

Kelpie Cottage

En grafisk identitet för det lilla företaget

Namn - Vanessa Stavenow

Lärosäte - Göteborgs universitet (GU), Högskolan för design och konsthantverk (HDK)

Datum - 2015-04-28

Kurs och program - HDEX10 V15 Examensprojekt, Design Grundnivå

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Innehållsförteckning_____	2
Inledning_____	3
Bakgrund_____	3
Mål_____	3
Syfte_____	3
Frågeställningar_____	4
Avgränsningar_____	4
Genomförande_____	4
Research_____	4
Analys_____	4
Process_____	5
Resultat_____	7
Diskussion och reflektion_____	9
Källförteckning och bilagor_____	11

INLEDNING

Bakgrund

Att valet föll på just Kelpie Cottage beror på att jag själv besökt dem när jag var i Skottland 2014 med min pappa. Vi åkte dit för att titta på hantverk som ägaren Linda gjort och sålde i en stuga bredvid stugan dom har för uthyrning. När vi väl kommit in fick vi broschyrer och information om hennes verksamhet där på gården. Hon hade även en fårfarm som vi blev inbjudna att titta på.

Sedan mitt besök i Skottland har jag ibland tänkt på henne. Hur idylliskt och fint det var. Stället ligger väldigt naturskönt vid havet med öppna vidder och berg runtomkring sig och på endast 20 minuters gångavstånd från en av Isle of Skyes största sevärdheter: "Nest Point Lighthouse". Jag tyckte det var synd att ansiktet utåt av företaget var så dåligt när förutsättningarna för verksamheten var så bra.

Grafisk form och layout har alltid, på ett eller annat sätt, funnits med i mina projekt på HDK. Valet att fördjupa mig i Grafisk identitet grundade sig främst i att jag tycker det är väldigt kul men också på att jag jobbat med det innan. Skolprojektet, att skapa en grafisk profil för Restaurang Kino (innehållandes logotyp, visitkort, mönster och meny) är ett exempel på detta.

Vad jag kände att jag ville fördjupa mig i nu (som jag inte gjorde då) var att få en bättre förståelse för hur färger, bilder, typsnitt och layout inverkar på tolkningen av det budskap man sänder ut.

Mål

Målet för det här projektet var att jag skulle skapa en grafisk identitet för Kelpie Cottage som ligger på ön "Isle of Skye" i Skottland. Företagets huvudsakliga verksamhet (som är en verklig aktör) består av att hyra ut stugor. Förutom detta ägnar dom sig även åt lammuppfödning och försäljning av hantverk. Dessutom är miljön, där dom håller till, idealisk för fiskning och vandring. Idag ligger fokus nästan enbart på uthyrningen av stugorna. Jag kände att verksamheten skulle tjäna på att lyfta fram även de andra kvalitéer/aktiviteter som finns för besökarna att nyttja. Detta var något jag undersökte och försökte få till i den grafiska identiteten.

Annat jag också försökte få till var att få Kelpie Cottage att "poppa ut" från andra konkurrenter på ön, utan att förlora "familjekänslan" som finns hos Kelpie. Det var viktigt att identiteten kändes personlig och inte massproducerad.

Syfte

Syftet med det här projektet bestod av att förtydliga företagets identitet, som var väldigt oklar. Denna oklarhet ser man främst på deras nuvarande hemsida, men också i broschyren, då man bland annat valt att använda sig av flera typsnitt i många olika färger och storlekar. Många av de tagna besluten känns inte helt genomtänkta. Personliga syften som fanns var att förbättras i Adobe programmen samt att få fördjupad kunskap i hur man utformar och hanterar grafiska identiteter.

Frågeställningar

Frågeställningar jag hade under projektet var;
Vilka delar i identiteten blir viktiga att lägga fokus på?
Hur brukar marknadsföringen för stuguthyrning se ut?

Avgränsningar

Jag hade som avgränsning att inte göra en riktig hemsida för Kelpie Cottage, utan endast skapa exempel på hur den skulle kunna komma att se ut, eftersom mina kunskaper vad gäller kodning inte är tillräckligt bra.

GENOMFÖRANDE

Research

Jag började med en research över hur Kelpie Cottages konkurrenter gått till väga och marknadsför sig (Bild 01). Jag kollade även upp hur Kelpie Cottage framställs idag (Bild 02). Varken konkurrenternas hemsidor eller Kelpies är tilltalande. Detta mycket på grund av en inkonsekvens vad gäller färg, bild och text språk. Dessa val, eller "icke val", leder till att identiteterna känns ogenomtänkta och oseriösa.

Trots att Kelpie Cottage i dagsläget inte har några större problem med att få sin stuga uthyrd, kände jag ändå att det fanns mycket man kunde göra vad gäller deras "ansikte utåt" för att öka uthyrningspotentialen och tillströmmandet av besökare. En ny identitet behövdes för att öka tydligheten över vilka Kelpie Cottage är och vad de har att erbjuda.

Researchen innefattade även granskning (genom litteratur och internet) över hur grafiska identiteter ser ut idag, hur dom används och vilka delar de kan innehålla. Exempel på delar kan vara; Logotyp och varianter av logotyper, symboler, grafiska element, mönster, typsnitt, färger samt ikoner för sociala medier. Exempel på vad man sedan skulle kunna applicera dessa delar på är: En broschyr, visitkort, hemsida, stämpel, förpackningar, skylt, etiketter, anteckningsblock, kuvert, eller klistermärken. En bok som jag inspirerades av och fick mycket information ifrån om hur grafiska ideniteter kan se ut och användas var "Vivid!, The Allure of Color in Design." (Publishing, 2010).

Jag hade även en del email korrespondens med Linda Jackson (ägare av Kelpie Cottage) som var positivt inställd till mitt projekt. Dock skulle hon inte, på grund av att lammingsperioden just kommit igång, ha tid att vara så delaktig i det.

Analys

Min research över hur Kelpie Cottage framställer sig själva bekräftade mina sedan tidigare antaganden. Hemsidan och broschyren (som är deras huvudsakliga exponerings kanaler) känns röriga. Jag kom fram till att jag vill lägga fokus på bilder i identiteten (eftersom naturen och omgivningarna är det som främst lockar besökare). Viktigt var också att göra både broschyren och hemsidan mer lättnavigerad och tydlig.

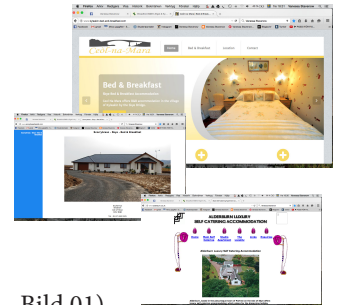


Bild 01)
Konkurrenters hemsidor.



Bild 02)
Kelpie Cottages hemsida.

Process

Utifrån min research och känsla jag en gång fått när jag besökte Isle of Skye gjorde jag en moodboard (Bild 03). Efter färdigställandet av den fick jag klart för mig vilken känsla identiteten skulle utstråla. En betydelsefull bok i början för mig var "Sälj det med ord. konsten att skriva reklam.". Här fick jag mycket matnyttig information och tips för hur man bäst kommer på ideér (Wiklander & Åkerberg, 2011, s. 53). Samt många råd för hur man blir mer kreativ (Wiklander & Åkerberg, 2011, s. 87-88).

Valet av färg kom från mitt intresse av de olika klanernas "tartans" som fanns förr och som på många håll fortfarande lever kvar i Skottland. Isle of Skyes tartan har mycket grönt i sig (Bild 04). Jag gillade verkligen den nyans av grönt som fanns där, vilket är huvudanledningen till att den gröna färg jag slutligen bestämde mig för att behålla ligger väldigt nära nyansen som finns på tartanen. De resterande 3 färgerna (Bild 05) ; rött, gult och blått fick jag också inspiration till från tartanen.

Dessa 4 färger, som jag höll fast vid ganska länge, reducerades senare till 2 färger (gult och grönt). Att jag bestämde mig för att hålla fast vid gult beror på att jag ville få in en varm ton i identiteten. Detta mycket på grund av att landskapet, trots sin på många håll karghet, på Isle of Skye utstrålar värme. Färre färger visade sig också ge ett mer enhetligt och sammanhållet intryck. I boken "Vivid!, The Allure of Color in Design." fick jag mycket inspiration om hur man kan jobba med färg och form (Publishing, 2010, s. 216-219).

Vad gäller logotypen jobbade jag analogt och skissade mycket för att sedan scana in och jobba digitalt (Bild 06). "Kelpie" som betyder vattenhäst och är en skotsk mytisk varelse, liknande "Loch Ness-odjuret", fångade tidigt mitt intresse. Det sägs nämligen att det bor en sådan i sjön som ligger 5 minuter bort från stugan. Jag kände att jag ville inkorporera den i logotypen på något sätt. Det var så jag kom på idén att göra en symbol som kan fungera självständigt vid sidan av logotypen (Bild 07). Boken "Letterhead and Logo Designs, Creating the Corporate Image." gav mig några bra exempel på symboler som fungerar självständigt från logotypen (Blount & Walker, 1991, s. 181, 175).

Innan alla pusselbitar vad gäller vattenhästen föll på plats hade jag dock mina tvivel. Jag kände att det fanns en risk att man kunde missuppfatta och tro att Kelpie Cottage erbjöd ridning, att det var ett "hästställe", vilket det ju inte är. Därför skissade jag en del på att ha med en havsörn istället (då de är mycket vanliga där). Att valet ändå slutligen föll på att behålla hästen beror på att den har en starkare anknytning till platsen och passar bättre in med texten i logotypen. Tillägget av fenan på hästen gjorde den mindre trolig att förväxlas med ridning och ett "hästställe".

Mitt val att ta in vattenhästen ledde till att jag gjorde tre varianter av logotypen. En i större format (att platsa på hemsidan), en i ett mellanformat (att platsa i broschyren) och sedan symbolen som fungerar på mindre ytor såsom på visitkort eller på hemsidan i telefonen.



Bild 03)
Moodboard.



Bild 04)
Isle of Skyes tartan.



Bild 05)
De 4 första färgerna.



Bild 06)
En av de tidigaste skisserna.



Bild 07)
Den färdiga symbolen.

Jag ville tidigt få in något med struktur i identiteten (för att få fram en genuin och hangjord känsla). Detta på grund av att Kelpie Cottages verksamhet är väldigt praktisk. Ägarinnan Linda gör tillexempel egen sylt från bär i omgivningarna som hon säljer i sin hantverksshop samt kardar ull från fåren som hon sedan syr kläder och annat hantverk av.

Min tänkta lösning på att få in struktur var att antingen laserskära eller använda mig av prägling på visitkorten och broschyren. Dessa tankar fick jag dock ompröva då det inte hade varit användarvänligt för Kelpie Cottage. Om jag använt mig av en lasermaskin tillexempel skulle inte Kelpie haft möjlighet att trycka upp visitkorten själva i sin skrivare. Vilket är något jag ville att dom skulle kunna göra. Det var så stämpeln (Bild 08) kom in i bilden. Genom den kommer dom på ett lätt och kostnadseffektivt sätt kunna ge ett personligt avtryck till sina kunder. I och med att mycket av deras kommunikation sker via mail finns det även möjlighet för dem att scana in avtrycket och bifoga det i ett mail. Stämpeln beställde jag på webben via företaget "Brindux".

I skapandet av hemsidan var ordet "enkelt" det jag tog mest fasta på då jag ville bort från det röriga intryck den nuvarande hemsidan ger. Jag utgick ifrån de fastställda färger och typsnitt jag valt i det grafiska bladet. Istället för att ha massor av tillvalsmöjligheter på startsidan (som dom har idag), reducerade jag dessa till 5 huvudkategorier som, när man klickar på dom och vill veta mer, disponerar underkategorier. Boken "Visual Literacy, A conceptual Approach to Graphic problem solving." gav mig mycket inspiration och visade hur man med enkla medel kan förmedla en känsla eller ett budskap (Wilde, 2000, s. 18-27).

För att få hemsidan att kännas mer spännande och intressant skapade jag ett grönt fält med en ruff kant, som nästan ser ut att vara framritad av en grov krita, till en del av förstasidan (Bild 09). Det gröna elementet bryter upp hemsidans fasta och statiska strukturer på ett bra sätt samt, tack vare den handgjorda känsla man får från strukturen av krita i det gröna fältet, bidrar till att identiteten känns mer genuin.

Parallellt med detta redigerade och valde jag bilder som jag och min pappa tog när vi var där året innan. Linda hjälpte mig också hitta bilder som jag kunde använda mig av.

När jag skulle ge mig i kast med broschyren började jag med att gå till turistshoppen för att få inspiration och spontant se vilken broschyr man fastnade för. Vidare undersökte jag hur broschyrerna var uppbyggda formmässigt, materiellt, innehållsmässigt och grafiskt.

Iordningställandet av hemsidan och min tidigare gjorda research över vad Kelpie Cottage tillhandahåller gjorde det enkelt för mig att plocka ut och placera den viktigaste informationen i broschyren. I Boken "Sälj det med ord. konsten att skriva reklam." fick jag många bra tips på hur man koncentrerar sitt budskap (Wiklander & Åkerberg, 2011, s. 42). Samt ideér kring hur man skapar kontrast mellan bild och text (Wiklander & Åkerberg, 2011, s. 170).



Bild 08)
Stämpeln.



Bild 09)
Del av den färdiga hemsidan.

Det sista jag gjorde var visitkortet. Dessa gick också fortast att göra eftersom grovjobbet med de andra elementen i identiteten redan var fastslagna. Hur framsidan skulle se ut var från början ganska given. Baksidan däremot var mindre viss. Genom ett öppet sinne och prövande kom jag fram till att logotypen skulle passa väldigt bra där. Jag ville ha med ordet “Kelpie Cottage” någonstans och baksidan var en väldigt bra plats för det. (Bild 10).



Bild 10)
Visitkort.

RESULTAT

Resultatet av mitt examensprojekt blev en grafisk identitet (Bild 11) för Kelpie Cottage innehållandes ett grafiskt blad med logotyp, alternativ logotyp och symbol, en broschyr, visitkort, stämpel och hemsida.



Bild 11)
Grafiskt blad, broschyr,
visitkort, kuvert och stämpel.

Anledningen till att jag valde broschyren, visitkortet, stämpeln och hemsidan som appliceringar av identiteten beror på att jag efter researchen insåg att det var dessa delar som, i ett marknadsföringsperspektiv, var dom viktigaste att fokusera på. Jag kom fram till appliceringarna mycket på grund av att det också ofta är via dessa delar som Kelpie Cottages konkurrenter marknadsför sig genom.

Mitt främsta syfte med det här projektet var att förtydliga Kelpie Cottages identitet. Vilket jag, genom skapandet av en sammanhållen identitet vad gäller val av typsnitt, färger, layout och form samt konsekvent hantering av dessa, känner att jag har lyckats med.

Genom att använda mig av en typ av papper (Scandia 2000 naturvit 170g för broschyren och 240g för visitkortet), ett klassiskt typsnitt (Helvetica Neue), få färger samt att alla trycksaker är utskriftsbara i A4 format, blir identiteten användarvänlig. När jag reducerar element på det här sättet blir identiteten också mer sammanhållen.

Andra syften som fanns och som jag känner att jag uppnått var att utvecklas i Adobe programmen och få mer kunskap i hur man utformar och hanterar grafiska identiteter.

I målen som jag satte upp för mig själv i början av projektet tyckte jag att det var viktigt att lyfta fram även de andra kvalitéer som företaget erbjuder. Exempel på detta är lammuppfödningen och hantverksmöjligheterna.

Efter min research kom jag ganska snart fram till att det är stuguthyrningen som är deras största "besöks magnet". Mest fokus i min identitet kom därför att ligga på stuguthyrningen. De andra kvalitéerna (lammuppfödningen och hantverksmöjligheterna) tycker jag att jag också har lyckats lyfta fram. Detta genom att vara konsekvent i tillämpandet av de ramar, i form av färger, typsnitt och layout, som jag satt upp för projektet.

Den fantastiska miljön, som är huvudanledningen till att många väljer Kelpie Cottage framför andra företag med liknande verksamhet, har jag lyft fram genom att använda mig av mycket miljöbilder i identiteten.

Det faktum att alla bilder i det här projektet är tagna av antingen mig, min far eller ägarinnan Linda tror jag är viktig. Om bilderna varit nedladdade direkt från någon bildbank tillexempel tror jag risken för att identiteten skulle uppfattats som "turistig" istället för "genuin", som ju är den känslan jag vill att besökare ska få av att vara hos Kelpie Cottage, skulle varit mycket stor.

DISKUSSION & REFLEKTION

Flera gånger under projektet har förinställda uppfattningar utmanats. Exempel på sådana var min vilja att plotta ut broschyren. En hel dag stod jag och försökte få ut något ur plottern som jag kunde känna mig nöjd med. Ingenting av det som kom ut blev bra. Det visade sig att min skrivare hemma, där jag kvällen innan skrivit ut många provexemplar, fick ut mycket bättre versioner av arbetet än vad plottern fick. Lärdomen jag drog av detta var att plotter inte alltid är det bästa valet. Ibland måste man ta en omväg, som att spendera en hel dag vid plottern utan att få ut något av nytta, för att inse att det är den enkla vägen (att skriva ut hemma) som är den rätta.

Annat som jag fått insikt i är att ifrågasätta föreställningar om vad en grafisk identitet innehåller. Exempel på detta var när jag i början tänkte använda mig av pantone färger. Jag ville ha detta eftersom det skulle få materialet att sticka ut mer. Vad jag senare insåg var dock att detta inte skulle vara användarvänligt för Kelpie Cottage. Det skulle bli kostsamt och dom skulle inte ha möjlighet att printa ut materialet själva. Därför bestämde jag att endast hålla mig till CMYK och RGB färger. Dessutom, när identiteten skrivs ut från olika skrivare, kommer nyanserna i materialen att skifta vilket jag tror kan leda till att identiteten uppfattas som mer genuin.

Beslut jag fick ompröva var min övertygelse om att alla delar som dom tillhandahåller skulle få lika stor uppmärksamhet i displayen av verksamheten. I och med skapandet av hemsidan upptäckte jag att boendet är störst. Det är också därför som jag valt att fokusera mest på det.

Vad jag mer fick tänka om kring var en idé jag hade i början av projektet, att inte jobba med marknadsföringen av företaget. Jag insåg ganska snart att det är precis detta som jag gör, att jobba med marknadsföringen. Grafisk identitet och marknadsföring hör ihop. Hela poängen med att skapa en grafisk identitet försvinner om man tänker att den inte ska vara till nytta för någon eller något.

Andra insikter som slagit mig är att inte sitta och tänka för mycket utan bara ta tag i något, börja jobba någonstans. Samt att jobba mer parallellt mellan olika moment och inte låsa fast sig vid ett, som jag ofta brukar göra och gjorde under framställandet av logotypen.

Det faktum att Kelpie Cottage inte haft möjlighet att vara så delaktiga i projektet har varit svårt. Det var en utmaning att försöka utgå ifrån deras behov när dom inte var närvarande. Många gånger kom jag till exempel på mig själv med att gå efter egna åsikter om vad jag tycker är snyggt och passande.

Sådant jag tänkte hinna med men som jag inte hann var att göra ett så kallat "Toolkit" för ägarinnan Linda, över hur identiteten skulle kunna se ut och fungera när den används på facebook eller i ett mail.

I arbetet har jag beaktat etiska och samhällsliga aspekter genom att låta identiteten vara användarvänlig. Alla trycksaker är utformade på så sätt att Kelpie Cottage själva ska kunna skriva ut dem. Detta faktum gör också att identiteten blir miljövänlig.

Mitt arbete relaterar till andras genom den research jag gjort. Utan att ha fått inspiration från andra som gjort liknande jobb/projekt skulle inte min identitet ha blivit lika bra.

KÄLLFÖRTECKNING OCH BILAGOR

Böcker

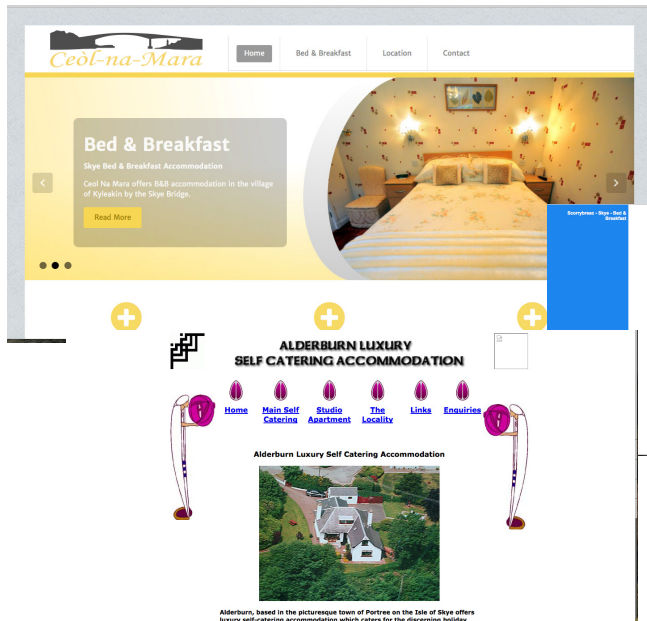
- » Blount, S., & Walker, L. (1991).
Creating the Corporate Image. *Letterhead and Logo Designs* (s. 181, 175).
- » Publishing, S. (2010).
The Allure of Color in Design. *Vivid!* (s. 216-219).
- » Wiklander, C., & Åkerberg, M. (2011).
Konsten att skriva reklam. *Sälj det med ord* (s. 42, 53, 87-88, 170).
- » Wilde, J. (2000).
A Conceptual Approach to Graphic Problem Solving. *Visual Literacy* (s. 18-27).

Webben

- » <http://www.cottages-skye.com/>
- Kelpie Cottages nuvarande hemsida där jag tog en del bilder och text att använda i broschyren.
2015-02-06
- » <http://www.webopus.co.uk/>
- Ett företag som designar hemsidor åt många företag liknande "Kelpie Cottages" på Isle of Skye.
2015-02-06
- » <http://www.isleofskyeaccommodation.com/bed-breakfast/broadford/broadford.htm>
- En hemsida varifrån jag fått god inblick i hur konkurrenter marknadsför sig i området.
2015-02-06
- » <http://www.gallabrae.com/>
- Ett event till Skottland ära, intressant som inspiration för att se hur Skottland framställs.
2015-02-21
- » <http://macbloggen.se/tips-trix/typografi-pa-webben/>
- Intressant läsning om typografi.
2015-03-17
- » <http://designmodo.com/choose-typeface/>
- Information om typsnitt.
2015-03-17
- » <http://capdesign.idg.se/2.990/1.285743/komposition>
- Intressant fakta om bildkomposition.
2015-03-18
- » <http://www.brinux.se/>
- Stället där jag beställde stämpeln.
2015-03-23
- » <http://adobe.com>
- Tutorial om hur bildredigeringsprogrammet "Lightroom" fungerar.
2015-03-25
- » <http://youtube.com>
- Tutorials för bildredigering i photoshop.
2015-03-29

Övrigt

- » Email korrespondens med Linda Jackson på Kelpie Cottage.
- » Inspiration från "Outlander", som är en serie som utspelar sig under 1700-talets Skottland.
- » Besök på Turistshoppen i Göteborg för att få inspiration från hur broschyrer ser ut och presenteras.



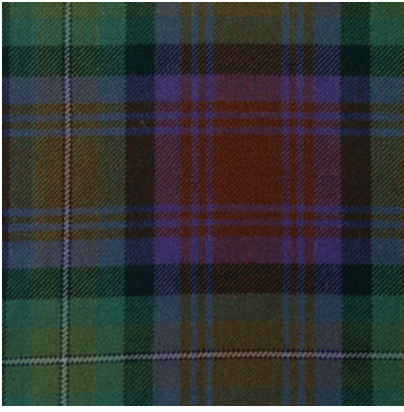
Konkurrenters hemsidor.



Kelpie Cottages hemsida.



Moodboard.



Isle of Skyes tartan.



De 4 första färgerna.



En av de tidigaste skisserna.



Stämplad symbol och digital symbol.



Visitkort.



Stämpeln.



Den färdiga hemsidan.



Grafiskt blad, broschyr, kuvert, visitkort och stämpel.