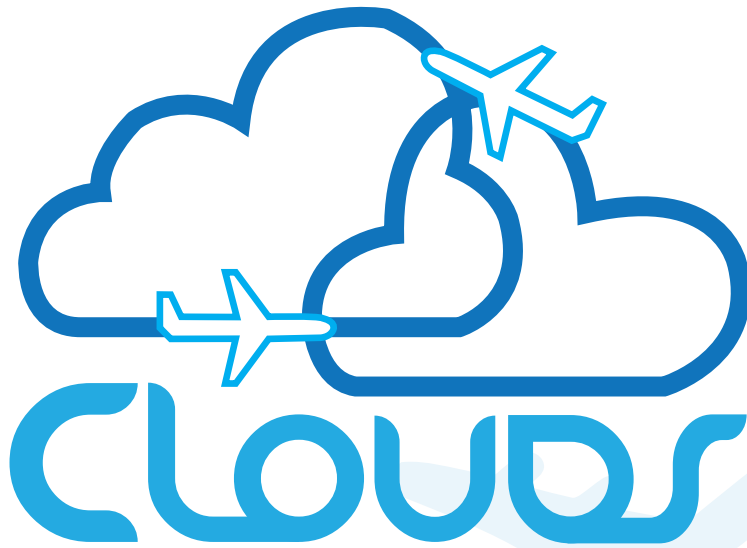
Kleurenstudie logo

A

C: 70%	R: 3 9	H: 197,9j
M: 15%	G: 170	S: 82,53%
Y: 0 %	B: 225	B: 88,38%
K: 0 %		

B

C: 85%	R: 28	H: 206,4j
M: 50%	G: 117	S: 85,37%
Y: 0 %	B: 188	B: 73,71%
K: 0 %		



Kleuren



A



B

Lettertype: Danube

clouds clouds

Kleurenstudie logo

A

C: 70%	R: 39	H: 197,9i
M: 15%	G: 170	S: 82,53%
Y: 0%	B: 225	B: 88,38%
K: 0%		

B

C: 85%	R: 28	H: 206,4i
M: 50%	G: 117	S: 85,37%
Y: 0%	B: 188	B: 73,71%
K: 0%		

2.2.2. Definitief logo en motivatie

Dit is definitief logo dat ik ga gebruiken voor mijn huisstijl voor de fictieve luchtvaartmaatschappij. Het logo is niet te strak, duidelijk en past bij het geheel en het doel van het bedrijf.



Kleuren



A



B

Lettertype: Arista 2.0 Light

Clouds

CLOUDS

Kleurenstudie logo

A	C: 70%	R: 39	H: 197,9i
	M: 15%	G: 170	S: 82,53%
	Y: 0%	B: 225	B: 88,38%
	K: 0%		

B	C: 100%	R: 38	H: 243,8i
	M: 100%	G: 3 4	S: 64,88%
	Y: 25%	B: 98	B: 38,25%
	K: 25%		

HOOFDSTUK 3

WEBSITE EN BANNER



3.1. INHOUD WEBSITE

3.1.1. Informatie

De informatie die u terug vindt op de website gaat algemeen over de luchtvaartmaatschappij welke service 'Clouds' aanbiedt. Er staat ook informatie over de landen waar u naar toe kunt gaan. De prijzen en promo's van de tickets staan er natuurlijk ook op.

3.1.2. Informatie verzamelen

De prijzen van de tickets heb ik vergeleken met andere bedrijven die dezelfde tickets aanbieden. Ik heb er steeds voor gezorgd dat de prijzen op mijn website steeds de goedkoopste waren.

3.1.3. Informatie organiseren en structureren

Er is een kleurwisseling tussen de verschillende secties. Een afwisseling tussen blauw en wit. Dit heb ik gedaan zodat het duidelijk werd wanneer er een nieuwe sectie begon. Zo is het ook duidelijk welke informatie bij welke sectie hoort. Ik heb de tekst in 4 onderdelen verdeeld.

- Over ons
- Informatie over de landen bij promo's
- Tickets bestellen
- De voorwaarden van de tickets.

3.1.4. Informatie adresseren en labelen

De navigatie doorheen de website is zeer gemakkelijk. Ik heb ervoor gezorgd dat het niet te complex wordt door veel submappen aan te maken.

3.1.5. Flowchart



3.2. FUNCTIONEEL ONTWERP

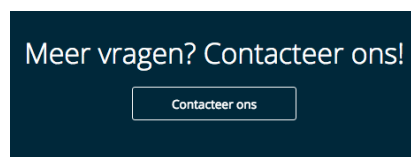
3.2.1. Navigatie

De verschillende navigatieknoppen zijn "Home", "Over ons", "Bestemmingen", "Promo's", "Tickets" en "Contact". Wanneer de navigatieknop actief is en je op de sectie staat die de knop moet weergeven, is de knop aangeduid in het donkerblauw met een wit lettertype.



Wanneer je over de navigatie hovert, zie je ook terug de donkerblauwe kleur met het witte lettertype. Als weergave voor de non-actieve navigatieknoppen is er de lichtblauwe achtergrond, zoals de achtergrond van de navigatiebalk. Wanneer je op de gewenste navigatieknop klikt, dan verschuift de one-page direct naar het gewenste sectievak op de site.

Ook de knop "Contacteer ons" onder de balk van "Meer vragen? Contacteer ons!" is een navigatie naar de contactpagina.



Bij de sectie "De beste promo's" wordt er ook gebruik gemaakt van een soort navigatie. De navigatie is dezelfde als de navigatiebalk, wat de lay-out betreft, enkel de kleuren zijn omgekeerd. De actieve navigatie is hier lichtblauw en de nonactieve navigatieonderwerpen zijn donkerblauw. Als je het gewenste continent aanklikt, dan komen de foto's te voorschijn van landen die in dit continent liggen.



3.2.2. Hyperlink

Bovenaan de site, boven de navigatiebalk staan links social media-iconen en wanneer je erover hovert worden deze lichtblauw gemaakt. Als je op deze iconen klikt, opent de gelinkte webpagina. Dit is het geval ook helemaal beneden de website in de sectie "contact".



SOCIALE MEDIA

 Clouds airlines

 Pictures@clouds

3.2.3. Breadcrumbs

Op de website wordt geen gebruik gemaakt van breadcrumbs omdat het design van de website een one-page is en het dus geen uitgebreide inhoud bevat.

3.2.4. Interactie

Op de start- / homepagina wordt er gezorgd voor interactie met de klant door een slideshow van foto's weer te geven en een korte beschrijving met de vermelding van het land om de klant al een beetje zin te doen krijgen om een reis te boeken.



Als u klikt op de navigatie, glijdt de one-pagesite naar het gedeelte dat u geselecteerd heeft.

In de sectie van "De beste promo's" vindt u ook foto's terug en als u erover hovert met de muis verschijnt er een tekstbeschrijving op de foto.

De klant kan ook interactief met ons contact opnemen door het contactformulier in te vullen of kan doorklikken op de hyperlinks van onze Facebook- en Twitterpagina.

3.2.5. Paginaontwerp

Ik heb gebruik gemaakt van dezelfde kleurtinten als het logo op de website. De witte, de lichtblauwe en de donkerblauwe kleur komen telkens terug. Dit zorgt voor variatie maar ook voor een gevoel van samenhang.

Ik maak ook gebruik van foto's omdat deze meer zeggen dan een beschrijving van een land. De foto's verkopen ook beter dan een gewone uitleg.

Ik heb ook zelf wat icoontjes ontworpen in de sectie "Over ons", die ook telkens in dezelfde stijl en kleur zijn ontworpen als het hoofdlogo.



ONZE MAATSCHAPPIJ

Clouds is een lagekostenmaatschappij met meer dan 30 bestemmingen. Wij bieden heen- en terug vluchten aan.



TICKETS

Tickets heen en terug. Voor ieder wat wils. Van gewone tot luxueuse vluchten. Prijs wordt bepaald volgens continenten.



BESTE PROMO'S

Clouds biedt de beste promo's aan, aan de beste prijzen over heel de wereld.



ONZE REISBUREAUS

Onze bureaus zijn te vinden in Brussel, Oostende, Kortrijk, Gent

3.3. TECHNISCH ONTWERP

3.3.1. HTML

Voor de inhoud en de navigatie van de website heb ik een html-code gebruikt.

De opbouw van de html-code bestaat uit de volgende onderdelen:

- Top nav met logo
- Carrousel (slideshow)
- Het eerste blok (bovenste balkje met extra info)
- Over ons
- Bestemmingen
- Promo's
- Tickets
- Voorwaarden
- Contact
- Footer

3.3.2. CSS

In dit document heb ik de opmaak van de html geschreven. Elk onderdeel heeft een verschillende opmaak die in de css-code vermeld staat.

3.3.3. Javascript

Er zijn verschillende javascriptdocumenten gelinkt met de html-pagina die ervoor zorgen dat de beweging van de slideshow werkt en dat de pagina mooi glijdt naar de gewenste sectie, als u op de navigatie klikt.

3.3.4. Afbeeldingen

Om de afbeeldingen te zoeken heb ik vooral google-afbeeldingen en pixabay gebruikt. Bij de keuze van de afbeeldingen heb ik steeds rekening gehouden met de kwaliteit. Ook de duidelijkheid van de afbeelding moest voor zichzelf spreken zodat het onderwerp klaar wordt weergegeven. Alle afbeeldingen zijn door mezelf eerst bewerkt in het programma Adobe Photoshop voor ik ze daarna in de website plaatste.

3.3.5. Browser

De website werkt het best in de browser Google Chrome. Tijdens het ontwikkelen van de website heb ik ook steeds met Google Chrome gewerkt. Via functie F12 kon ik kijken om de fouten gemakkelijker terug vinden door in de code te kijken en eventueel zaken te wijzigen.

3.3.6. Resolutie

Mijn site is ontworpen op resolutiegrootte 1000 x 832 pixels. Ik heb voor deze grootte gekozen omdat het de meest voorkomende schermresolutie is die gebruikt wordt. De afbeeldingen van de website zijn in 72 dpi. De website past zich aan elke resolutie aan, de website is dus responsive. Om de website responsive te maken heb ik gebruik gemaakt van Bootstrap, het gridsysteem, die de breedtes in procenten plaatst.

3.4. GRAFISCH ONTWERP

34.1. Creatief proces

Door de concurrentieanalyse te maken en naar andere one-pagewebsites te kijken van dezelfde branche had ik inspiratie opgedaan en kreeg ik een idee hoe ik mijn website er wou laten uitzien. Ik wou een one-pagewebsite waarin steeds dezelfde kleuren terugkwamen om zo een geheel te vormen.

Veel tekst en verscheidene afbeeldingen wou ik er niet opzetten om verwarring te voorkomen. Ook heb ik steeds gezorgd dat de website duidelijk en aantrekkelijk voor de doelgroep bleef. Ik heb eerst voor de kleuren en de structuur van de website gezorgd en dan voor de afbeeldingen en tekst.

34.2. Kleur en typografie

De kleuren die gebruikt zijn op de website zijn dezelfde kleuren die terugkeren in het logo. Ik heb er ook steeds voor gezorgd dat de tekst duidelijk leesbaar was op de achtergrond en ook voor wat afwisseling gezorgd.

Wat de typografie betreft, heb ik voor een zeer strak en zakelijk lettertype gekozen. Een schreefloos lettertype genaamd: "mfglabsicons". Ik heb ook steeds duidelijk onderscheid gemaakt tussen de lopende tekst en de titels door gebruik te maken van letterdikte of een andere kleur.

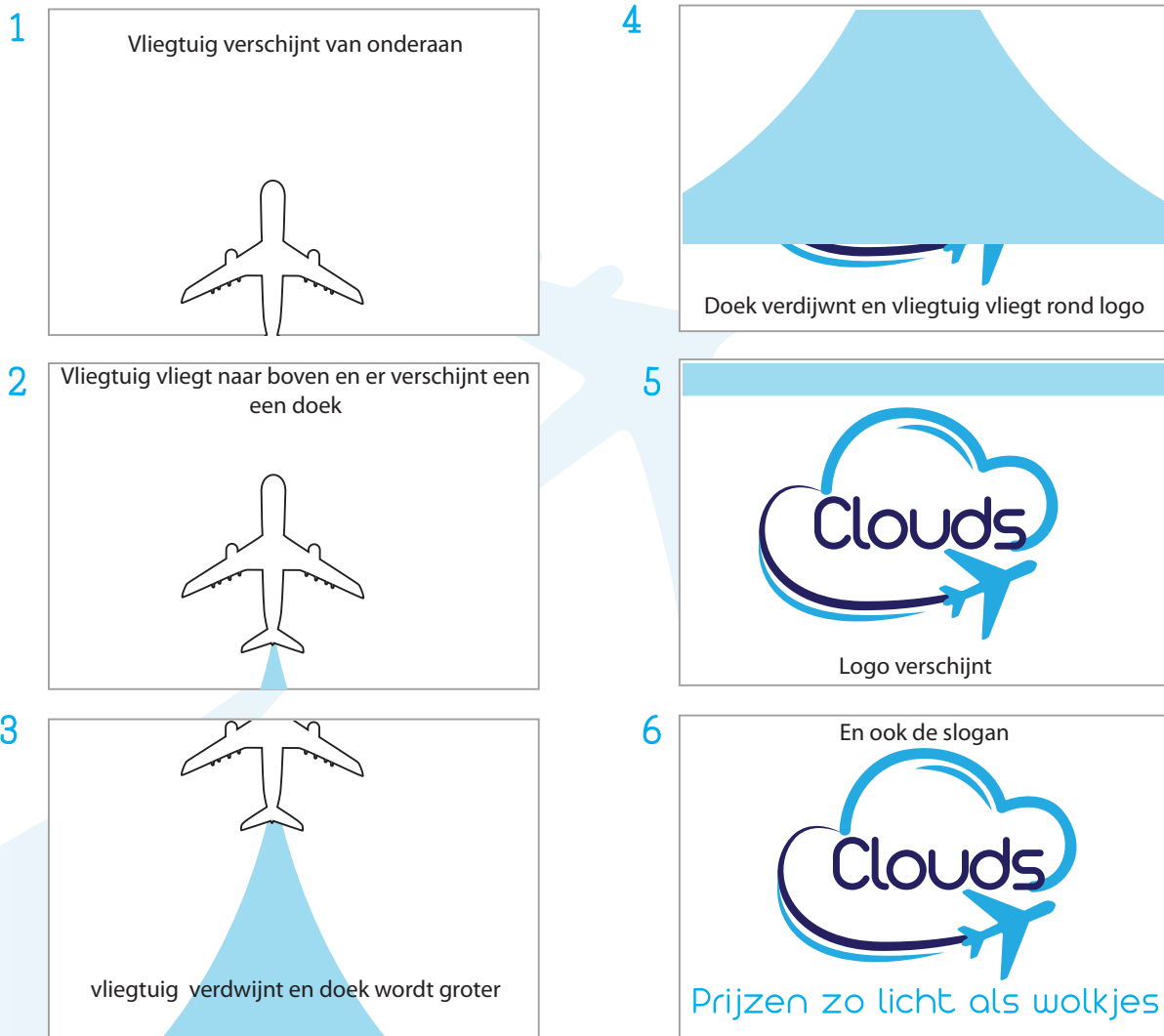
34.3. Navigatie

De titel van de sectie waarheen de navigatie verwijst, staat steeds in het groot gecentreerd in het midden van de pagina met een lijntje onder om goed te onderscheiden waar u zich juist bevindt.

Ik heb gekozen voor een vaste navigatiebalk, zodat je steeds naar een andere sectie in de navigatiebalk kunt gaan. Deze balk volgt ook steeds mee op de pagina, waardoor het gemakkelijk is om deze terug te vinden en te gebruiken.

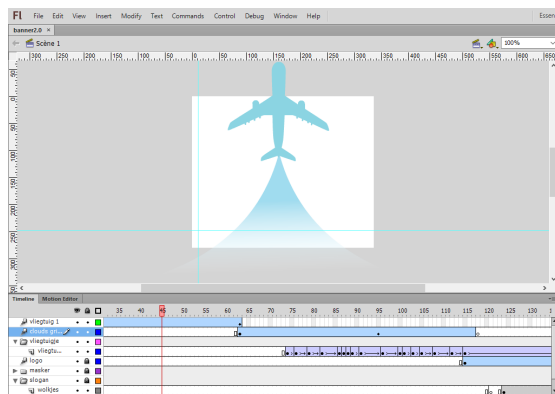
3.5. BANNER

3.5.1. Creatief Proces / grafisch ontwerp



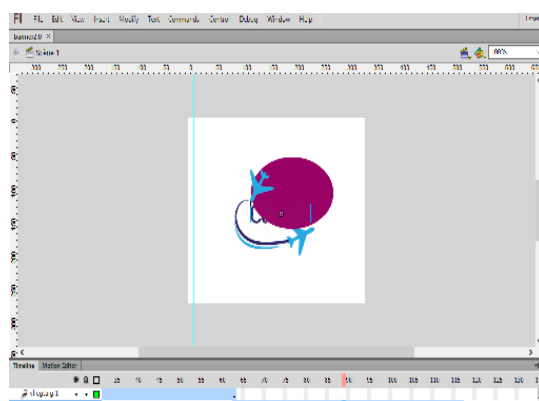
3.5.2. Technisch ontwerp

De banner begint met het verschijnen van een vliegtuig onderaan in het beeld. Het vliegtuig vliegt naar boven en er verschijnt een banner met hem mee. Dit heb ik gecreëerd door gebruik te maken van een bewegingstween.

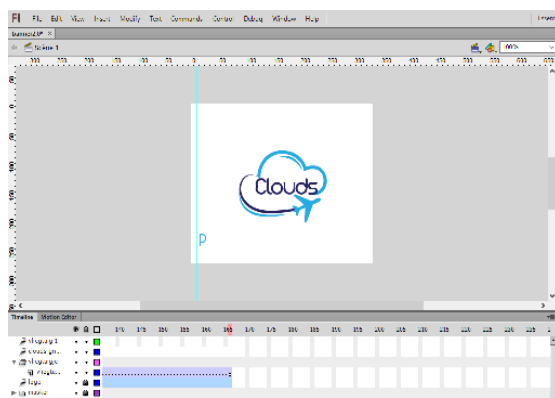


Wanneer de banner ongeveer in de helft van het scherm is, komt "Clouds" te voorschijn. Hierbij heb ik een filter gebruikt genoemd verzadigen, waarvan ik de X- en Y-waarden heb aangepast.

Vervolgens verschijnt er een vliegtuigje die rondom het logo vliegt. Het logo verschijnt mee met de beweging van het vliegtuigje. Hierbij heb ik terug gebruik gemaakt van verschillende bewegingstweenen en ook een masker gebruikt.



Ten slotte verschijnt onderaan het beeld de slogan, letter per letter. De banner heb ik gemaakt met het programma Adobe Flash. De animatie duurt 13,8 sec.



HOOFDSTUK 4

GRAFISCH DRUKWERK

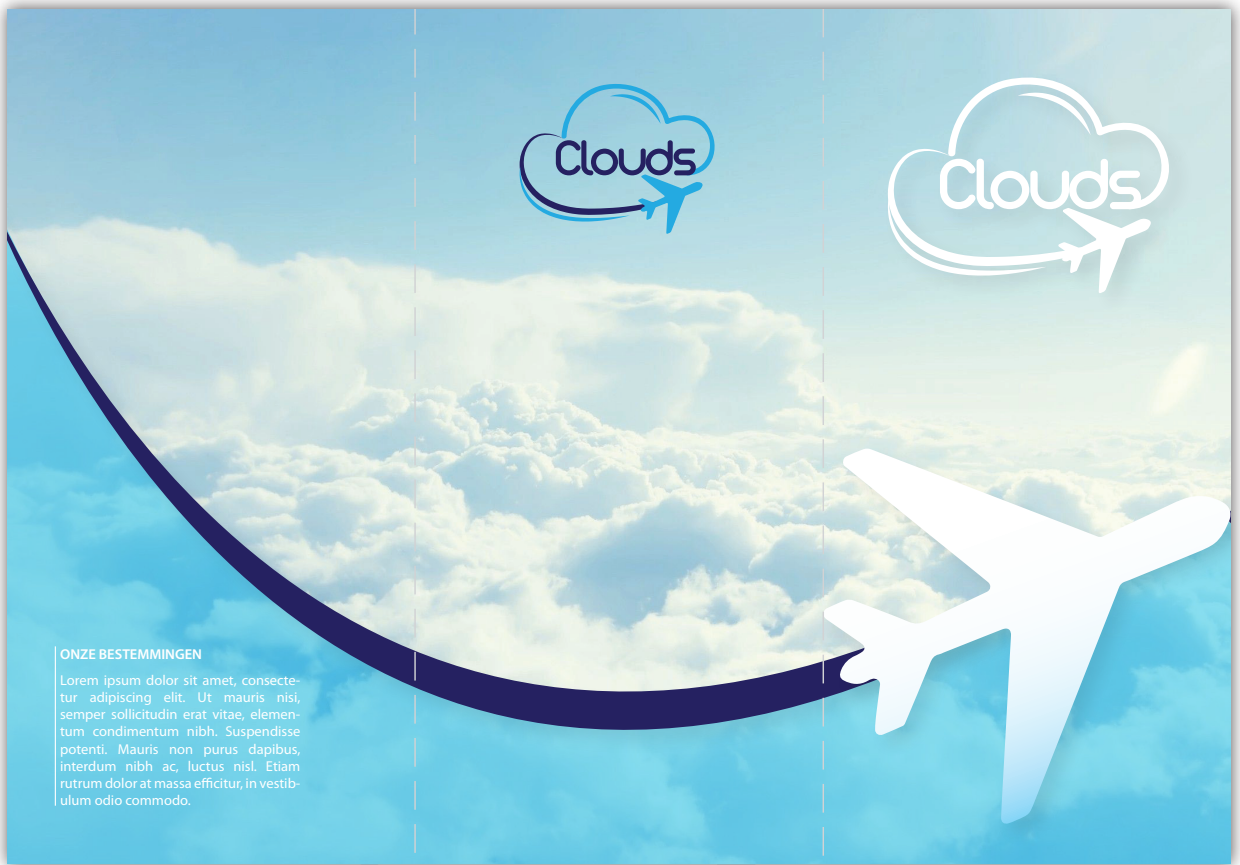


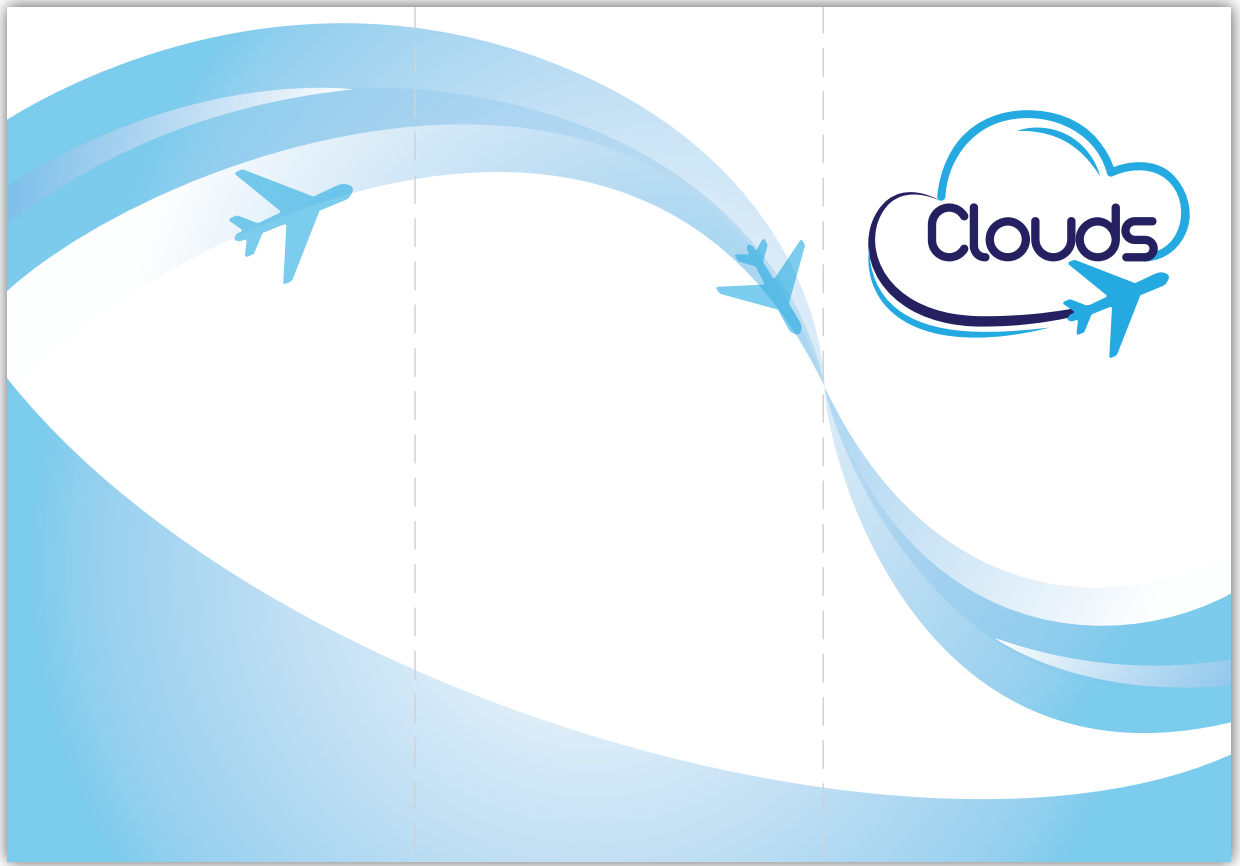
4.1. BROCHURE

4.1.1. Creatief proces en voorontwerpen

Ik heb gekozen voor een brochure om mijn maatschappij te promoten. Bij het ontwerpen van de brochure heb ik steeds met dezelfde kleuren gewerkt, namelijk blauw, wit in verschillende tinten. Je vindt ook steeds een vliegtuig terug en het logo van de maatschappij.







4.1.2. Definitief ontwerp

De rectozijde van de brochure bestaat uit een foto van een vliegtuig met grijze tinten. Om de tekst te plaatsen heb ik gebruik gemaakt van geometrische figuren bestaande uit de kleuren wit, blauw en donkerblauw. De informatie die vermeld staat, gaat over het bedrijf zelf, zoals de website, telefoonnummer en adresgegevens. Ook heb ik er een paar foto's opgeplaatst van vakantiebestemmingen om de klant wat te verleiden. Ik heb twee maal het logo vermeld, een keer in kleur en een keer enkel in het wit.

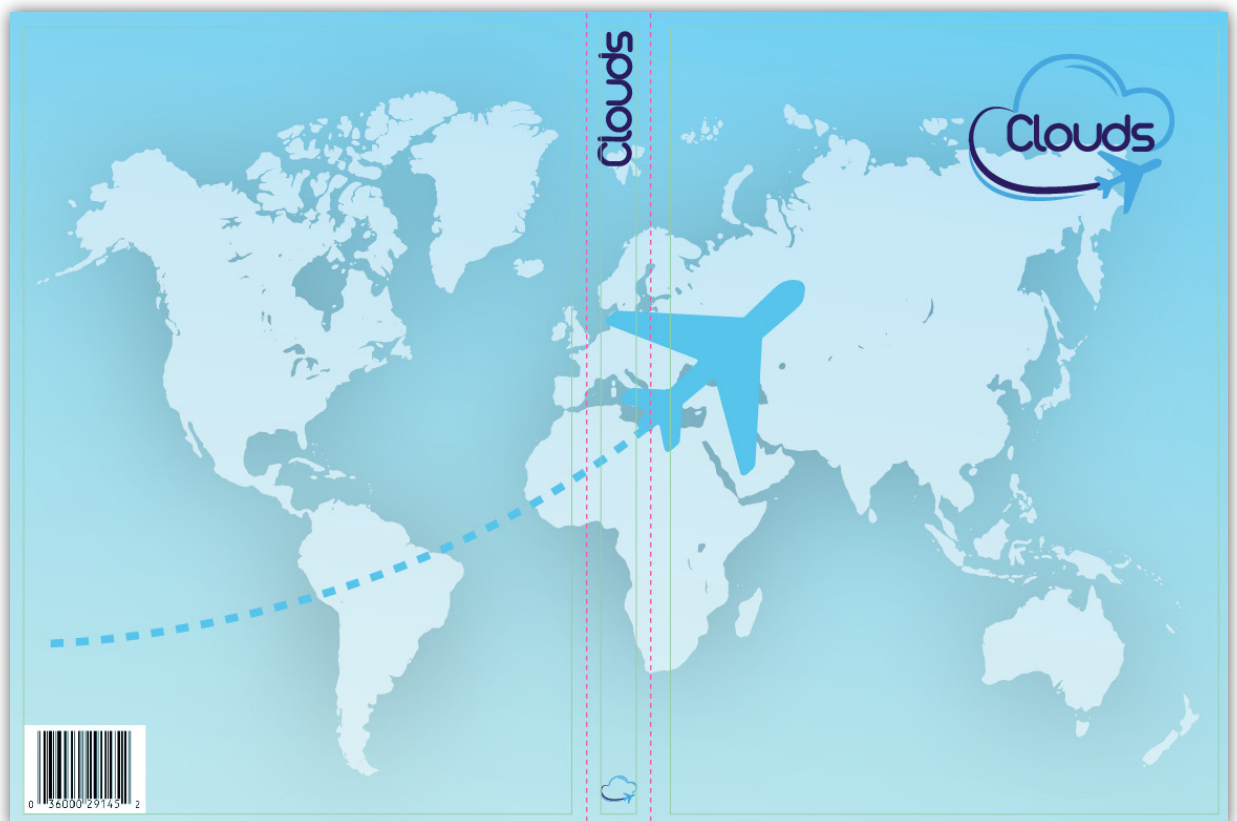
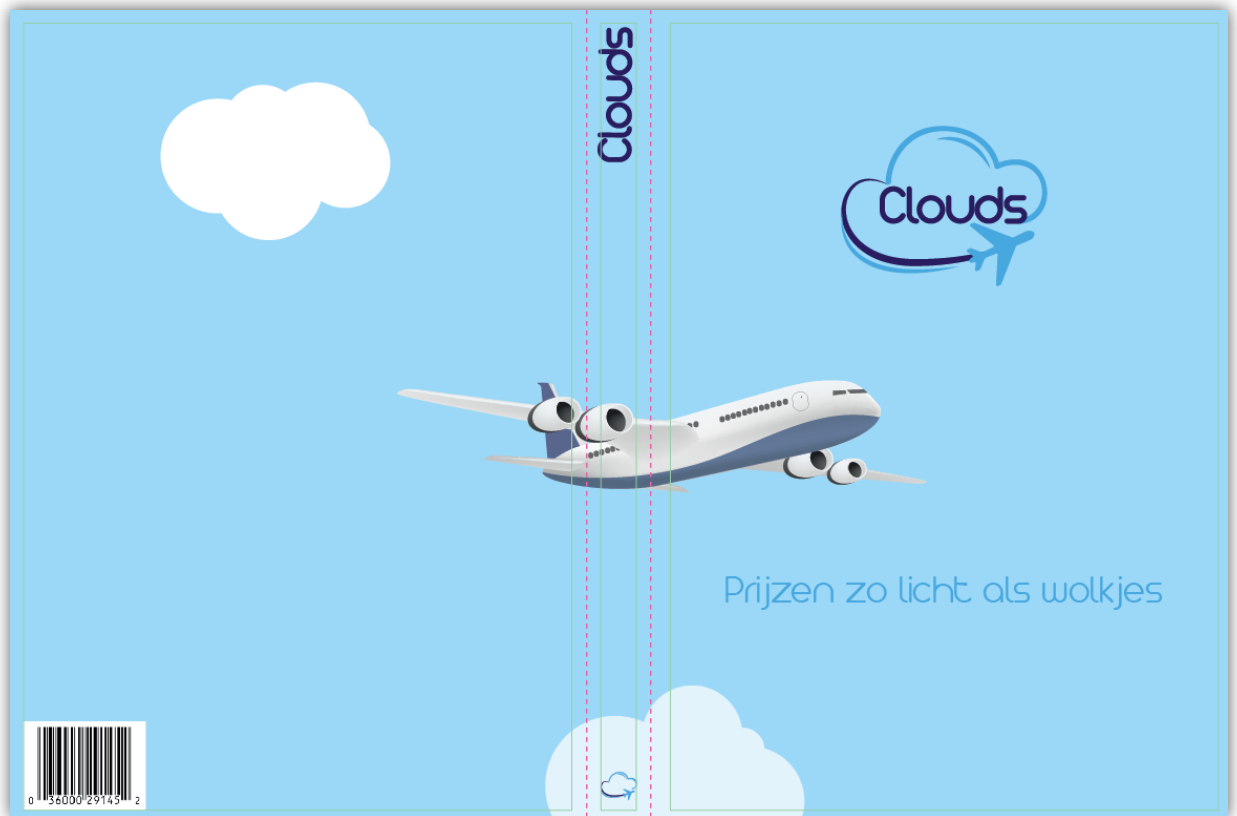


De versozijde van de brochure bestaat uit een wereldkaart met de bestemmingen die onze maatschappij aanbiedt. De kaart is in het midden van het blad gecentreerd, rond de kaart vind je opnieuw de geometrische figuren zoals op de rectozijde. Ook hier is steeds het logo vermeld.



4.2. DVD-HOES

4.2.1. Basic ontwerp



4.2.2. Creatief ontwerp

Het grafisch ontwerp van de DVD-hoes bestaat, zoals de brochure, uit een afbeelding met daarop geometrische figuren met de kleuren lichtblauw, donkerblauw en wit. Op de voorkant is ook het logo vermeld, alsook de slogan van de maatschappij.

Op de rugzijde van de DVD-hoes is de naam vermeld en een icoontje die verwijst naar het Cloudslogo.

De achterzijde bestaat algemeen uit tekst. De eerste tekstblok gaat over het bedrijf zelf, en staat in een witte kleur. De tweede tekstblok die in het blauw vermeld staat, gaat over de GIP en wat er te vinden is op de DVD. Rechts beneden staat mijn naam vermeld in een donkerblauwe kleur. En linksonder vind je een barcode.



4.3. PROMOTIEMATERIAAL

4.3.1 Strandbal

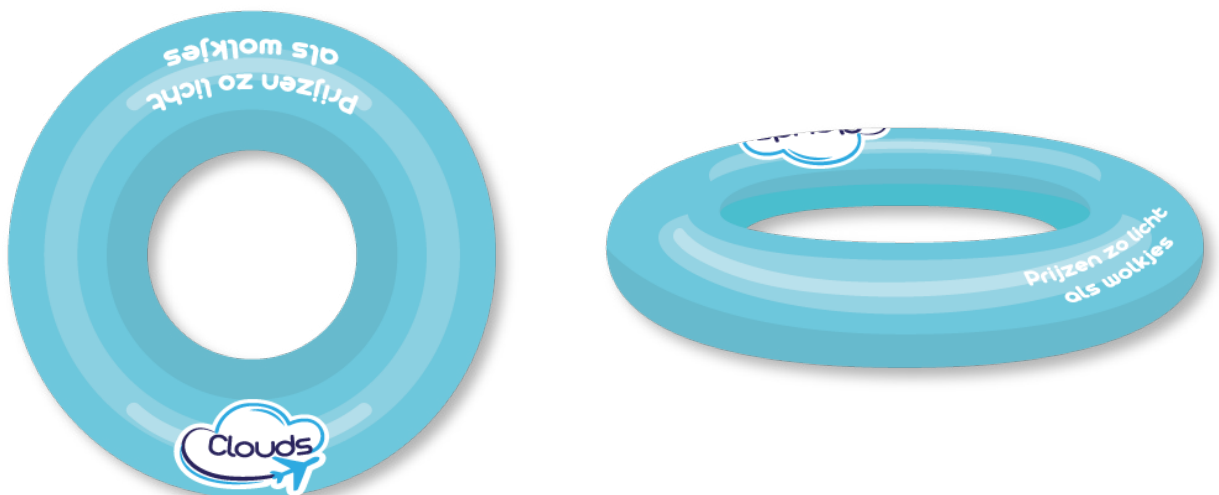
Als eerste item voor het promotiemateriaal heb ik gekozen voor een strandbal. Dit vond ik een leuk object, vooral voor kinderen. Het is ook een goede manier om naar andere mensen toe reclame te maken als ze met de strandbal op hun reisvakantie spelen.

De beide ontwerpen bestaan uit de kleuren van het logo, het logo zelf en de slogan of een vliegtuig. Als definitief ontwerp heb ik de eerste strandbal gekozen. Bij dit ontwerp sloten de kleuren meer aan op het logo. En ook de slogan is veranderd.



Zwemband

Tijdens het uitwerken van de strandballen was het moeilijk om een goede strandbal te vinden om deze opdracht visueel voor te stellen. Als oplossing heb ik dan gekozen voor een zwemband. Op de zwemband staat het logo met een witte achtergrond en de slogan in een witte kleur uitgewerkt.



4.3.2. Strandzak

Ik heb voor dezelfde reden voor een strandzak gekozen om reclame te kunnen maken wanneer de reizigers op vakantie zijn. Dit promomateriaal is vooral gericht op de volwassen reizigers. Het is iets dat iedereen wel kan gebruiken en het wordt niet zo snel weggegooid.

De ontwerpen bestaan terug uit dezelfde kleuren van het logo. Het ontwerp dat ik gekozen heb definitief is de eerste strandzak. De driehoekjes die linksbeneden op de zak te vinden zijn, verwijzen naar de brochure en de DVD-hoes, zodat alles in dezelfde stijl blijft.



4.3.3. Zonnebril

Een zonnebril wordt veel gebruikt in zonnige landen, dit is dus een perfect promotiemateriaal voor reizigers die naar zonnige vakantiebestemmingen gaan. Het is een voorwerp dat iedereen wel kan gebruiken. Ik heb gekozen voor een blauwe zonnebril omdat dit de kleur is van het logo.

Het definitief ontwerp dat ik gekozen heb is de onderste bril. Op de buitenkant van de zonnebril heb ik gekozen voor tekst Clouds-Airlines, omdat dit meer leesbaar is op het smalle oppervlak dan het logo erop te plaatsen. Dit zou anders wat klein zijn uitgevallen. De binnenzijde van de zonnebril bestaat uit vliegtuigen die in het logo van Clouds gebruikt wordt.



4.34. Bellenblaasspeelgoed

Het volgende promomateriaal is vooral gericht op kinderen. Het is een leuk speels, niet alledaags promotiemateriaal. Het is ook goed om op reis om de kinderen bezig te houden, dit zullen de ouders ook leuk vinden.

Het ontwerp is zoals alle andere ontwerpen opgebouwd uit dezelfde kleuren die in het logo gebruikt worden. En ook hier komen de vliegtuigen terug die in het logo staan. Het definitief ontwerp is het rechtse potje.



4.3.5. Balpen

Balpen zijn een van de meest gebruikte promomaterialen omdat ze handig zijn en overal gebruikt kunnen worden. Reizigers kunnen dit soms nog eens vergeten als ze op reis vertrekken en zo kan Clouds dit probleem oplossen.

Zoals u ziet, keren de vliegtuigjes en de kleuren ook terug in het ontwerp van de balpennen. Ik heb gekozen voor een blauwe balpen omdat dit de kleur is van het logo. Het ontwerp dat ik zal uitwerken is de bovenste balpen.



HOOFDSTUK 5
PROMOFILM



5.1. CONCURRENTIEANALYSE

5.1.1. Promofilm Easyjet

EASYJET, internet, 4 mei 2017

(https://www.youtube.com/watch?v=Q6_xfkJgI28)



Korte beschrijving van de promofilm

Het filmpje begint met een eyecatcher dat je overtuigt om verder te kijken. Het is een opvallende filmpje met felle kleuren. De oranje kleuren van Easyjet komen steeds terug in decorstukken en kledij. Men probeert een warm gevoel, een vakantiesfeer te creëren. Er komen ook altijd verwijzingen naar vliegtuigen terug. Zo zie je in het begin een vliegtuig, en daarna maak men gebruik van een vliegtuigloods waarin alles zich afspeelt.

Positieve puntjes:

- Eyecatcher in het begin van het filmpje dat je overtuigt om verder te kijken.
- Kleurrijk en warme kleuren
- Kleuren van het logo keren altijd terug
- Kleine verwijzingen naar een luchtvaartmaatschappij
- Er wordt gebruik gemaakt van meeslepende achtergrondmuziek

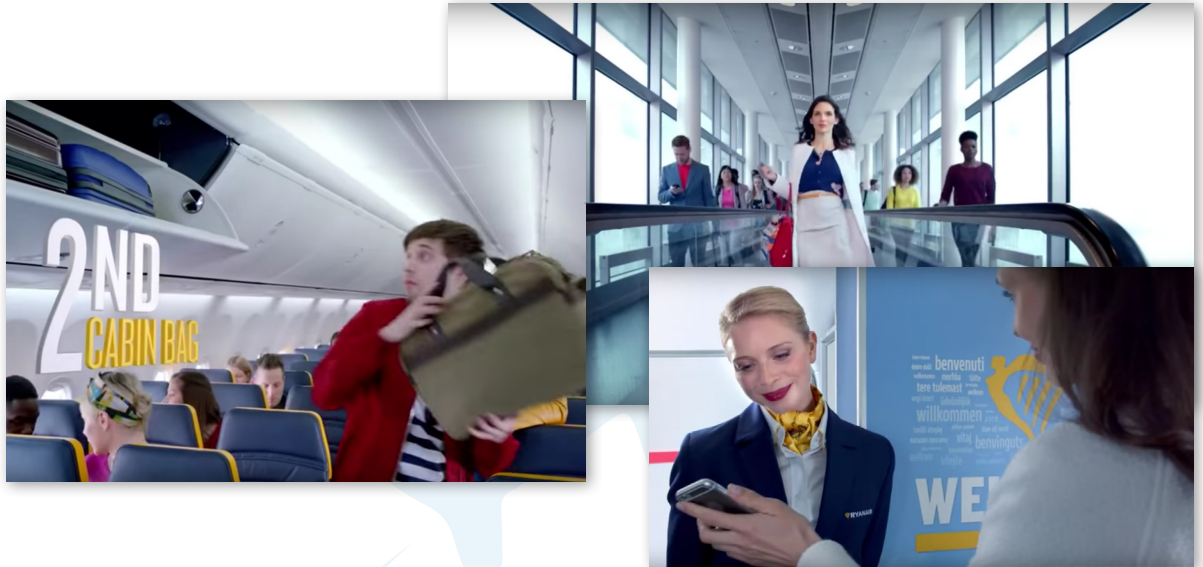
Negatieve puntjes:

- Misschien een beetje te overweldigend voor sommige
- Het gaat snel
- Het filmpje is een beetje druk
- Er gebeuren veel dingen door elkaar waardoor het soms chaotisch overkomt

5.1.2. Promofilm Ryanair

RYANAIR, internet, 4 mei 2017

(<https://www.youtube.com/watch?v=ei5ZKpxCxM0>)



Korte beschrijving van de promofilm

Ze geven een strakke moderne stijl aan het filmpje. De huiskleuren wit, geel en blauw komen altijd terug zowel in het decor als in de rest van de film. Er wordt gebruik gemaakt van een inzoomend effect dat je aandacht vasthoudt. Door de letters in 3D op te stellen geeft het meer diepte aan het filmpje.

Positieve puntjes:

- Het filmpje oogt modern
- Frisse indruk
- De kleuren van het logo komen altijd terug
- Door het 3D-effect valt de tekst beter op

Negatieve puntjes:

- Door de hele tijd hetzelfde zoom-effect te gebruiken komt de video na een tijdje saai over
- Snelle opeenvolgende veranderingen van beeld, wat soms druk overkomt

5.1.3. Besluit

De video's hebben de eerste seconden altijd een eyecatcher die ervoor zorgt dat je verder wil kijken en het hele filmpje wilt uitkijken. In elke video wordt er een ontspannende vakantiesfeer gecreëerd. Telkens komen ook de huiskleuren van de logo's van de maatschappijen terug, in het decor of in andere zaken tijdens het filmpje. Er wordt kleine tekst weergegeven met minieme informatie.

Ik ga ook deze technieken gebruiken in mijn promotievideo. Ik wil ook dat het niet te langdradig is en niet te overweldigend overkomt. Toch wil ik ergens een speels tintje zodat het niet saai wordt. De achtergrondmuziek moet fris en leuk zijn maar niet te hard overkomen, zodat het voor ieder doelpubliek goed is.

5.2. SYNOPSIS

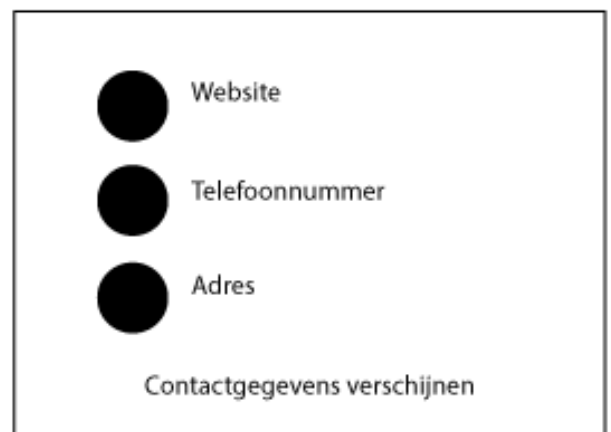
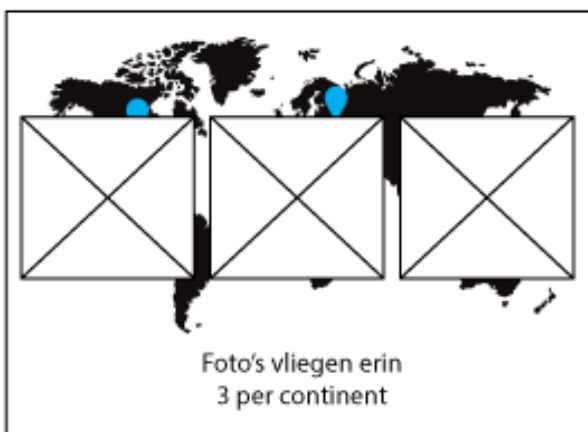
De intro van het promofilmpje zal bestaan uit een animatie van een logo. Dit zal dezelfde animatie zijn die ik al gebruikt heb bij de banner. Het vliegtuig vliegt binnen, volgt het patroon van het wolkje zodra het vliegtuigje passeert verschijnt het wolkje. Zodra het wolkje verschenen is, verschijnt het woord "Clouds".

Het tweede deel van het filmpje bestaat uit drie balkjes die verschijnen met op elk balkje een tekst. De drie teksten die zullen verschijnen zijn: "De laagste prijzen", "De vluchten heen en terug" en "Tickets online te bestellen".

Na de drie balkjes zal een wereldkaart verschijnen met locatie-icoontjes erop. Bij elk continent zullen drie foto's verschijnen met telkens onder de foto de naam van het land. Wanneer de foto's verschijnen zullen er doorzichtige vliegtuigjes langzaam over het scherm vliegen.

Als laatste beeld zullen er nog een paar contactgegevens verschijnen, zoals het adres, het telefoonnummer en de website-url.

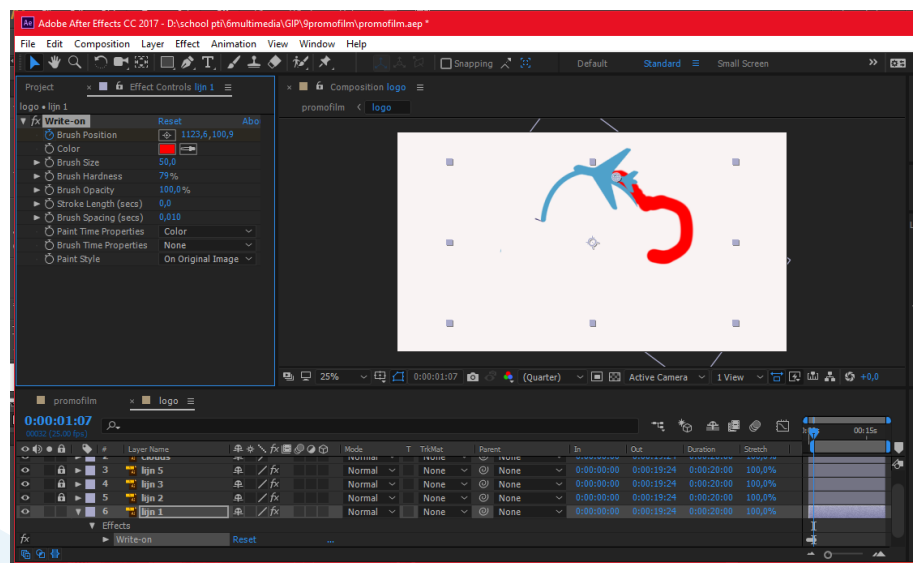
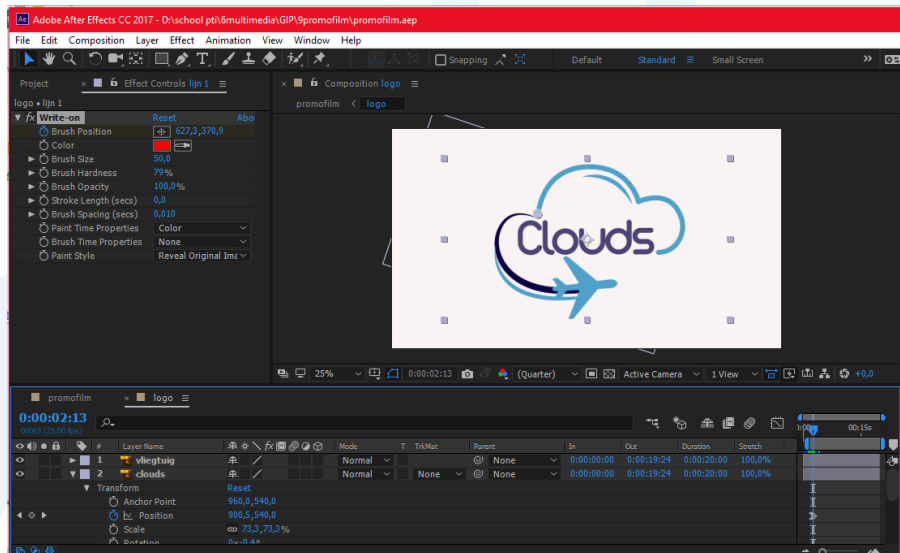
5.3. STORYBOARD



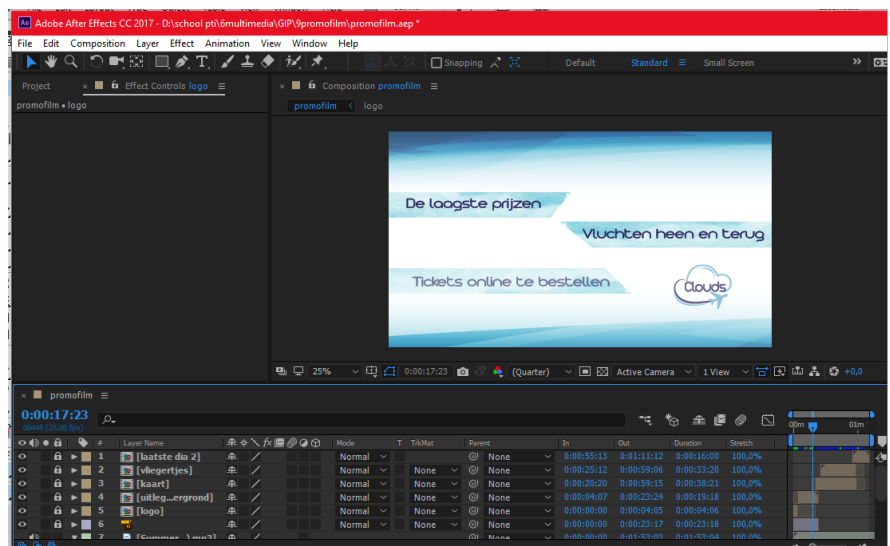
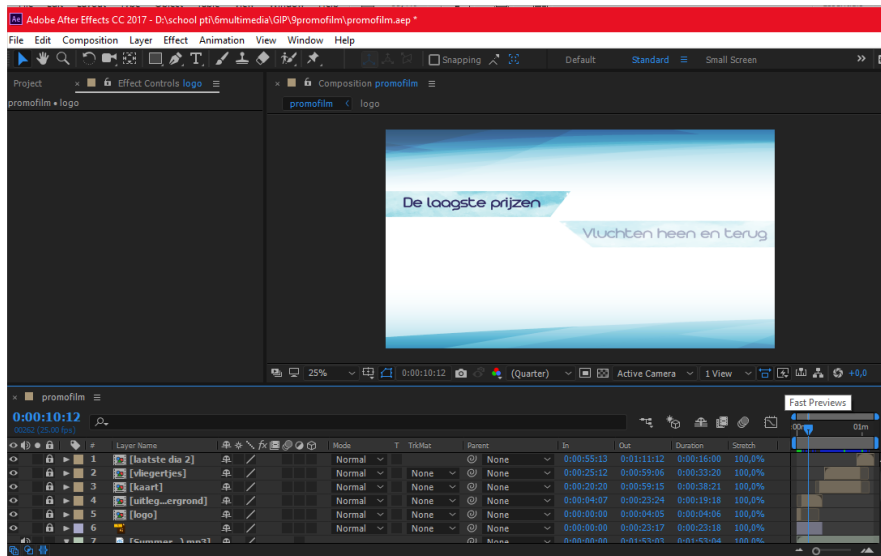
5.4. UITWERKING PROMOTIEFILM

De promofilm begint met het animeren van het logo Clouds Airlines. Het vliegtuigje komt links binnen en volgt de vorm van de wolk. Wanneer het vliegtuig passeert verschijnt de wolk. Zodra het vliegtuig terug op zijn plaats is, verschijnt het woord "Clouds".

Om het vliegtuig te laten bewegen, heb ik de position-tool gebruikt. En ook de rotatie zodat het vliegtuig mooi de vorm van de wolk zou volgen. Om het wolkje stilaan te laten verschijnen, heb ik gebruik gemaakt van het effect write-on. Om de naam te laten verschijnen, heb ik weer de position-tool gebruikt zodat de naam van links naar het midden zou verschijnen. De achtergrond bestaat uit een wit vlak met bovenaan en onderaan blauwe tinten. De overgang gaat gepaard door het aanpassen van de opacity.



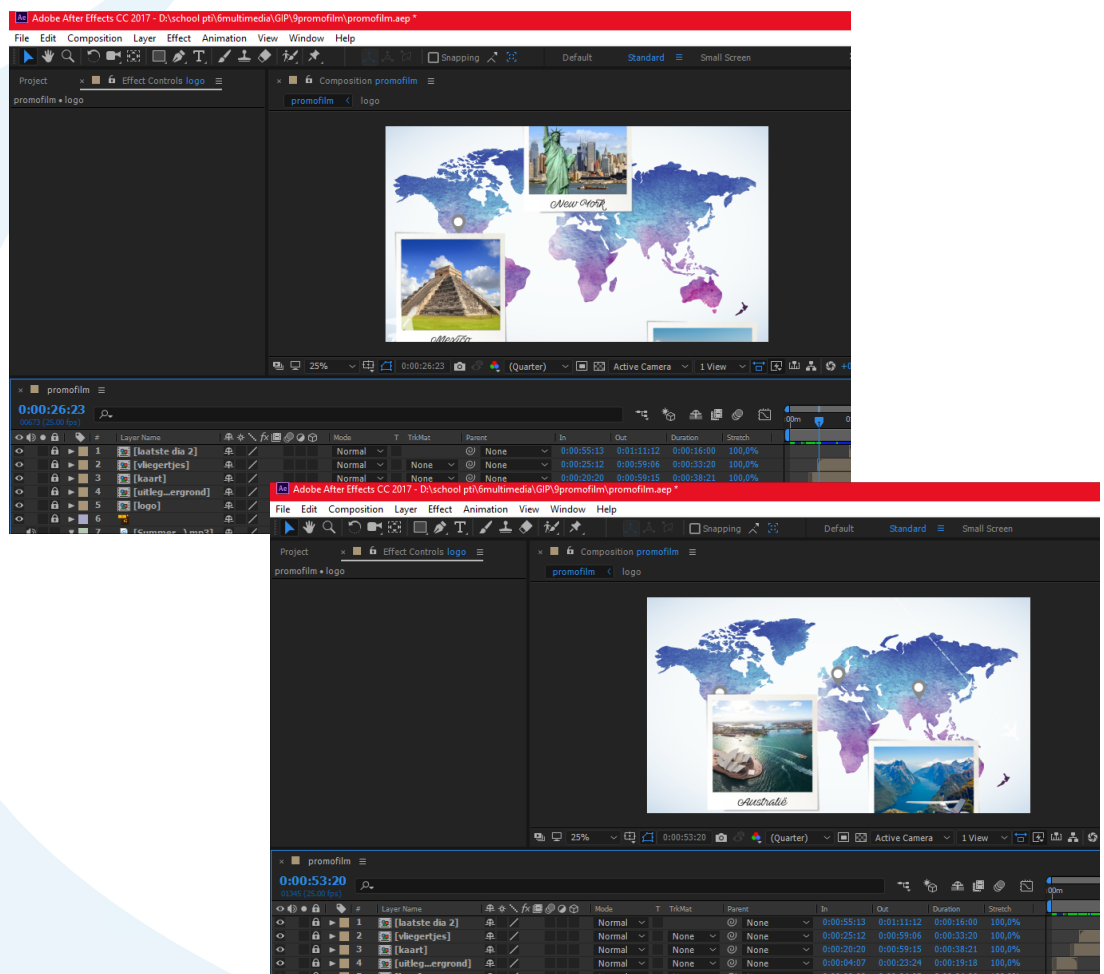
Voor het tweede stuk heb ik dezelfde achtergrond gebruikt. Bij dit deel vliegen er drie balkjes van de zijkant in waarop ieder op zijn beurt tekst verschijnt. Ik heb voor de balkjes en de tekst de opacity aangepast van 100 naar 0 zodat ze geleidelijk aan verschijnen. Wanneer de laatste balk verschijnt, komt ook het Clouds-logo tevoorschijn. Bij deze overgang heb ik weer dezelfde overgang gebruikt namelijk de opacity aanpassen van 100 naar 0. De balkjes hebben een afgesneden vorm en de vulling bestaat uit een wolkvormige afbeelding.



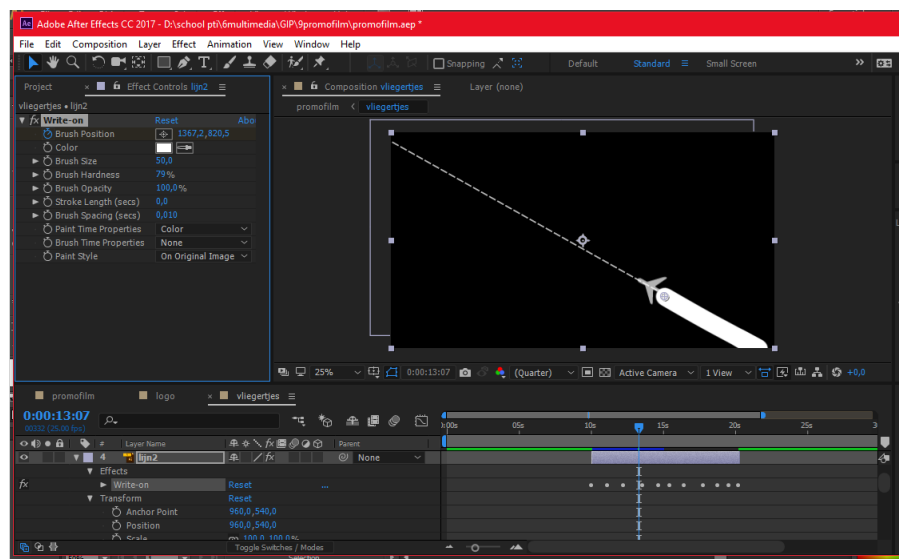
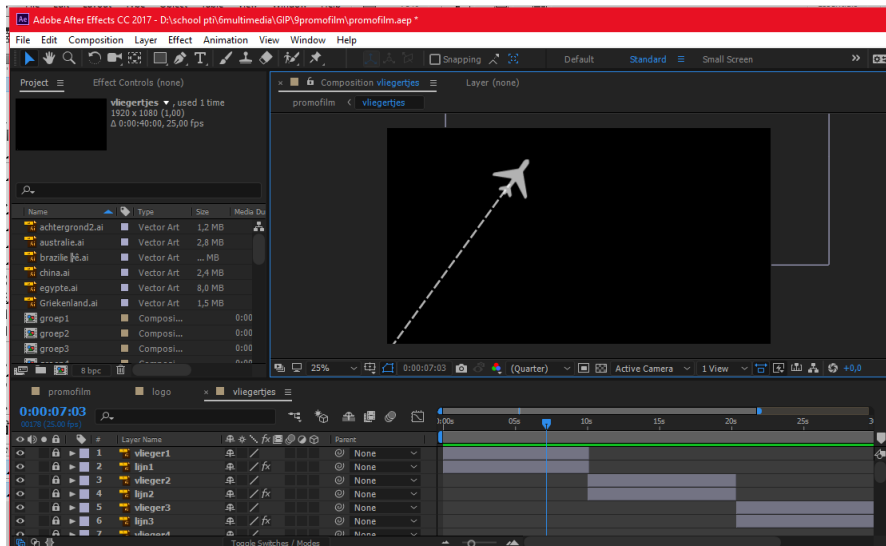
Zodra de balkjes verdwenen zijn, verschijnt er een wereldkaart. Er verschijnt een locatie-icoontje die lichtblauw van kleur is. Het icoontje maakt een sprongetje en krijgt dan een grijze kleur. Dit heb ik verwezenlijkt met drie keyframes te zetten en de positie van de middelste iets omhoog te zetten. Dan heb ik de frame gesplitst door de toetsen control-shift-D in te drukken. En daarna heb ik op het tweede gesplitste deel een black-en-white-effect toegepast.

Om de grijze kleur te bekomen, heb ik gebruik gemaakt van het effect black en white. Wanneer het icoontje een grijze kleur heeft, verschijnen er drie foto's. De binnenste komt van bovenaan ingevlogen en de buitenste onderaan. De foto's komen niet tesamen ingevlogen maar met een paar seconden er tussen. Hier heb ik terug gebruik gemaakt van de position-tool.

Wanneer de drie foto's er staan, verdwijnen ze geleidelijk. Dit heb ik verkregen door de opacity van 100 naar 0 te zetten op alle drie de afbeeldingen tegelijkertijd. Dit wordt nog vier keer herhaald bij de andere continenten. Enkel bij het continent Australië verschijnen er maar twee afbeeldingen in plaats van drie.



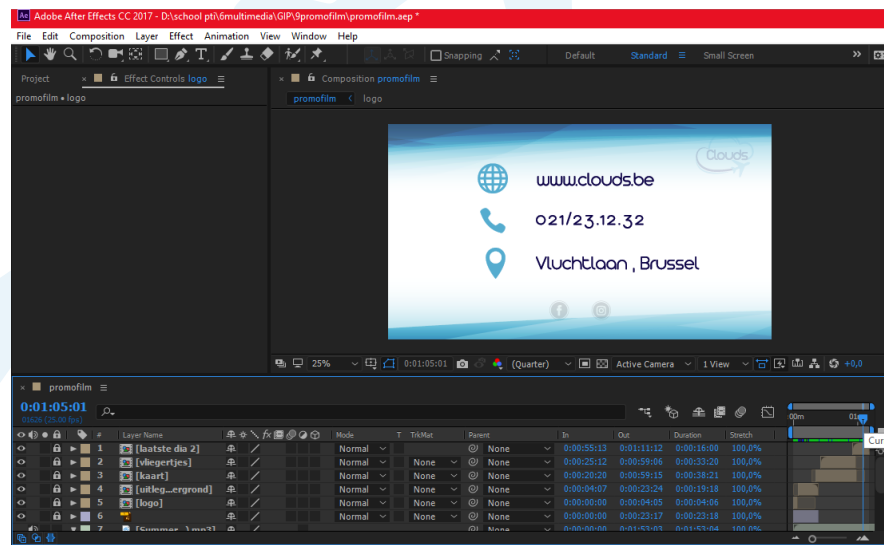
Terwijl dit wordt afgespeeld verschijnen er drie vliegtuigjes die van de ene hoek naar de andere vliegen. Ik heb in Illustrator de dekking aangepast zodat ze niet zoveel opvielen maar een kleine achtergrondrol speelden. Ik heb de vliegtuigjes laten bewegen door de positiontool aan te passen. En ook hier heb ik gebruik gemaakt van het write-on effect zodat de stippellijn pas verschijnt wanneer het vliegtuigje gepasseerd is.



Als afsluiter van het filmpje heb ik terug gebruik gemaakt van dezelfde achtergrond als in het begin. Ik heb de contactgegevens laten invliegen van onderaan, terug door de positiontool te gebruiken. De gegevens zijn de website, het telefoonnummer en het adres. Wanneer deze op hun plaats staan, verschijnen de icoontjes van de sociale media van Facebook, Instagram en het Clouds-logo. Ze verschijnen door de opacity aan te passen van 0 tot 100.

Ik heb gekozen voor een fris, speels achtergrondmuziekje, dat ook niet te snel van tempo is maar ook niet te traag. In het begin gaat de muziek van stil naar luid en op het einde neemt het geluid af. Dit heb ik voorkomen door in de microwaves de db's aan te passen van -48 naar 0 en op het laatste van 0 naar -48.

Het formaat van het filmpje is 1920px op 1080px.



Nu de eindexamens in het zicht zijn en onze geïntegreerde proef bijna ten einde loopt, zou ik zeer graag nog eens willen terugblikken naar hoe mijn eindwerk gegroeid is tot dit eindresultaat. Nadenken over hoe alles tot stand is gekomen en welke dingen ik heb bijgeleerd en ondervonden heb, zal ervoor zorgen dat ik alles later in de praktijk zal kunnen gebruiken.

Tijdens de opbouw van verschillende ontwerpen kom je vanzelf tot de conclusie dat je toch altijd een rode draad wil in je ontwerpen. Hiervoor ben ik telkens in dezelfde kleurstijl gebleven, namelijk wit, blauw en donkerblauw. Ook komen steeds dezelfde figuurtjes terug, zoals de vliegtuigjes en de geometrische figuren.

Bij het opmaken van een website heb ik geleerd dat je gebruik kan maken van templates die je helpen bij het opbouwen van de structuur van een website, zodat je niet helemaal van nul moet beginnen.

Ook heb ik ervaren dat je niet altijd zelf naar je eindresultaat mag kijken, maar dat je het ook moet laten zien aan andere mensen die een frissere kijk op het ontwerp hebben dan jezelf. Zij zien soms andere dingen of soms fouten waar je zelf overkijkt.

Het moeilijkste aan het eindwerk vond ik het maken van de website. Het is niet gemakkelijk om over een fictief bedrijf informatie te verzinnen die je nodig hebt in de website en om daarna dan ook die informatie onder te verdelen in verschillende rubrieken die over de website verspreid staan.

Het is leuk en motiverend om te zien hoe je van niets, van een schetsidee een ontwerp opbouwt tot een mooi vectorieel eindresultaat. En wanneer je dan uiteindelijk het ontwerp ziet verwezenlijkt worden op een print of gedrukt op een promotiemateriaal, dan geeft dat een voldaan gevoel.

Ik ben zeer tevreden over het eindresultaat van mijn eindwerk, ook als je in het achterhoofd houdt dat we maar 2 jaar met deze programma's aan het werken zijn.

LIJST VAN GERAADPLEEGDE BRONNEN

EASYJET, webshop, internet, 5 oktober 2016.
(<http://www.easyjet.com/be-nl>)

BUDGETAIR, webshop, internet, 5 oktober 2016.
(<https://www.budgetair.be>)

CHEAP AIR, webshop, internet, 5 oktober 2016.
(<https://www.cheapair.com>)

WIZZ TOURS, webshop, internet, 5 oktober 2016.
(<https://wizztours.com>)

CONNECTIONS, webshop, internet, 5 oktober 2016.
(<https://www.connections.be>)

GOOGLE, zoekmachine, internet, 7 oktober 2016.
(<https://www.google.be/search?q=vliegtuig+logo>)

DAFONT, website, internet, 9 oktober 2016.
(<http://www.dafont.com>)

FREEPIK, internet, 4 januari 2017
(<http://www.freepik.com/index.php?goto=74&idfoto=796235&term=world%20ma>)

GOOGLE, afbeeldingen, internet, 4 januari 2017
(https://www.google.be/search?q=brochure+design&safe=active&espv=2&biw=1366&bih=613&source=lnms&tbnm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiY1O6C-4q3RAhWGIFAKHeSaDnkQ_AUIBigB#imgrc=CqHmRt5Jkf6iUM%3A)

GOOGLE, afbeeldingen, internet, 4 januari 2017
(<https://www.google.be/search?q=clouds+vector>)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 8 januari 2017
(https://d13yacurqjgara.cloudfront.net/users/327584/screenshots/2140112/creative_corporate_tri-fold_brochure_vol_32.jpg)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 8 januari 2017
(http://image.shutterstock.com/display_pic_with_logo/1113239/404057452/stock-vector-brochure-design-brochure-template-creative-tri-fold-trend-brochure-404057452.jpg)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 8 januari 2017
(https://www.google.be/search?q=pictures+airplanes&biw=1440&bih=667&source=lnms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwily4Gz3LLRAhVD-ORoKHa9sDTYQ_AUIBigB#tbm=isch&q=planes+silhouette&imgsrc=NbH-c6WxaQRPFEM%3A)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 8 januari 2017
(<http://cdn.pcowallart.com/images/airport-runway-wallpaper-1.jpg>)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 8 januari 2017
(<http://wallpapercave.com/wp/fcuObs5.jpg>)

FREE CSS, [internet](#), 10 januari 2017
(<http://www.free-css.com/free-css-templates/page208/onepage>)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 5 februari 2017
(https://www.alumni.ucdavis.edu/local_resources/images/benefits/travel/2017/london-and-environs/london%202.jpg)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 5 februari 2017
(<http://cdn-image.travelandleisure.com/sites/default/files/styles/1600x1000/public/tokyo-mud-bath-bar-mudbath0716.jpg?itok=dJ8lDXJh>)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 5 februari 2017
(http://www.travelweekly.com/uploadedImages/All_TW_Art/Shutterstock_Art/2016/TanzaniaSafari.jpg?n=316&width=1540&height=866&mode=crop&Anchor=MiddleCenter)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=-1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#q=foto%27s+griekenland&safe=active&tbm=isch&tbs=isz:l&imgdii=djIjIgfvtfTmCM:&imgrc=CDNn4RTU8HGKdM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=-1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#safe=active&tbs=isz:l&tbm=isch&q=londen+bezienswaardigheden&imgdii=TKAe_Qm5imzQiM:&imgrc=CQy2RfPlsoP_LM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=-1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#safe=active&tbs=isz:l&tbm=isch&q=thailand+bezienswaardigheden&imgrc=-GqIjmDym7aKoM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=-1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#safe=active&tbs=isz:l&tbm=isch&q=australia+bezienswaardigheden&imgrc=4l1ko18DHXPFjM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=-1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#safe=active&tbs=isz:l&tbm=isch&q=new+zeeland&imgrc=eV35ysL8PGN_CM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=-1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#safe=active&tbs=isz:l&tbm=isch&q=canada+bezienswaardigheden&imgdii=axkH12rxUvxVwM:&imgrc=35j1CJiKp4QUmM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#safe=active&tbs=isz:l&tbm=isch&q=washington+-bezienswaardigheden&imgrc=qWl8h8sruWWmoM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#safe=active&tbs=isz:l&tbm=isch&q=egypte+++bezienswaardigheden&imgrc=WtvQ7Jb3I4k-SM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 6 februari 2017

(https://www.google.be/search?q=foto%27s+europasc&safe=active&espv=2&biw=1920&bih=974&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiVsKisgvvRAhUoL8AKHSMiAnwQ_AUIBigB#safe=active&tbs=isz:l&tbm=isch&q=kenia+bezienswaardigheden&imgrc=dUh5l8VZCP3AeM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 24 april 2017

(https://www.google.be/search?q=australian&safe=active&espv=2&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjy9tyl17zTAhXDwxQKHR9ODfQQ_AUIBigB&biw=1920&bih=925#safe=active&tbm=isch&q=australien+&imgrc=RTLUA7hF-8CfYUM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 24 april 2017

(https://www.google.be/search?safe=active&noj=1&tbm=isch&q=azie+landschap&sa=X&ved=0ahUKEwi4yKe33LzTAhXDvXQKHZGwDvkQhyYIJQ#imgdi=32omSGh-N3WnKM:&imgrc=WKzqkbg0x_SEM:)

GOOGLE, [afbeeldingen](#), internet, 24 april 2017

(https://www.google.be/search?q=europese+vlag&safe=active&espv=2&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwilydjm3LzTAhWGtxQKHhFJDFMQ_AUIBigB&biw=1920&bih=925#imgrc=5mf-1WhjecgIGM:)

GOOGLE, afbeeldingen, internet, 24 april 2017

(https://www.google.be/search?q=afrika&safe=active&espv=2&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj3vont2rzTAhWEwBQKHQyhDa4Q_AUIBig-B&biw=1920&bih=925#safe=active&tbm=isch&q=afrika+safari+olifant&imgsrc=-ZCp99mjMQE0wXM:)

YOUTUBE, muziek, internet, 13 mei 2017

(<http://www.youtube.com/watch?v=6w1bB1PTzJU>)



BIJLAGEN



BIJLAGE I: LOGBOEK

September:

- Planning GIP bespreken, opmaak logboek + bronnenlijst.
- Nadenken over onderwerp GIP.
- Uitleg projectplan.
- Maken + indienen projectplan.
- Begin concurrentieanalyse.
- Verderwerken concurrentieanalyse
- Verbeterde projectbeschrijving en concurrentieanalyse.
- Begin "doel en doelgroep".
- Afwerken en indienen "doel en doelgroep".
- Projectbeschrijving, Doel en doelgroep en Concurrentieanalyse + Besluit in indesign plaatsen.

Oktober:

- Nadenken en onderzoek logo.
- Schetsen van logo en onderzoek lettertypes.
- Schetsen indienen
- Vectoriseren schets logo.
- Brief informatieaanvraag GIP
- Bespreking logo's.

November:

- Definitief logo indienen.
- Dossier afwerken.
- Lijst de voc technique.
- Dossier + Bronnenlijst indienen.
- Onderzoek rond banner.
- Banner schetsen.
- Banner uitwerken
- Indienen hoofdstuk 2 + offerte + logboek.
- 2 voorontwerpen website

December:

- Flowchart maken en indienen

Januari:

- Definitief ontwerp website
- 5 voorontwerpen flyer
- Definitief ontwerp indienen
- 3 voorontwerpen DVD-hoes
- Definitief indienen van DVD-hoes
- Definitief indienen van flyer
- Engelse brief (enquiry)

Februari:

- Indienen van HTML en CSS-website
- Deel 3 schrijven en indienen
- 5 promomaterialen ontwerpen
- Petit panneau schrijven

Maart:

- Correctie GIP website
- Hoofdstuk 3 verbeteren
- Definitief promomateriaal

April:

- Schrijven hoofdstuk 4
- Intro thesis Engels

Mei:

- Concurrentieanalyse promofilm
- Promomateriaal afgewerkt
- Portfolio opstellen
- Idee promofilm bedenken
- Uitwerken promofilm
- Hoofdstuk 5 schrijven en indienen
- Tekst Frans schrijven
- Presentatie GIP maken
- Proefpresentatie voorbrengen
- Losbladig dossier indienen

Juni:

- Portfolio indienen
- Dossier helemaal indienen
- GIP verdediging



BIJLAGE 2: ZAKELIJKE BRIEF

Amber Jacobs
De Saint - Genoisstraat 23
1750 SINT-KWINTENS-LENNIK

2016-11-15

Hdp Reclame
Dhr. Henk Duquensne
Ninoofsesteenweg 53
1750 LENNIK

Aanvraag informatie i.v.m. GIP

Geachte heer Duquensne

Ik zit in het laatste jaar Multimedia aan het Provinciaal Technisch instituut te Ninove. Het vervaardigen van ons eindwerk is een belangrijk onderdeel van onze opleiding.

Mijn GIP houdt in dat ik een promotiecampagne lanceer voor een fictieve luchtvaartmaatschappij genaamd 'Clouds'. Hiervoor moet ik een volledige huisstijl ontwerpen.

Bij deze zou ik graag een prijsofferte opvragen om 200 affiches van formaat 50cm x 70cm te drukken.

Ik zou het fantastisch vinden als u mij zo snel mogelijk zou kunnen contacteren. U kunt me bereiken via het volgende e-mailadres: amber.jacobs@hotmail.com.

Vriendelijke groeten

(handtekening)

Amber Jacobs

Amber Jacobs
De Saint - Genoisstraat 23
1750 SINT-KWINTENS-LENNIK
BELGIUM

2017-01-24

Spinach
LONDON 29a Chantham Place
London E96FJ
UK.



Enquiry thesis

Dear Sir
Dear Madam

I'm a senior year student Multimedia at the Provincial Technical Institute Ninove, Belgium. The completion of our thesis is an important part of our education.

My thesis implies that I launch a promotional campaign for a fictive airline named 'Clouds'. That's why I need to design a complete corporate identity.

I would like to request a quote for 200 posters of size 1968 x 2755 inch to print.

I would appreciate it if you could contact me as soon as possible. You can reach me at the following e-mail address: amberjacobs@hotmail.com

Kind regards

(Signature)

Amber Jacobs

BIJLAGE 4: PETIT PANNEAU

Une identité d'entreprise pour la compagnie aérienne Clouds

Année scolaire: 2016-2017

Épreuve intégrée réalisée par

Amber Jacobs

6e Informatique Multimédia

Nos élèves ont dû créer une identité d'entreprise. L'identité d'entreprise vise à améliorer ou créer une image spécifique pour l'entreprise. Nos étudiants ont fait un logo, un site-web, une bannière, une brochure, une couverture dvd et d'autres matériaux publicitaires. Cette élève a choisi ce sujet parce qu'elle aime voyager. Elle a eu l'idée de créer une compagnie aérienne fictive qui est abordable pour tout le monde.

BIJLAGE 5: INTRO THESIS IN ENGLISH

As a student Multimedia of the Provincial Technical Institute Ninove, am I am glad to present you my integrated project. As assignment for this project I have designed a logo, a website, a banner, a poster/flyer, a DVD-case, promotional materials (such as: a pen, cups, outfits, personal tickets ...) and a promotional video designed for a fictive company.

After some brainstorming I suddenly thought off the one holiday when I booked a trip with an airline. For such a company there are lots of things that can be designed and created. I wanted to set up an airline company that is affordable for most people, so that everyone can go on holiday for a lowbudget price. My company is for everyone who just wants to book a ticket at a very economic price. The name I have chosen for my company, is ' Clouds '.

I have chosen this name because the name ' Clouds ' can be interpreted in different ways. The meaning of the name is actually very simple. It means that people can travel for a cheap, "airy" price between the clouds.

The main items that I have designed to promote a starting company are first of all a logo and a good website. Good promotional material is also very important, such as banners, posters, a dvd case and promotional films.

This all is worked out with the following programs: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Dreamweaver, Adobe Flash Pingendo, and Adobe After effects.

In this file you will see how the corporate identity is created from a rough idea to a ready-to-print final draft.

BIJLAGE 6: PRÉSENTATION EN FRANÇAIS

EXAMEN DE PRÉSENTATION DE L'ÉPREUVE INTÉGRÉE DE LA 6^E ANNÉE DE L'ENSEIGNEMENT SECONDAIRE TECHNIQUE

Bonjour. Je m'appelle Amber Jacobs. Je suis en 6e Informatique multimédia. Je veux vraiment travailler en tant que designer graphique plus précisément dans l'impression et la création graphique tels que des affiches, des magazines, de cartes de visite... parce que:

- c'est un travail qui est très varié et chaque tâche est différente, ce qui lance un défi chaque fois;
- j'aime être créative et j'aime les défis. Pour moi, c'est que c'est le travail;
- le secteur offre une grande sécurité d'emploi;

La formation que je voudrais suivre est la cross média. Il s'agit d'une formation de 3 ans que je vais suivre à Artevelde Hogeschool à Gand. J'ai choisi cette formation parce que c'est une spécialisation dans le domaine du graphicdesign, du webdesign et du marketing.

J'ai fait mes stages chez Markt 15 à Lennik. Ces stages étaient vraiment un plus parce que là j'ai appris

- à mieux présenter les idées au client;
- à imprimer sur du textile;
- comment enlever la feuille de flex;
- à déterminer les tailles spécifiques de certains matériaux comme des flyers ;
- à bien présenter les impressions aux clients;

Comme épreuve intégrée j'ai créé une identité d'entreprise pour une compagnie aérienne fictive. D'abord j'ai créé le logo. Je voulais obtenir une impression professionnelle, avec une petite touche ludique. La création du site web a été une tâche difficile, mais je pense personnellement que le résultat est bon.

* Header

Contacteer ons: 0800 200 200 | contact@clouds_airlines.com

* Navigatie balk

- Over ons
- Bestemmingen
- Promo's
- Tickets
- Contact



* Home

De beste promo naar Londen!
De vlucht heen en terug.

1 van de mooiste bestemmingen: Tokyo
Een luxe vlucht heen en terug.

Een reis tussen de diertjes naar Kenia
Vlucht in thema heen en terug.

Meer vragen? Contacteer ons!
Contacteer ons

* Over ons

Onze Maatschappij
Clouds is een lagekostenmaatschappij met meer dan 30 bestemmingen. Wij bieden heen- en terugvluchten aan.

Tickets
Tickets heen en terug. Voor ieder wat wils. Van gewone tot luxueuse vluchten. Prijs wordt bepaald volgens continenten.

Beste promo's

Clouds biedt de beste promo's aan, aan de beste prijzen over heel de wereld.

Onze reisbureaus

Onze bureaus zijn te vinden in Brussel, Oostende, Kortrijk, Gent

* Onze bestemmingen

Europa / Azië / Australië / Amerika / Afrika

Griekenland / Portugal / Italië / Verenigd Koninkrijk

China / Turkije / Nepal / Thailand / India / Japan

Australië / Nieuw-Zeeland

Canada / Washington / Texas / New York / California / Florida / Mexico /

Brazilië / Peru / Chili / Argentinië

Marokko / Egypte / Nigeria / Kenia / Senegal / Tanzania

* De Beste Promo's

Europa / Azië / Australië / Amerika / Afrika

Griekenland

Een vlucht heen en terug voor een spotprijs! Enkel telefonisch te bestellen.

Verenigd Koninkrijk

Zin in een romantische vakantie voor 2? Enkel telefonisch te bestellen

Japan

Een luxe vlucht heen en terug! Enkel telefonisch te bestellen.

Thailand

Zin in een vakantie vol verleiding? Dan is dit een superpromo voor jou! Enkel telefonisch te bestellen.

Australië

Zin in een vakantie tussen de kangoeroes? Enkel telefonisch te bestellen

New-Zeeland

Wil je het lekkere eten in New-Zeeland eens proberen dan is dit een niet te missen kans! Enkel telefonisch te bestellen.

Canada

Is een avontuurlijke reis iets voor jou? Boek dan promo! Enkel telefonisch te bestellen.

Washington

Presidenten spotten in Washington! Enkel telefonisch te bestellen.

Egypte

Een leerrijke reis tussen de beroemde piramides! Enkel telefonisch te bestellen.

Kenia

Een reis tussen de diertjes, vlucht heen en terug! Enkel telefonisch te bestellen.

* Tickets

Voorwaarden

Tickets doorverkopen

Onze tickets staan op naam, het heeft dus geen zin ze door te verkopen.

Tickets omruilen

Zodra onze tickets gekocht/besteld zijn, kan je ze niet meer omruilen. Denk dus altijd eerst goed na voor je bestelt.

* Contacteer ons

Waar kan u ons vinden?

Adres: Vluchtlaan 1, Brussel

Land: België - Europa

E-mail: contact@clouds_airlines.com

Sociale media

Clouds Airlines

Pictures@clouds

Stuur ons een mailtje met uw vraag.

BIJLAGE 8: PRESENTATIE

http://prezi.com/n0emy0r06lu1/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share



Zie addendum

