

Visuelt koncept til digitale og printede medier

Linkbank

[Figma: Landingpage, LP Cover, Spotify, Fysiske Reklamer](#)

[Figma: Moodboard](#)

[FigJam: Brainstorm](#)

[Figma: Style Tiles](#)

Gruppe:

Ameer Zahran

Carmina Adala Margotti

Emil Gray Thomsen

Tjalfe Villads Holmquist

Indholdsfortegnelse

<i>Koncept Udvikling</i>	3
Feedback fra Fremlæggelser	5
<i>Landingpage</i>	10
<i>LP Cover Design</i>	11
<i>Spotify</i>	14
<i>Fysiske Reklamer</i>	17

Koncept Udvikling

Kommunikation

Budskab

Budskabet er to-delt i denne udgivelse. Først og fremmest fortsætter vi Ludovicos natur fokus, ved at bruge grønne og milde farver. Samtidig har vi også lagt vægt på, at denne udgivelse skal være hans “anniversary” udgivelse. Det hele kulminerer i hans forkærlighed til velgørenhed og gode formål, da vi også implementerer donationer til grupper og firmaer, der arbejder på at forbedre forholdene på jorden.

Nyt eller Remix

Da vi har valgt at køre med en “anniversary” plade og koncertturne, har vi valgt at det er et remix af hans gamle numre. Dette betyder også at vi har haft for øje, at vedligeholde mange af hans gamle motiver, men selvfølgelig taget dem videre og opdateret dem, så de matcher hans nuværende engagement med velgørenhed og den fremtrædende digitalisering af hans arbejde.

Følelse Resonans

Meget af Ludovicos musik kan føles lidt angstprovokerende, som om at noget uventet og potentielt farligt kan ske hvert eneste øjeblik. Dog er der ofte en følelse af, at musikken “redder” sig selv og finder en sikker havn. Vi har valgt at fremhæve dette ved at bruge bølgende former, der indrammes af solide firkanter og milde farver. Vi bruger også en højtidelig følelse, da det også er en sejrsrunde for Ludovico, da han holder dette jubilæum.

Målgruppe

Vi sigter igen i to retninger; på den ene side appellerer vi til kunstnernes allerede eksisterende fanbase. Vi har anslået at denne base primært består af: 40+, fra den vestlige verden, middelklassen eller mere velhavende. Ud over denne gruppe, håber vi også på at ramme de klima opmærksomme der, ved at købe billetten til koncerten, støtter et godt formål. Vi har anslået at denne gruppe primært består af: 18-25, fra den vestlige verden, studerende, ikke meget disponibel indtægt.

Kreativ vision

Vi ønsker at arbejde med naturen i abstrakte former. Særligt ved brugen af træer og rødder. Vi ser også brugen af artistisk (tegnet) design til f.eks. LP cover. Denne stilart ses også i nogle af hans tidligere værker.

Impact / Mål

Kunstnerens mål for projektet (ud over at sælge plader) er at skabe en opmærksomhed på naturen, gennem dens lyde og dens essens.

Feedback fra fremlæggelser

Moodboard & Brainstorm Feedback

Denne fremlæggelse var meget kort og responsen ligeså. De primære tanker der blev delt i relation til vores umiddelbare tanker, var at vores valg mellem det gammeldags (Mozart, Beethoven, Vivaldi, etc.) og moderne orkestrale komponister (Zimmer, Williams, Ludovico, etc.) var det essentielle valg vi skulle tage. Vi endte med at vælge Ludovico Einaudi og at designe et “anniversary” album til ham.

Koncept Feedback

Da Ludovico har lavet meget arbejde med velgørenhedsorganisationer, valgte vi at arbejde med at han sælger en ny plade, hvor en stor del af profitten fra pladen, skulle gå til et godt formål. Vi valgte dette i håbet om at de ville udvide hans, ellers aldrende publikum, til at inkludere nogle unge miljøbevidste personer. Den generelle respons var, at vi skulle vælge mellem om det skulle være en albumudgivelse eller en tour. Vi valgte at det skulle være en albumudgivelse.

Style Tiles

Vores visuelle udtryk er baseret på Ludovico’s omfattende brug af naturfarver og hans klimabevidste personlighed. Da vores Anniversary LP indeholder musik fra Ludovico’s karriere, valgte vi at understøtte dette budskab gennem trærødder som et visuelt virkemiddel. Vi går altså tilbage til rødderne gennem hans karriere og beskytter samtidig naturen.

Vi tog udgangspunkt i designassociationerne: Natur, Ro, Stabilitet og minimalisme. Derfor var det monokrome farvespektrum et oplagt valg, da det netop skaber et roligt visuelt udtryk.

Text



Text (hvid)

Text (sort)

h1

weight: Bold

font-family: Roboto Condensed

font-size: 30px

H1

Bold

Baggrund



Baggrund

Baggrund grå

Baggrund grøn

h2

weight: Medium

font-family: Roboto Condensed

font-size: 24px

H2

Medium

Sekundær



Sekundær

Paragraph

weight: Regular

font-family: Roboto

font-size: 16px

Paragraph

Regular

Accent



Accent

Vi valgte to sans serif fonte, Roboto Condensed og Roboto, som passede godt sammen i sit udtryk. Desuden valgte vi forskellige grønne nuancer, der spillede godt sammen og gav os mulighed for at fremhæve forskellige elementer uden at skabe et kaotisk udtryk.

STYLE TILES

Version: 2

Farver

Text			
	Text (hvid)	Text (sort)	
Baggrund			
	Baggrund	Baggrund grå	Baggrund grøn
Primær			
	Primær	Primær hover (brag)	
Sekundær			
	Sekundær		
Accent			
	Accent		

Typografi

Dette er en overskrift

Overskrift 1, Weight: Bold, Family: Roboto Condensed, Size: 96px, Line-height: 120%

Dette er en overskrift

Overskrift 2, Weight: Bold, Family: Roboto Condensed, Size: 40px, Line-height: 120%

Dette er en brødtekst

Brødtekst stor, Weight: Regular, Family: Roboto, Size: 20px, Line-height: 120%

Dette er en brødtekst

Brødtekst lille, Weight: Regular, Family: Roboto, Size: 14px, Line-height: 120%

Designassociationer

Natur
Minimalisme
Stabilitet
Ro

Komponenter



I vores anden udgave af Style Tiles fik vi samlet vores forskellige elementer og tilføjet følgende:

- Ny brødtekst font, der gav fleksibilitet i vores tekst design
- En linjehøjde på 120% for at give et konsistent udtryk
- Rejusteret tekststørrelser til at give et naturligt hierarki
- Nedskrevet designassociationer
- Justeret sekundær farve, så hvid tekst på sekundær farve havde bedre kontrast
- Inkluderet nogle komponenter til vores design, som byggeklodser.

STYLE TILES

Version: 3

Farver

Text		
	Text (hvid)	Text (sort)
Baggrund		
	Baggrund	Baggrund grøn
Primær		
	Primær	
Sekundær		
	Sekundær	
Accent		
	Accent	

Typografi

Dette er en overskrift

Overskrift 1, Weight: Bold, Family: Roboto Condensed, Size: 96px, Line-height: 120%

Dette er en overskrift

Overskrift 2, Weight: Bold, Family: Roboto Condensed, Size: 40px, Line-height: 120%

Dette er en brødtekst

Brødtekst stor, Weight: Regular, Family: Roboto, Size: 20px, Line-height: 120%

Dette er en brødtekst

Brødtekst lille, Weight: Regular, Family: Roboto, Size: 14px, Line-height: 120%

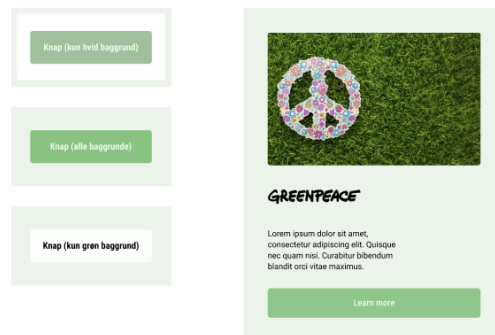
Dette er en knaptekst

Knap-tekst, Weight: Bold, Family: Roboto Condensed, Size: 16px, Line-height: 120%

Designassociationer

Natur
Minimalisme
Stabilitet
Ro

Komponenter



I vores endelige udgave af Style Tile lavede vi nogle småjusteringer:

- Ny knaptekst, da knapperne havde brug for en tykkere font, for at skille sig ud
- Regler for knapper på forskellige baggrunde. Vi ville have en sekundær knap, der ikke “stjal” for meget opmærksomhed fra vores primære knap. Derfor introducerede vi den hvide knap med sort tekst
- Et card komponent til vores samarbejdspartner design
- Fjernet Farver, som ikke blev anvendt (grå baggrund og primær hover farve)

Succeskriterier

Efter aflevering og præsentation af vores koncept, udvalgte vi vores succeskriterier for den endelige aflevering og præsentation:

- Tydeliggøre relationen mellem produktet og naturen
- Designe en click-through landingpage der holder folks opmærksomhed
- Designe elementerne til spotify, så den nye udgivelse får et unikt men stadig tematisk passende look
- Designe et Limited Edition LP cover, for at skabe et drive for at handle med det samme
- Visualisere realistiske reklamer for kunstnerens næste udgivelse
- Lave en kort reklamevideo til brug på sociale medier som Instagram

Vi mener at vores kunstner, med disse elementer, kan lykkes og få succes med deres næste udgivelse.

Landingpage

Hero

Det første ting man ser inde på Ludovicos hjemmeside er et billede af en lille vej gennem en hyggelig skov. Med inspiration fra det og med det faktum at Ludovico Einaudi spiller klaver, har vi gennem Adobe Firefly genereret et billede af en grand piano inde i en skov.

(Men nu har han fuldstændigt ændret stilen på hans hjemmeside).

Baggrund

Med inspiration fra flere af Ludovicos album og fra hans egen hjemmeside, valgte vi at læne hen til et Natur tema i forhold til farver og de grafiske elementer af rødder der går igennem sektionerne. At holde til Naturtema passede også rigtig godt med, at Ludovico er affilieret med Greenpeace og går op i preservation af naturen.

Vi havde to farver vi startede med som vi skulle beslutte os for at bruge til vores landingpage; brun og grøn. Vi endte med at vælge grøn, da vi syntes at det virkede mere let og behageligt for øjnene, hvorimod brun kunne virke for mørkt og tungt visuelt.

Ideen med rødderne var tanken, at man gik ned gennem jorden efter Hero sektionen, lidt som man gør på Ludovicos egen hjemmeside. På hans hjemmeside "rejser" man ned til noget, der minder om det forskellige lag af jorden. Vi ville lege lidt videre på det, men i stedet for de forskellige lag, ville vi bruge rødder. Det spiller også lidt med ideen, at musik kan slå rødder på en selv (vokse sig på dig).

Undersektioner

Vores primære mål var at sælge vinylen, som indeholder de bedste og populære musik af Ludovicos lange karriere, så en sektion med LP'en kommer lige efter Hero sektionen da det er den vi vil skabe mest opmærksomhed på. Derefter bliver man ført videre til en sektion, hvor man muligheden for at lytte til LP'ens indhold. Denne sektion giver også muligheden for at kunne klikke et link til hans Spotify.

Fordi Ludovico er affilieret med Greenpeace og går op i bevarelsen af naturen, har vi også skabt en sektion hvor man kan lære om nogle af de store organisationer som arbejder med naturens bæredygtighed. Dette er for at give muligheden for forbrugeren at lære lidt mere om hvad de støtter op med ved køb af LP'en.

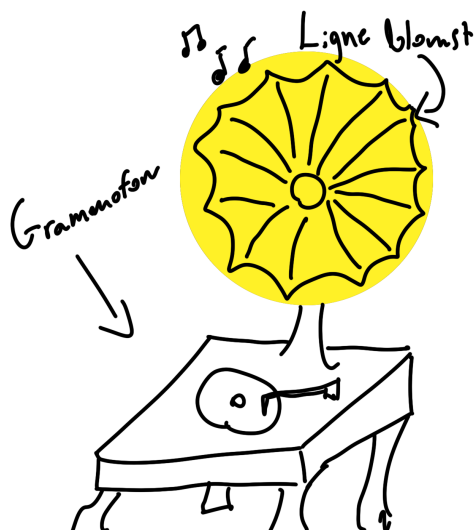
LP Cover Design

Covers

Da vi valgte både at designe for et fysisk produkt (LP) og en digital løsning (Spotify) skulle der designs til to formater. Derudover besluttede vi at vores LP skulle være en “Limited Edition” udgave og derfor have et anderledes cover, fra det der ellers ville blive brugt på en service som Spotify.

Normalt Cover

De første tanker om et design var: En blanding af naturen og klassiske instrumenter. Kort efter lidt skitsering kom tanken om en grammofoon op, da den ofte har været brugt som symbol på klassisk musik. Med lidt skitsering og videre tanke, kom vi ind på at lave grammofoon hovedet om til en plante / blomst.



Første tegning af design (Oprindeligt billede havde ikke tekst eller noder)

Med den ovenstående skitse, benyttede vi Adobe Firefly. Vi brugte billedet som reference billede og skrev prompted: “Grammofon with a flower as its speaker”.

Med det fik vi nedenstående billede.



Dette billede tog vi ind i illustrator for at indsætte en detail tekst (Kunstner, Titel, Undertitel).



Dette billede blev vores primære digitale cover.

Limited Edition LP Cover

Da vi arbejdede med illustrator med Ditlev, viste han os muligheden for at skabe et vektoriseret billede, ud fra et andet billede. Med den viden satte vi os og gik igang med at skabe iterationer med forskellige niveauer af detalje. Ud fra denne proces fik vi produceret et billede, som stilistisk anderledes ud, men med samme essens som originalbilledet (dét som er brugt som vores digitale billede).



Med det digitale billede kreeret, lavede vi detail tekst og tog det derefter ind i photoshop for at tilføje den “fysiske” plade. Denne version (Limited Edition) blev den vi brugte på de fysiske reklamer senere, da vi tænkte at det var vigtigt at skabe en forståelse for at det var det specifikke album, som var "lige nu og her" hvorimod det andet cover jo skulle bruges til evig tid.

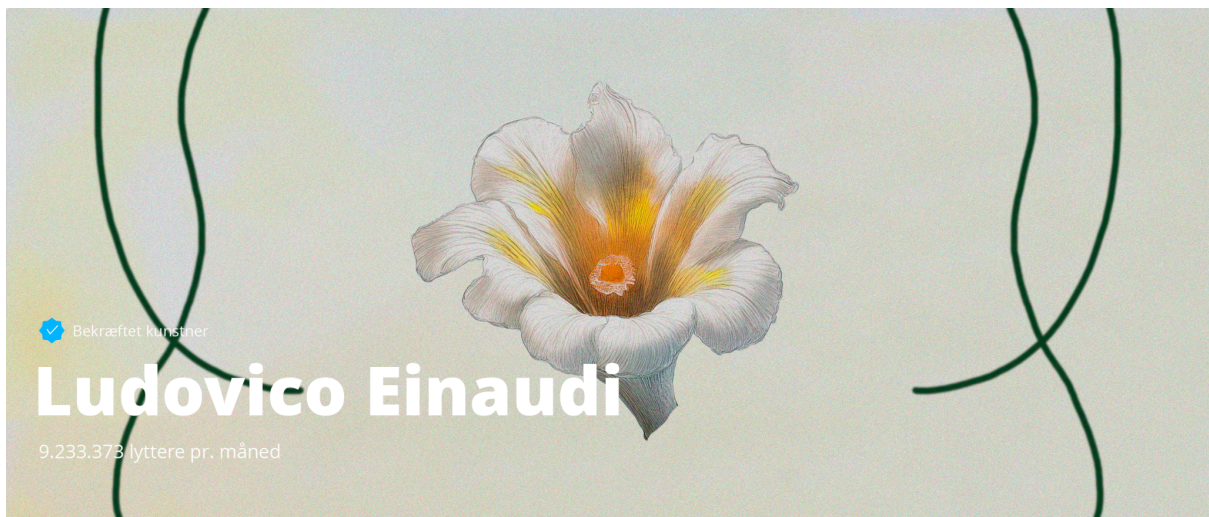
De to fonte er ikke ens. Dette er ikke en fejl, men en afspejling af kunstneren, der ofte skifter mellem fonte.

Spotify

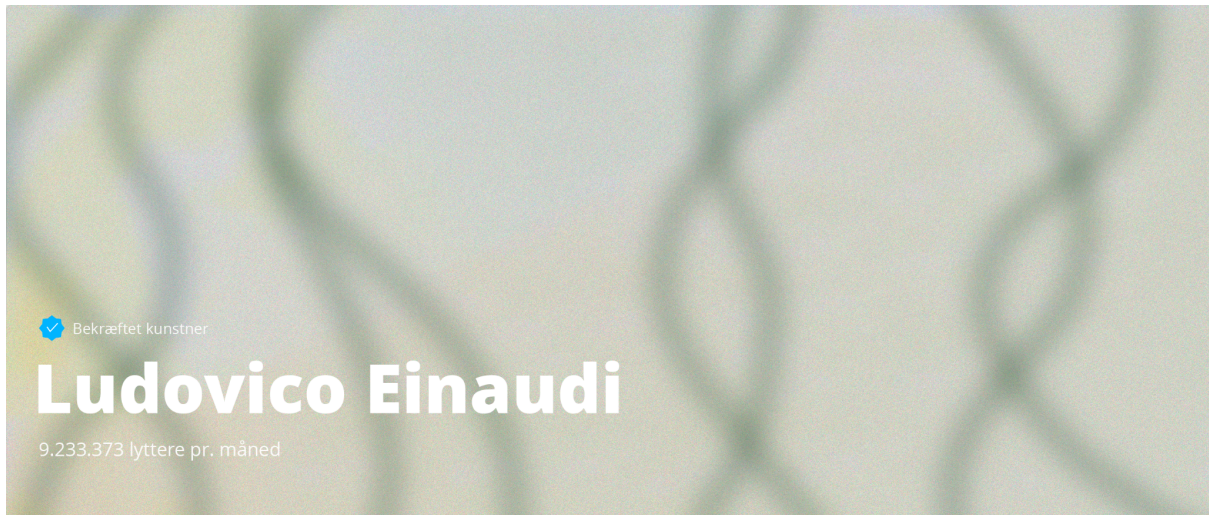
Spotify banner design

Vi designede forskellige versioner til Spotifys digitale placeringer ud fra vores LP cover design. Når selve vores Anniversary LP skal udgives, giver det mening at skabe opmærksomhed om produktet på Ludovico's forskellige digitale platforme, hvoraf Spotify er blevet prioriteret. Derfor er der en klar sammenhæng mellem LP coveret og det øvrige Spotify design.

Vi har designet et banner og kunstner avatar og sat det ind i konteksten på Spotifys platform.



Vi tog udgangspunkt i vores blomst (naturen) og vores rødder i bannerdesignet. Blomsten kan være udfordrende at bruge, da Spotify kun giver mulighed for én bannerversion på tværs af enheder. Her kunne blomsten forsvinde i bunden af framen.



Ovenover er en minimalistisk version uden blomstmotivet. Her kom vi lidt langt væk fra det genkendelige udtryk.



Disse to ovenstående versioner blev udvalgt, hvor vi endte med at vælge den nederste af æstetiske årsager. Den har vores genkendelige blomst og et minimalistisk udtryk med få rødder. Vi designede også tre avatar versioner, hvor vi valgte med den mest minimalistiske uden blomsten, da den fyldte meget i bannerdesignet.



Fysiske Reklamer

Billede mock-ups

Vi endte med at vælge meget “klassiske” placeringer for vores fysiske reklamer. Vi tænkte, at det gav mening at sende budskabet lidt bredt, da specielt vores miljøbevidste målgruppe ikke nødvendigvis er til at finde et konkret sted. Da vores kunstner heller ikke har et mainstream image, gav det også mening at placere reklamerne steder, hvor mange alligevel bruger tiden på at vente.

Reklame på Bus



Billedet af bussen er taget fra nettet, med fotoredigerede elementer som erstatning fra tidligere reklame.

På reklamen har vi prøvet at fremhæve de vigtigste elementer, for at fange vores potentielle kunder. “Limited edition” er boldet, for igen at skabe en drivkraft i læseren. De 5 stjerner fra Pitchfork, et anerkendt anmelderbureau, er også fremhævet for igen at give et højt kvalitetsstempel til produktet. QR koden er gjort meget stor, da en bus ofte er i bevægelse og det er derfor vigtigt at man kan scanne den på afstand.

Reklame ved Busstoppested

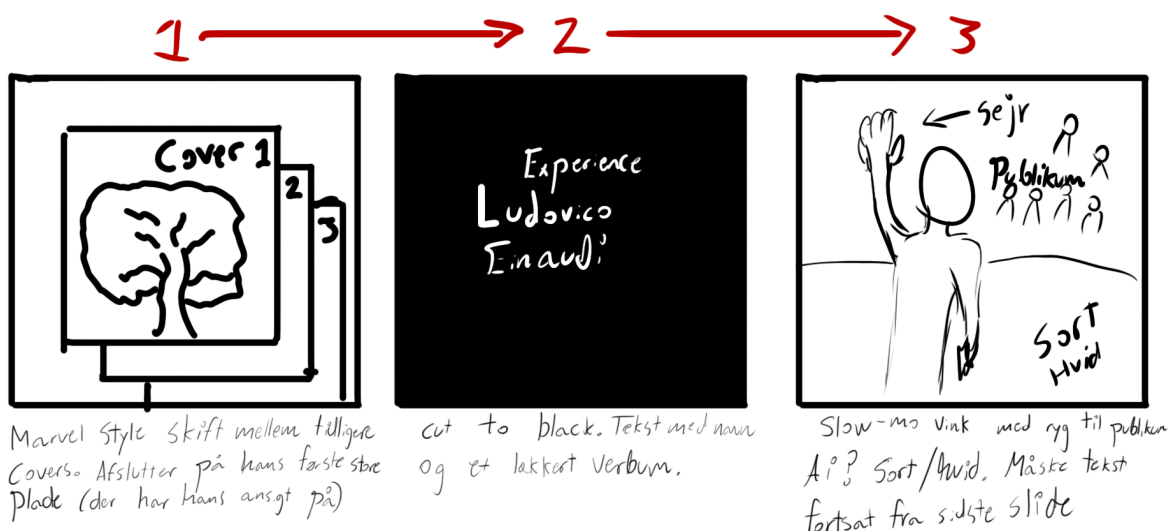


Billedet af busstoppested er taget fra nettet, med fotoredigerede elementer som erstatning fra tidligere reklame.

Ved busstoppestedet har vi prøvet en lidt anden strategi. Vi holder stadig detail teksten stor og tydelig og fremhæver stadig de 5 stjerner fra Pitchfork, men vi har reduceret størrelsen på QR-koden. Idéen er at man, når man står og venter på bussen, skal blive gjort nysgerrig på den mindre kode. Vi tror det kan give pote, da busstoppet ikke er i bevægelse og man derfor sagtens kan stille sig så man kan scanne koden. Placering i forhold til højde var også oppe at vende, da QR koden gerne skal være i en højde, der er nem for de fleste at nå.

Reklamevideo

Idéen bag reklamevideoen var at forbinde til de unge på eksempelvis Instagram, der måske ellers ikke ville opdage denne slags musik. Idéen var at vise hvor meget arbejde kunstneren egentlig har lavet og samtidig give lysten til at sætte sig ind i denne store begivenhed (anniversary).

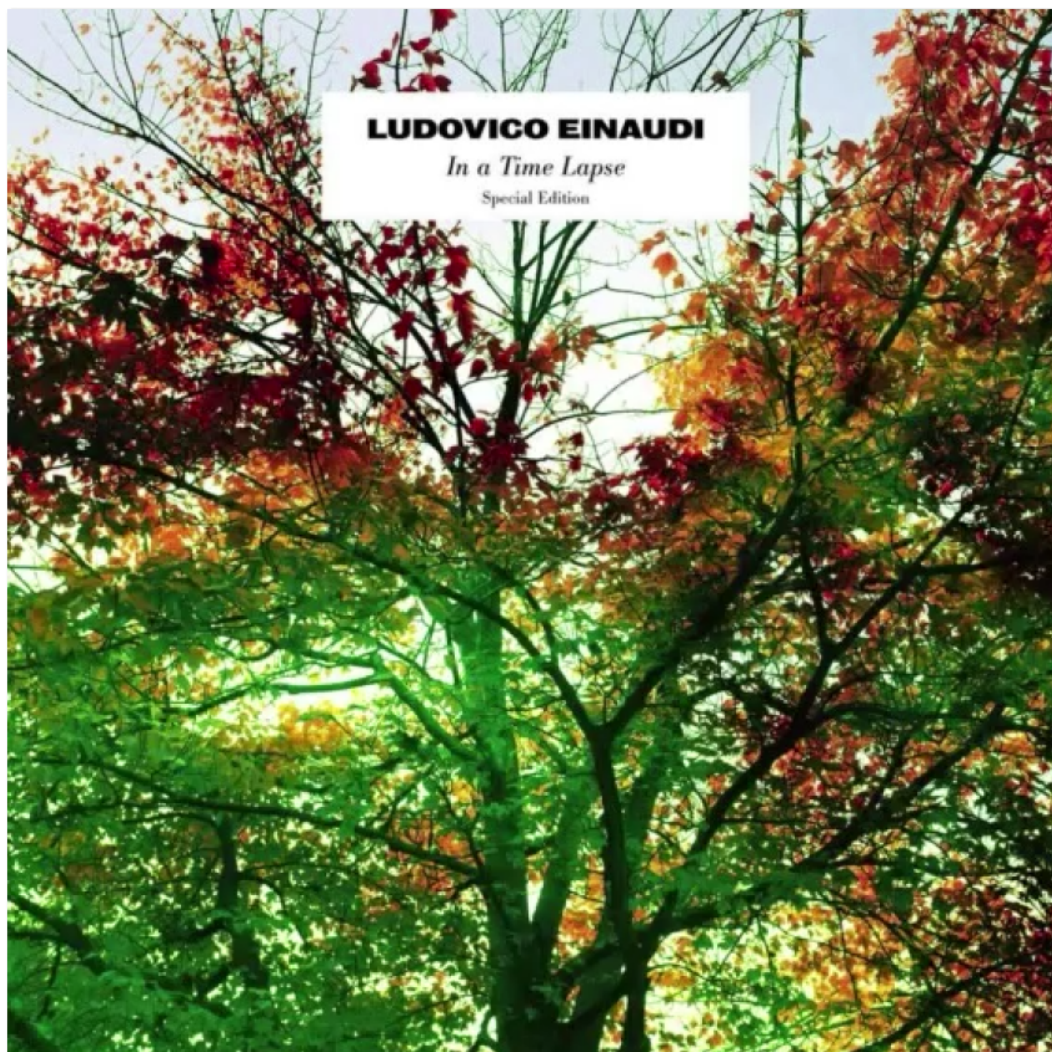


Storyboard fra første gruppemøde

Idéen var at designe reklamevideoen til instagram, da det igen er et sted vi kan fange den del af vores målgruppe, som ellers normalt ikke selv ville opsøge kunstneren eller deres musikgenre.



ludovicoeinaudioofficial
Sponsoreret



Læs mere



16 Synes godt om

ludovicoeinaudioofficial Experience the greatest music from Ludovico Einaudi 🎵
Limited edition vinyl release! link in bio.

Se oversættelse

Vis 1 kommentar

Tilføj en kommentar ...



Link til Figma hvor videon kan ses er i linkbanken og [her](#).