



Dokumentation

Lone Laursen | Svendeprøve 2023 | Digitalt produkt

Den hvide verden

- Grafisk design
- Grafisk produktionsforståelse

Afsender

Region Nordjylland

Opgaven

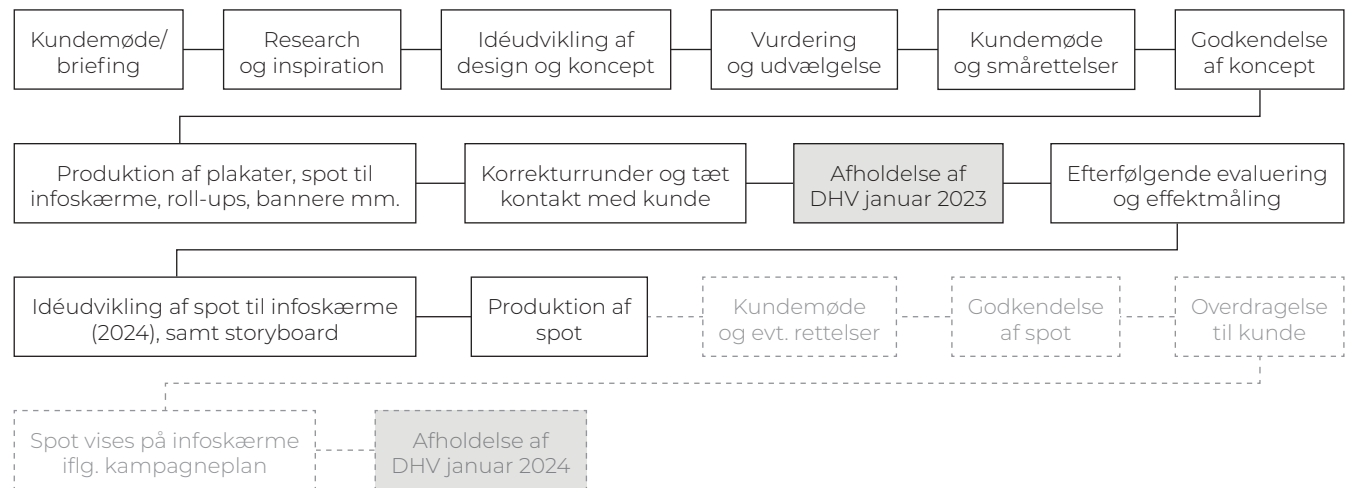
Den Hvide Verden (DHV) er en uddannelsesmesse, hvor du kan møde repræsentanter fra mange forskellige faggrupper, der arbejder på et hospital.

Formålet med opgaven er at designe en ny kampagne-identitet til Den Hvide Verden. Der laves mange forskellige produkter, herunder et forslag til et spot til infoskærme til næste års messe.

Målgruppe

Primært unge som er i gang med en ungdomsuddannelse (16-22 år).

Arbejdsproces og kundekontakt (Grafisk produktionsforståelse)

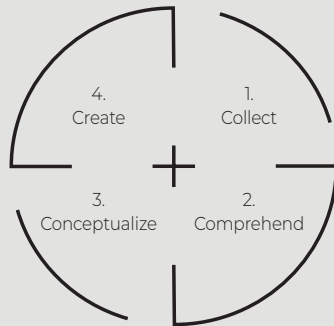


Grafisk design



Design-proces

4C modellen er anvendt.



Moodboard



Nøgleord

- Hjælpe mennesker, redde liv, gøre rask/fixe
- Samarbejde og sammenhold
- Muligheder, variation, fleksibilitet
- Spænding, arbejde under pres
- Studere, udvikle, arbejde med innovation
- Præcision, ordentlighed, renlighed, hygiejne

Grafik og farver

Da der ikke designes et logo vælges ikoner som kan bruges forskelligt på de forskellige produkter. Blå og turkis er genkendelig fra hospitalsverdenen. Hvid og lys matcher den „hvide“ verden og passer ind i den moderne neumorphism-stil.



CMYK:
10 7 8 0
HEX:
E9E9EA

CMYK:
100 75 40 28
HEX:
053F5F

CMYK:
72 4 38 0
HEX:
30B4AD

Font

Der er valgt sans serif fonten Roboto Flex. Det er en moderne, minimalistisk font, som er variabel, hvilket giver mange muligheder.

Roboto Flex
Du gør forskellen i
DEN HVIDE VERDEN

Skitsering

Der er taget udgangspunkt i et 16:9 format. Efter skitsefasen vælges Neumorphism-stilen.

Koncept

Titlen fungerer som blikfang. Der er især tænkt farve- og størrelseskontrast, samt F-læsemønstre og rule of thirds ifht. placering.

Neumorphism-effekten er lavet ved at ligge to fills på ikonerne, som indstilles til at virke som hhv. highlight og skygge. Dette skaber tekstur og dybde.

Der er to versioner af konceptet:

- Lys baggrund med graderet turkis titel
- Blå graderet baggrund med hvid titel

De bruges begge i forskellige sammenhænge.



Udvalgte skitser



Koncept

Grafisk produktionsforståelse



Specifikationer

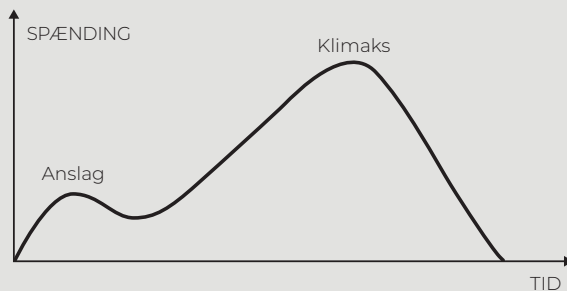
Et spot til infoskærme laves ud fra følgende:

- Længde: 30 sek.
- Format: 1920x1080
- 25 fps
- MPG4

Idéudvikling

Spottet skal:

- fungere både med og uden lyd
- være tro mod kampagne-identiteten
- have hastighed og være kort og præcis
- indeholde billeder af unge fra DHV
- vise logo og hjemmeside hele vejen.



Opbygning af fortælling og spænding vha. berettermodellen

Storyboard

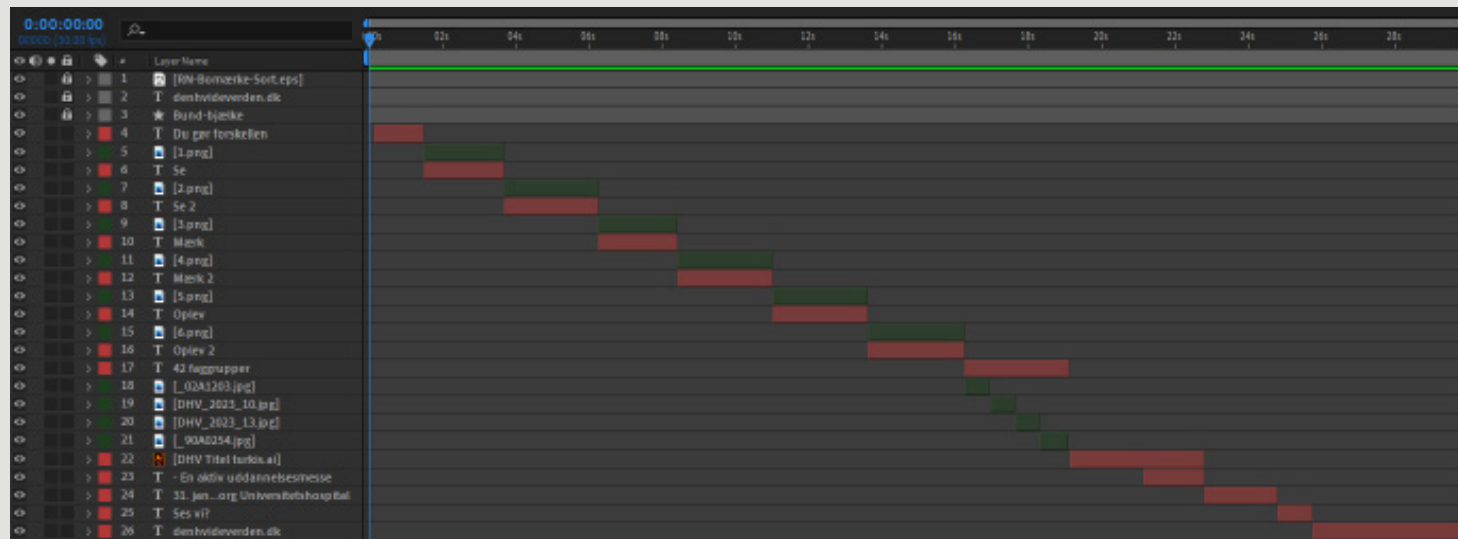
<p>1.</p> <p>Blinkende ambulance „afslører“ tekst. Trans: Zoom in.</p>	<p>2.</p> <p>Nysgerrig dreng i fokus (cirkel). Tekst animerer ind. Trans: Camera lens blur effect.</p>	<p>3.</p> <p>Pige med VR-briller. Tekst i baggrund. Trans: Zoom in.</p>	<p>4.</p> <p>Pige v. jordemoder i fokus (cirkel). Tekst animerer ind. Trans: Camera lens blur effect.</p>
<p>5.</p> <p>Hjerne. Tekst i baggrund. Trans: Zoom in.</p>	<p>6.</p> <p>Hjertemassage i fokus (cirkel). Tekst animerer ind. Trans: Camera lens blur effect.</p>	<p>7.</p> <p>Pige tager blodprøve. Tekst i baggrund. Trans: Zoom in.</p>	<p>8.</p> <p>Serie med 4 hurtige fotos fra DHV. Tekst. Trans: maske + Circle burst</p>
<p>9.</p> <p>Titel afsløres. Gradient animation. Tekst animerer op.</p>	<p>10.</p> <p>Tekst animerer frem (maske). Pop. Ikoner fader frem</p>	<p>11.</p> <p>Tekst roterer. Ikoner fader ud.</p>	<p>12.</p> <p>Tekst animation (Typewriter).</p>

AIDA

- Attention:** „Du gør forskellen“
- Interest:** Fotos og blikfang skaber interesse. Målgruppen kan identificere sig med de unge.
- Desire:** Målgruppen får lyst til at besøge messen, få en oplevelse og søge afklaring ifht. uddannelse.
- Action:** Målgruppen går ind på hjemmesiden/SOME og læser mere. De noterer sig datoen. De besøge messen og får forhåbentlig lyst til at uddanne sig indenfor Den Hvide Verden.

Blockout

Elementerne placeres på tidslinjen, for at vurdere om timingen er rigtig.



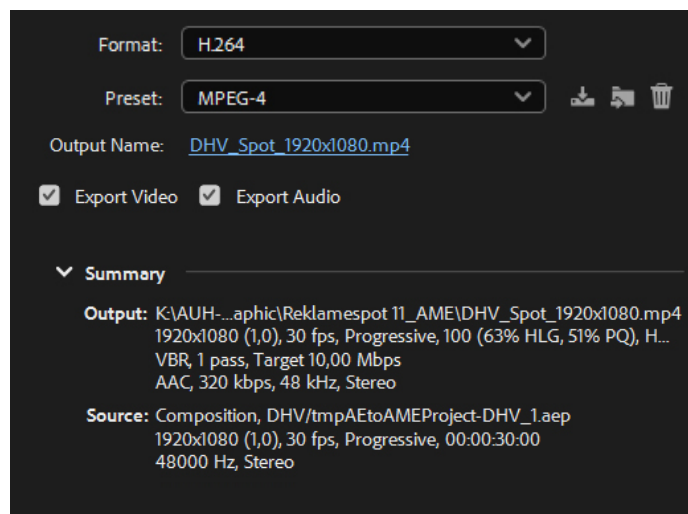
Animation

Der er bl.a. arbejdet med:

- timing ifht. musik
- simple keyframe animationer fx på ikoner og tekst
- transitions fx vha. adjustment layers (punch zoom (1,3,5,7*) og camera lens blur (2,4,5*))
- forskellige effekter på tekst fx blinking cursor typewriter (12*)
- masker (1, 8, 10*)
- track matte - alpha matte (9*)
- easing.

* Se storyboard numre

Eksport



Kampagneplan og priser

Hvad	Hvor	Hvornår	Pris (ud over arbejdstid*)
Hjemmeside	denhvideverden.rn.dk	Klar 1. dec	-
Opslag på SoMe	Facebook og Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • FB-begivenhed: oprettes 1. dec. • Annoncering: Primo dec. + jan. • "Forskræp" opslag: 1. - 31. januar • Liveportage under messen + „Tak fordi I kom“ efter messen 	<ul style="list-style-type: none"> • Målrettet annoncering: Aalborg UH's FB + Instagram: 10.000 kr • Regions Nordjyllands FB: 1.000 kr
Video	Youtube	1. - 31. januar	Målrettet annoncering: 6.000 kr.
Avis annonce	Gratis ugeavise	1. - 31. januar	- (specialaftale)
Busspot	NT busser	1. - 31. januar	- (specialaftale)
Roll-ups	10 af regionens matrikler	1. - 31. januar	5.150 kr for 10 stk
Mailout (print-selv poster, spot til inforskærm, tekst til Intranet)	Alle uddannelsessteder i Region Nordjylland	Udsendes omkring 10. januar	-
Pressemeddelelse 1 Pressemeddelelse 2	Lokale ugeaviser Lokale og regionale medier	17. januar 24. januar	-
Banner på bygning	Medicinerhuset	10. - 31. januar	1802,15 kr.
"App"	Mobilprogram	Kun aktiv i dagene omkring	- (specialaftale)

* grafiker, videofotograf, kommunikationskonsulent, SoMe Manager og projektleder