



PORTFOLIO – H4

Maria Mosegaard Hansen

Facebook-anonnce

Grafisk design og
grafisk produktionsforståelse



Få gruppetesten om
elbiler fra FDMs
magasin Motor



Ved at tilmelde dig
vores nyhedsbrev



Med dig hele vejen

Målgruppe

FDM er Danmarks største interesseorganisation for bilejere. Så vores målgruppe er meget bred. Derfor har vi måttet segmentere i nogle undergrupper efter hvem der har højest prioritet, men også hvem vi skal have bedre fat i.

1. prioritet

- Eksisterende medlemmer
- Den unge familie (28-35 år)
- Familien med børn i skolealderen (35-50 år)

2. prioritet

- Singlen med egen bil
- Singlekvinden i en større by

3. prioritet

- Unge (18-25 år)

Jeg valgt den unge familie som segment for facebook-annoncen. Formålet med annoncen er at indsamle permission, da vi ikke må sende mail uden samtykke efter de nye GDPR-regler.



1.
PRIORITET

Ung familie - Andreas, 32 år og Sofie, 29 år

Karakteristika

- 30 år - gennemsnitsalder
- 82% bor i provins/forstad
- 55% bor i ejerbolig
- 46% har to biler

Interesseret i - nuværende produkter

- Brugtbiltest
- Forsikringer
- Hjælp til salg af bil
- Finansiering
- Hjulskift
- Motorsport

Ville være endnu mere interesseret i... Info fra brugerrojerne:

- Rådgivning i forbindelse med køb af brugt bil
- Juridisk rådgivning - p-bøder
- Personlig rådgivning
- Køb af kvalitetstestet udstyr til børn og bil
- Tutorials på video

Tone of voice

- Let og ligetil - enkelt sprog
- I øjenhøjde - vær gerne personlig
- Brug gerne humor og varme
- Kortere tekster
- Faktabokse
- Brug gerne andre indholdstyper - f.eks. videotutorials

Eksempel på målgruppebeskrivelse

Facebook- annonce

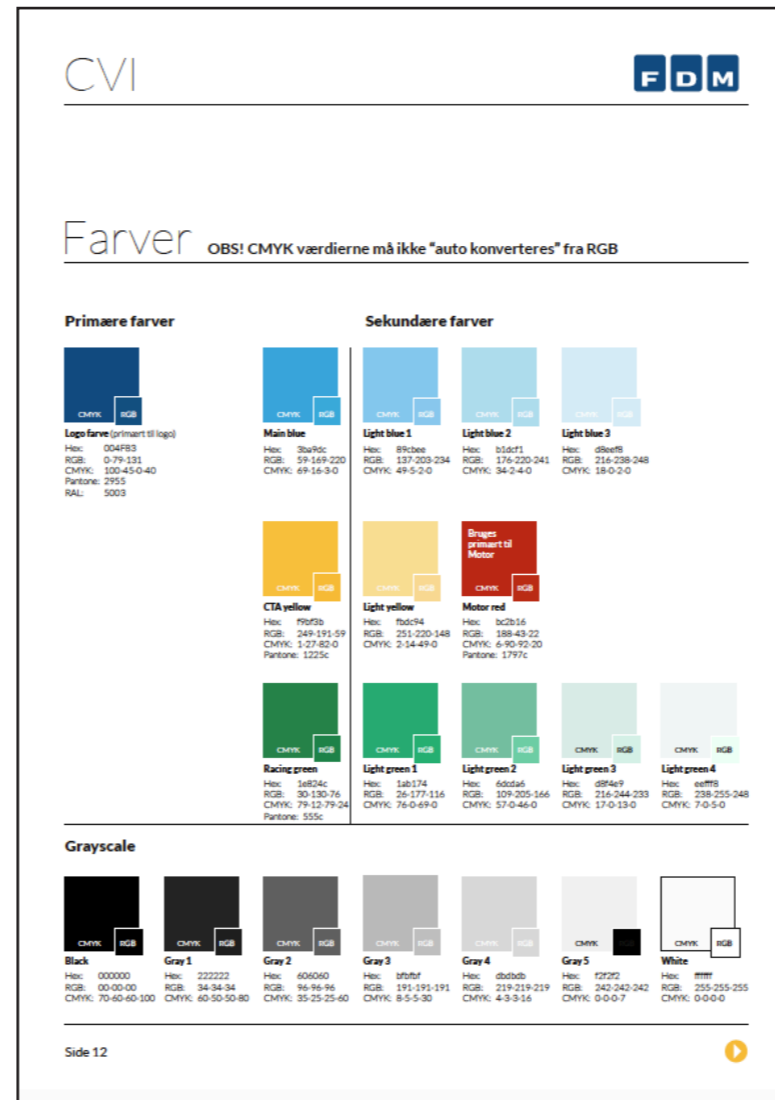
Digitalt produkt

GRAFISK DESIGN



Farvevalg

Farverne skal passe til det andet materiale, vi laver. Farverne ligger i vores designguide. Ofte bruger jeg vores Main blue og nuancer af denne.



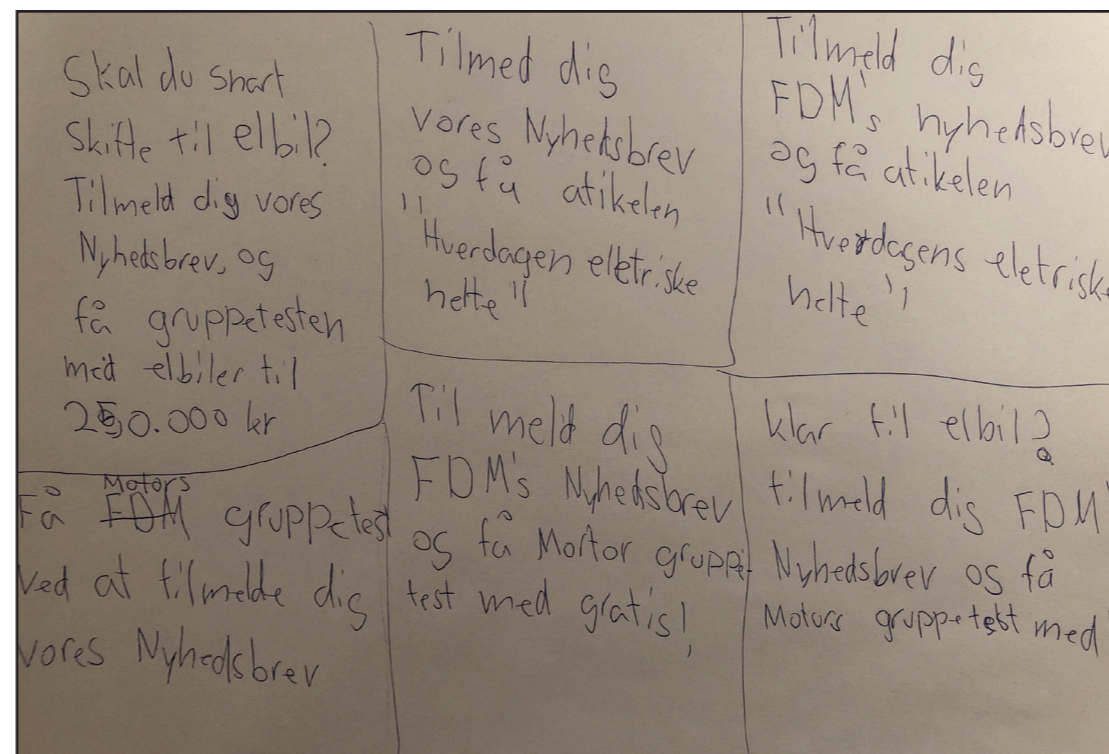
Facebook-anonnce

Digitalt produkt

GRAFISK DESIGN

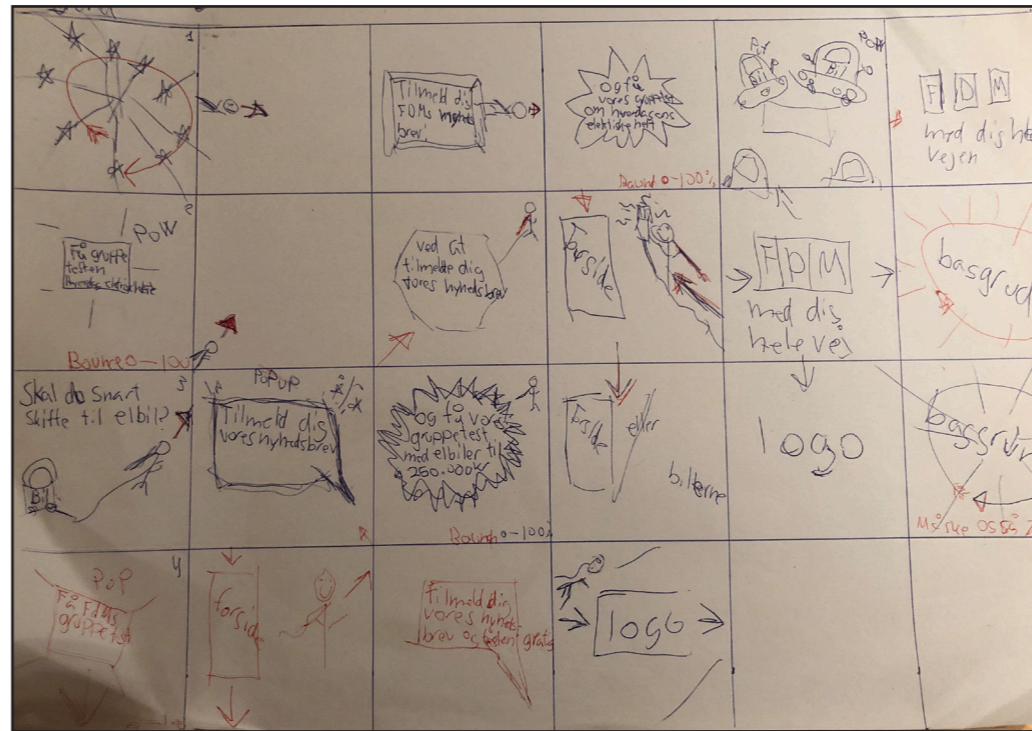
Budskab

Noget som vi tidligere har arbejdet med, er udformning af budskabet. Her har jeg skrevet de forskellige ideer til budskabet og valgt en ud. Men jeg har de andre budskaber i baghånden, hvis marketing ønsker noget andet.



Storyboard

Jeg laver et storyboard over, hvilke bevægelser der kan bruges. Første ide var baseret på en artikel fra Motor, men baggrunden og de små superhelte var ikke med til at understøtte budskabet. Derfor valgte jeg at lave en ny baggrund og fjerne superhelte.



Facebook-anonnce

Digitalt produkt

Bevægende baggrund

Baggrunden er lavet af cirkler, som er pre-composed med forskellige effekter på. Derefter rykkes cirklerne mod højre, og på den måde bevæger baggrunden sig. Der lægges en kopi ovenpå med blandingmode: Classic color dodge for at skabe highlights.



Superhelten fra artiklen

GRAFISK PRODUKTIONS-FORSTÅELSE

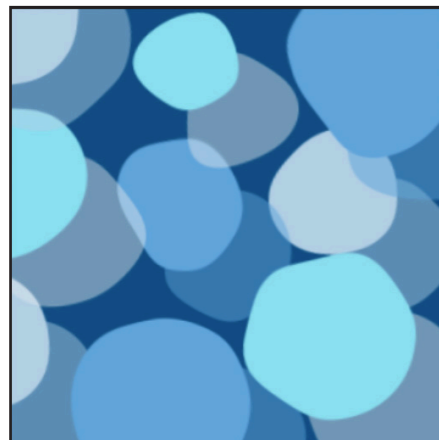
Tubulent displace

Directional blur

Twirl

CC Radical fast blur

Blending mode:
Color dodge



Teksterne

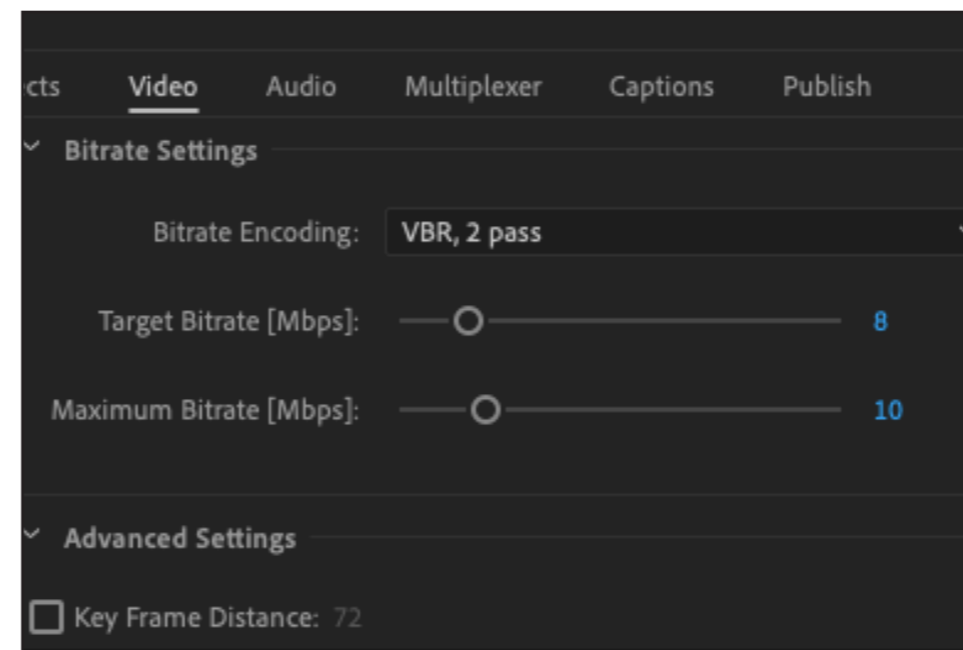
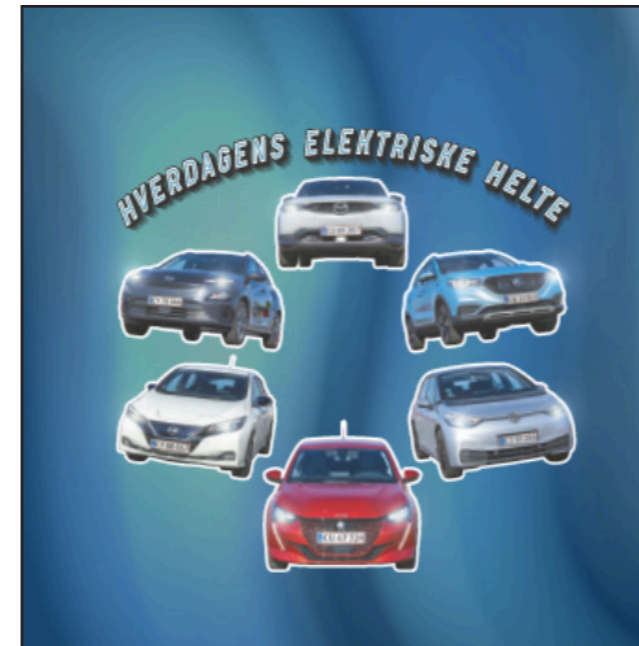
Teksten er lavet ved at bruge Position og Opacity. Det gælder om at fange folks opmærksomhed inden for de første tre sekunder. Så at have en hurtig startbevægelse er altid en god ide. Vi bruger Lato, som er vores web-font.

Biler, der blinker

Bilerne, som er taget fra vores gruppetest, var for statiske, så de fik et blink med lygterne. Blinket er lavet med en „Solid“ med effekten Lensflare. Alle pre-composes sammen og der lægges blanding mode „Screen“ på.

Eksportering

Formatet er 1080x1080. Det er et kvadratisk format, der virker på bl.a. facebook. Jeg eksporterer i formatet H.264. Jeg har bevidst lavet den uden lyd, da de fleste ser facebook-reklamer uden lyd. Jeg optimerer kvaliteten ved at sætte bitrate ned og sætter Bitrate encoding til VBR, 2 pass.



Facebook-anonnce

Digitalt produkt

GRAFISK
PRODUKTIONS-
FORSTÅELSE



Artikel fra Motor

Typografi og billedbehandling





Avisser med levende billeder fra krigen er blot en af de kreative installationer på Frihedsmuseet



Benzin var en mangelfuld vare, og privat bilkørsel var forbudt. Men vigtige erhverv kørte bl.a. med gen-gasgenerator

På besøg i en mørk tid

Både Besættelsesmuseet i Aarhus og Frihedsmuseet i København er fantastisk formidling af livet og rædslerne under Anden Verdenskrig. Her går man helt bogstaveligt ned i historien om besættelsen af Danmark

Tekst og foto: Anders Wendt Jensen

Det er god moderne formidling om de dårlige gamle dage, der venter gæsterne på landets to store museer om besættelsestiden. Begge genåbnede nemlig i sommeren 2020 i 80-året for besættelsen og 75-året for befrielsen. Besættelsesmuseet i Aarhus efter to års ombygning. Frihedsmuseet i København efter en påsat brand i 2013.

I Aarhus starter det brutalt, når man i det første rum sætter sig i stolen foran en kriminalinspektør fra Gestapo, der starter et virtuelt forhør. Stik dine venner og red

(måske) dig selv eller blev tortureret i cellen ved siden af. Her ligger en af kammeraterne – i form af en voksdukke – allerede banket til blods. Begge scenarier foregår i de lokaler, hvor Gestapo havde hovedkvarter, og hvor det var blodig alvor under krigen. Det fremgår af de beskrevne metoder og remedier i udstillingen, hvor det også beskrives, hvordan danske tolke bar masker, så deres identitet kunne holdes skjult.

Til gengæld kan museets gæster følge i fodsporene på andre identiteter fra krigen med et kort,

man får udleveret ved indgangen. Det aflæses flere steder i udstillingerne, hvor man bliver stillet over for en række dilemmaer og svære valg, efterhånden som krigen skrider frem.

Min identitet skaber en lukrativ forretning med at sælge rationeringsmærker, men det udvikler sig til også at omfatte tyveri af dæk fra tyskerne. Det bliver uheldigt opdaget, og så skal regnskabet gøres op.

Der blev også løbende gjort regnskab under krigen med sabotagehandlinger, stikkerlikvide-



Besættelsesmuseet i Aarhus ligger i de lokaler, hvor Gestapo sparkede, slog og lænkede fangerne i smertefulde stillinger



På Frihedsmuseet kan man følge modstandskvinden Musse Hartig – bl.a. som en skygge i hendes lejlighed, hvor hendes tanker skrives på væggen



Det er ikke rart at være til et livagtigt forhør hos tyskerne på Besættelsesmuseet i Aarhus

ringer og clearingmord og i tiden efter med bl.a. anholdelser af værnemagere og ydmygelser af tyskertøser. Det hele beskrevet i museets flotte kælderetage, hvor gæsterne bliver udfordret på deres holdninger og fordomme om krigen og efterspillet. Hverdagen for alle dem, der ikke var direkte involveret, er også bredt beskrevet.

Scener fra en krig

Frihedsmuseet i København er en hel del større, og her ligger hele udstillingen under jorden i den nyopførte bygning. Der er ingen vinduer, og mørket giver perfekte rammer at formidle emnet i. Her får man udleveret en audioguide, og ved at pege med mod koder på væggen får man historien fortalt i kronologisk rækkefølge startende med kongens, regeringens og forsvarrets overvejelser forud for invasionen og frem til tyskernes overgivelse fem år senere.

I hele udstillingen følger man en række personer, som silhuetter, der spiller scener i flotte opsætninger med filmklip og effekter fra krigen, mens audioguiden supplerer. Man kommer bl.a. igennem trykning af illegale blade, jernbanesabotører, jødiske familier på flugt, stigende modstand i befolkningen, rationering,



opløsningen af det danske politi og fyrretræspælene fra Ryvangen, hvor i alt 102 modstandsfolk blev henrettet. Man suges virkelig ind i historien, der formidles på en anderledes måde, så selv eleverne i skoleklassen, der var på besøg samtidig med os, også så ud til at være fanget – eller i hvert fald flertallet af dem.

Til sidst kan man naturligvis genhøre frihedsbudskabet og se glade danskere, der brænder mørklægningsgardiner, men også se nogle af efterkrigstidens skæve tiltag som f.eks. Monty Biscuits.

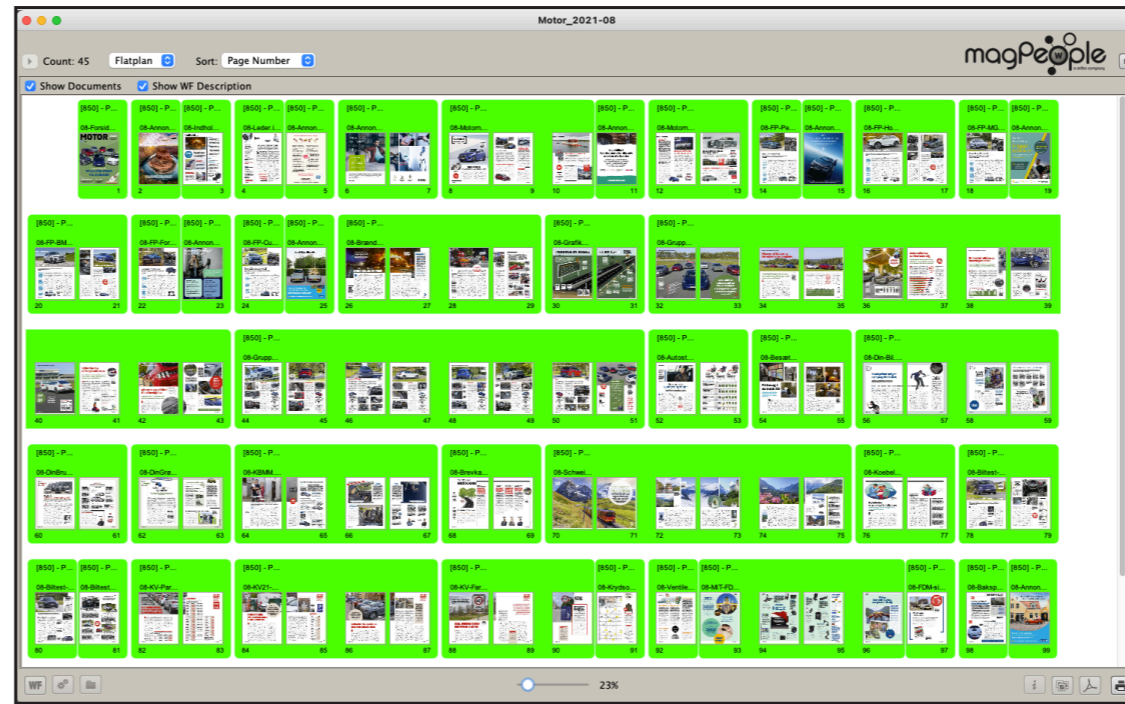
Alt med billeder af den britiske feltmarskal kunne efter sigende sælges. Der bindes også en fin perspektiverende sløjfe på de skæbner, vi møder undervejs i museet, hvor f.eks. modstandsfolkene ikke kunne ride videre på populariteten i befolkningen ved det efterfølgende folketingsvalg, hvor folk primært stemte på de traditionelle partier. Alle måtte på hver deres måde leve videre med forskellige ar på sjælen.

Har du endnu ikke set museerne, er det bare med at komme afsted. ■

Datidens dagligstue på Besættelsesmuseet i Aarhus, hvor på radioen bl.a. kan få afspillet frihedsbudskabet fra BBC London d. 4. maj 1945

Arbejdsgang

Vi åbner en gammel artikel, sletter det tidligere layout og går i Masterpage og ændrer nummer i paginaen. Så gemmer jeg dokumentet med rigtigt filnavn og i rigtig mappe. Derpå ændrer jeg til det rigtige nummer i magWorkflow-plugin'et og gemmer og lukker.



magWorkflow

Opsætning med 11 moduler

I Motor bruger vi et lodret grid med 11 moduler. Med et grid på 11 moduler og en regel om, at brødtekstfelter altid skal være tre eller fire moduler brede, kan der maks. være tre brødtekstfelter på en side.

Baseline Grid

Ved at åbne en gammel artikel slipper vi for at måle Baseline Grid og opsætning af moduler, og alle Paragraph Styles er med fra starten. Mellemrubrikker forholder sig ikke til Baseline Grid da de står ulåst.



Moduler og Baseline Grid

Artikel fra Motor

Trykt produkt

TYPOGRAFI



Skrifter

Fonten skal udståle FDMs fire kerneværdier: viden, troværdighed, dynamisk og aktiv holdning. Der er valgt to rubrikskrifter for at kunne variere udtrykket. Der er også to brødtekst-fonte, som er valgt ud fra læsbarhed.

Spatiering

På store rubrikker ser man tydeligere luften mellem bogstaverne. Derfor holder jeg øje med, at der ikke er for meget luft.

Uncial

Vores uncial skal altid have samme „vægt“ som rubrikken, f.eks. „Black“. På Motor har vi uncialen siddende i en figursats. Så kan man flytte uncialen, hvis den optisk ikke sidder rigtigt.

Rubrikker:

Bommer Slab
Trasandina

Manchet:

Bommer Slab light

Brødtekst:

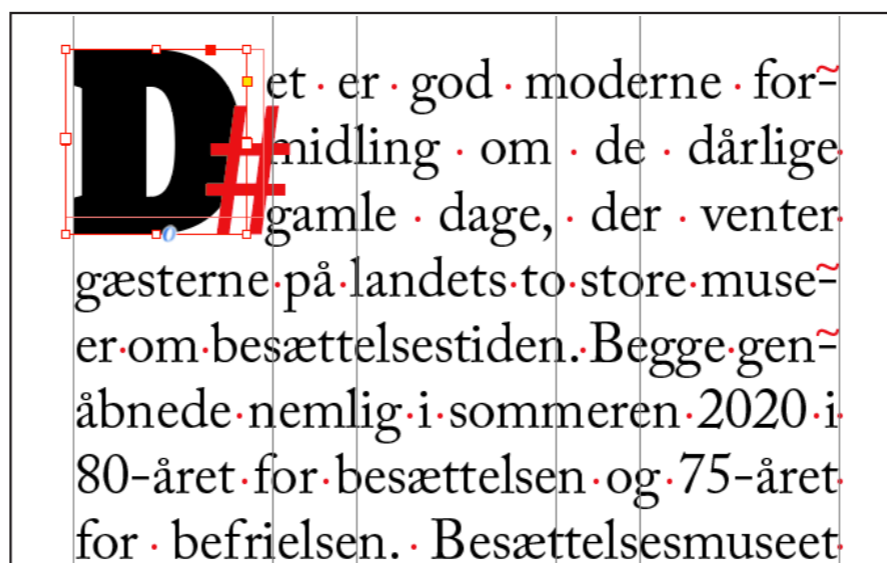
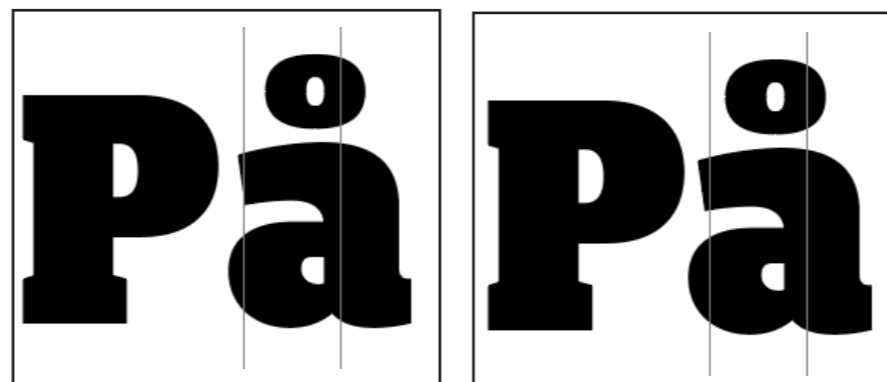
Adobe Caslon Pro regular
Trasandina book

Mellemrubrikker:

Trasandina bold

Billedtekst:

Trasandina book



Artikel fra
Motor

Trykt produkt

TYPOGRAFI



Lightroom Classic

Til billedredigering bruger vi som udgangspunkt Lightroom Classic på Motor. Billederne er fra to museer. Billederne er generelt mørke, så det kan betyde, at vi kan have mistet data i billederne.

Arbejdsgangen

Jeg går i Develop og arbejder med indstillingerne. Den første indstilling er Hvidbalance, og herefter trykker jeg på „Auto“ under Tone. Herefter laver jeg justeringer i bl.a. Highlights, Shadows, Whites og Blacks. Så tjekker jeg, om der er brug for masker, eller om billederne har brug for ekstra Saturation, Clarity og Texture. Dette gøres under panelet Presence.



Før



Efter

Artikel fra
Motor

Trykt produkt

BILLEDBEHANDLING



Masker i Lightroom Classic

På tre af billederne har jeg brugt maskeværktøjet i Lightroom. Et eksempel er dukken, der ligger på bænken. Her skal den blå farve på bænken være mere fremtrædende, så den matcher manchetten.

PPI og ICC-profil

Billederne i magasinet skal være mindst 300 PPI. For at opnå den bedste billedkvalitet skal billedet have en dobbelt så stor opløsning som trykkets rasterfinhed.

ICC-profiler sikrer, at printer, skærme og trykmaskiner gengiver farver bedst muligt. Hos Motor bruger vi PSO LWC improved (ECI) til indholdet.



Før



Maske



Efter

Artikel fra
Motor

Trykt produkt

BILLEDBEHANDLING



