

informatie





Inhoudsopgave

Inleiding	3
Wat we bespreken	4
Jij, je bedrijf en je verhaal	4
Doelgroep en gevoel	4
Voorkeuren in stijl	4
Inspiratie (en afknappers)	5
Praktische toepassingen	5
Wat helpt als voorbereiding?	6
Goed om te weten	6



Inleiding

Een huisstijl gaat verder dan een logo of een paar kleuren. Het is de visuele vertaling van wie je bent, waar je voor staat en hoe je gezien wilt worden. Tijdens het intakegesprek¹ verkennen we dat samen. Niet via een strakke checklist, maar via een gesprek dat natuurlijk aanvoelt. Wel zijn er een aantal onderwerpen die altijd terugkomen, omdat ze helpen om tot een huisstijl te komen die écht bij je past. Dit document geeft je alvast een beeld van wat we bespreken en hoe je je eventueel kunt voorbereiden.

Wat verstaan we onder een huisstijl?

Een huisstijl kan bestaan uit een logo, een kleurenpalet, lettertypes, briefpapier, een visitekaartje en/of een envelop. Niet alles hoeft. De exacte invulling stemmen we samen af. Met deze elementen kader ik de dienst af, zodat het voor beide kanten helder is wat je kunt verwachten.

Doel van het intakegesprek

Het doel van het gesprek is om:

- jou en je bedrijf beter te leren kennen
- te voelen welke uitstraling bij je past
- te begrijpen wat je wilt uitstralen (en wat juist niet)
- een stevig fundament te leggen voor het ontwerpproces

Er is geen goed of fout. Het gesprek mag meebewegen en inzichten mogen onderweg veranderen.

Elisah van Beugen

Creatief mooimaker

06 44908448

info@gettothepoint.nl

gettothepoint.nl

Openingstijden

Maandag, dinsdag en donderdag van 09.00 tot 17.00 uur



¹ Intakegesprekken worden gevoerd via Microsoft Teams.



Wat we bespreken

Jij, je bedrijf en je verhaal

We beginnen bij de basis:

- wie ben je en wat doe je?
- wat maakt jouw bedrijf anders?
- waar sta je nu en waar wil je naartoe?
- hoe wil je dat mensen je ervaren?

Dit hoeft niet perfect verwoord te zijn. Samen komen we daar wel.

Doelgroep en gevoel

Een huisstijl is niet alleen voor jou, maar ook voor de mensen die je wilt bereiken. We staan stil bij:

- wie je doelgroep is
- wat je wilt dat zij voelen bij jouw merk
- welk beeld je liever niet oproept

Bijvoorbeeld: toegankelijk, professioneel, speels, rustig, uitgesproken, no-nonsense.

Voorkeuren in stijl

Je hoeft geen ontwerper te zijn om hier iets van te vinden. Vaak voelt iemand intuïtief al aan wat past. We bespreken onder andere:

Kleuren

- Zijn er kleuren waar je je prettig bij voelt?
- Zijn er kleuren die je liever vermijdt?
- Gaat je voorkeur uit naar rustig of juist opvallend?

Kleurgebruik bepaalt sterk de sfeer van een merk: warm, zakelijk, fris, krachtig of zacht.

Vormgebruik

- Houd je van strak en minimalistisch?
- Of juist organisch, speels of rond?

Vormen zeggen veel over uitstraling: hoekig voelt vaak zakelijk en krachtig, rond voelt zachter en toegankelijker.

Lettertypes

We kijken globaal naar voorkeuren, bijvoorbeeld:

- Sans-serif: strakke letters zonder 'streepjes' (modern, helder, digitaal)
- Serif: letters met kleine 'voetjes' (klassiek, betrouwbaar, traditioneel)
- of een combinatie van beide

Je hoeft geen lettertype te kiezen; het gaat om gevoel en richting.

Tip Heb je nog geen duidelijke voorkeur voor kleuren, vormen of lettertypes? Dat is heel normaal. Veel keuzes voelen intuïtief, maar zijn lastig onder woorden te brengen. Als voorbereiding kan het helpen om eens te lezen over kleur-, vormen- en lettertype psychologie.

Inspiratie (en afknappers)

Inspiratie helpt, maar is geen verplicht huiswerk. Handig om te delen:

- merken of ontwerpen die je aanspreken
- websites, logo's of stijlen die je mooi vindt
- óók: dingen die je juist niet mooi vindt

Waarom iets aanspreekt (of niet) is vaak belangrijker dan het voorbeeld zelf.

Praktische toepassingen

We kijken vooruit:

- waar ga je je huisstijl gebruiken?
- online, drukwerk of beide?
- wat heb je nu nodig en wat misschien later?

Dit helpt om keuzes te maken die niet alleen mooi zijn, maar ook praktisch en toekomstbestendig.

Wat helpt als voorbereiding?

Je hoeft niets voor te bereiden, maar het kan helpen als je alvast nadenkt over:

- woorden die bij jouw bedrijf passen
- kleuren of stijlen die je aanspreken
- voorbeelden die je gevoel goed verwoorden

Alles mag globaal en onvolledig zijn.

Goed om te weten

Een sterke huisstijl ontstaat niet in één keer. Het begint met aandacht, vertrouwen en een goed gesprek.

Het intakegesprek is dus ook geen vragenlijst die we afvinken. Je hoeft niet alles al scherp te hebben of van tevoren precies te weten wat je wilt. Juist tijdens het gesprek ontstaan vaak nieuwe inzichten. Twijfel, bijstellen en van gedachten veranderen horen daar gewoon bij. Ik luister, stel vragen en lees ook tussen de regels door. Wat je zegt – en soms juist wat je niet zegt – vertaal ik naar een visuele richting die past bij jou en je bedrijf.

Dit document is bedoeld om je een beeld te geven van hoe dat gesprek verloopt, zodat je ontspannen kunt instappen en weet wat je kunt verwachten.