

1 Content creatie

In dit hoofdstuk worden de adviezen die in het oplossingskader uit zijn gekomen uitgewerkt. Dit wordt eerst gedaan door middel van een moodboard.

1.1 Concept

Het concept is samengevat in een moodboard. Eerst heb ik gezocht naar verschillende communicatie-uitingen van Moyee Coffee en vervolgens ben ik gaan kijken naar de verbanden die de communicatie heeft met elkaar. Dit moodboard wordt onder de afbeelding uitgelegd.



Voor het moodboard staan vier elementen centraal: radicaal, pastelkleuren, minimaal en vector art. Deze worden kort omschreven.

Radicaal

Radicaal is omdat de organisatie zelf claimt radicaal te zijn. De slogan: “*radically good coffee*”, wordt sinds de eerste dag al gebruikt in haar communicatie. Moyee Coffee gebruikt stevige en humoristische teksten en beelden in al haar communicatie. Het gebruik van veel tekst wordt ook gebruikt in de content dat Moyee Coffee maakt.

Pastelkleuren

Moyee Coffee werkt naast alleen zwart en wit, met vijf andere kleuren. Radicaal roze, Limu blauw, Two to Tango geel, Triple Play groen en Dark Roast zwart. Deze worden toegepast op de website en de verpakkingen van de koffie. De kilozakken voor het gebruik van de horeca, zijn Radicaal roze en hebben een Triple Play groen etiket erop.

Minimaal

Moyee Coffee is steeds meer naar het minimalistische toe aan het gaan. Vaak worden er maar hooguit twee of drie kleuren in de communicatie gebruikt. De kunst van het weglaten staat centraal. Meestal kan er een kleur en het logo gezien. Het is meestal alleen tekst, of alleen tekst waarmee gewerkt wordt.

Vector art

In principe ligt dit in het verlengde van minimaal. Alleen heeft dit meer betrekking op de gemaakte illustraties. Het zijn eerder pictogrammen die eigenlijk al uitleg geven, zonder dat het met een tekst ondersteund wordt.

Na de moodboard heb ik gekeken of er informatie ontbrak. Ik vond dat er nog een paar dingen hierin miste en ik heb gezocht naar invulling. Die heb ik gevonden in de huisstijl, tone of voice, teksten en lettertypen en logo's en afbeeldingen.

Tone of voice

De tone of voice van Moyee Coffee noemt zij zelf: *“playfully provocative”*. Kort gezegd is dit een informele manier van communiceren, dat een tikje brutaal is. Dit staat verder uitgelegd in de inleiding onder paragraaf 1.3.

Huisstijl

Alle kleuren, lettertypen en beeldmerken zijn vastgezet in de Moyee Coffee Cheat Sheet. De lijst is afgeleid van de huidige manier waarop Moyee Coffee haar boodschappen uit. Deze is te vinden in bijlage 5. Hieronder worden de onderdelen uitgelicht die de huisstijl maken.

Tekst en lettertypen

Moyee Coffee gebruikt voornamelijk hoofdletters, ook wel: *“all caps”* genoemd. Dit gebruikt zij niet alleen voor de titels, maar ook voor de teksten. Als sub-tekst, wordt er vaak gekozen voor een geschreven lettertype. Degenen die Moyee Coffee gebruikt, zijn tevens terug te vinden in de Cheat Sheet in bijlage 5

Logo's en afbeeldingen

De logo's komen voor in twee kleuren. Zwart en wit. Het is de M van Moyee en fungeert als een herkenningspunt. De afbeeldingen die gebruikt kunnen worden, zijn illustraties van koffiebonen die speciaal gemaakt zijn voor Moyee Coffee.

1.2 Middelen

Hieronder zijn twee middelen die ik uit heb gewerkt om een oplossing te geven voor het communicatieprobleem. Er is bewust gekozen om een online- en een offlineoplossing te maken, om de wensen van de espressobars die het liefst online haar klanten informeert. De offlineoplossing is er een voor de korte termijn. Zo is er alsnog informatie over de koffie en FairChain en de lezers worden getriggerd om meer informatie te vergaren via de website. Dit werd hiervoor niet gedaan. Daarom is hiervoor gekozen.

Voor de onlineoplossing is er gekozen voor een mobiele website, zodat de gasten hier op een interactieve manier informatie kunnen vinden over de koffie, de organisatie en FairChain. Dit is ook een oplossing voor de korte termijn, maar kan voor de lange termijn gebruikt worden. Dit heeft als reden dat de mobiele website makkelijk is aan te passen. Zo kan er nieuwe content naar wens toegevoegd worden of zelfs helemaal veranderd worden. De mobiele website zal gemaakt moeten worden door een expert en deze website moet beheerd worden.

1.2.1 Old school: FairChain op je schoteltje

Bij het moment van het ontvangen van de bestelde koffie, zijn er vanaf nu minimaal twee elementen aanwezig op het kopje: een lepeltje en een kaartje. In sommige gevallen ligt er ook een zoetig hapje in de vorm van een cakeje of een koekje op. Op het kaartje bevindt zich informatie waarom deze koffie zo uniek is. Allebei de kanten zijn bedrukt. Op de ene kant staat de Nederlandse versie en aan de andere kant staat de Engelstalige versie. Het kaartje ziet er als volgt uit:



**GENIET VAN JE
RADICAAL GOEDE
FAIRCHAIN KOFFIE!**

Wij zijn Moyee en wij maken jouw koffie. Hier een korte uitleg in vier slokjes wat FairChain precies inhoudt:

 Je koffie is van hoge kwaliteit en is met de hand geplukt in Ethiopië

 Het branden van de koffie gebeurt lokaal. Meer werkgelegenheid!

 Handel over ontwikkelingshulp. De boeren krijgen een eerlijke prijs voor hun koffie

 De winst wordt eelijk verdeeld tussen ons en Ethiopië. Kapitalisme 2.0!

Meer weten? Check www.moyeecoffee.com



**ENJOY YOUR
RADICALLY GOOD
FAIRCHAIN COFFEE!**

We are Moyee and we produce your coffee. Here a quick summary about FairChain in four sips :

 Your coffee is made from specialty beans that are hand picked in ethiopia

 The roasting takes place locally. So more job opportunities!

 Trade over development aid. The farmers get a fair share of the profit

 We spit the profit between us and Ethiopia. Capitalism 2.0!

Need more info? Check www.moyeecoffee.com

Er is gekozen voor dezelfde grootte als een visitekaartje. De reden hiervoor is dat het alsnog goed leesbaar is en dat het kaartje op het kopje past. Het is een kort overzicht waar koffiedrinkers in een korte tijd FairChain in een notendop uitgelegd krijgen. Dit zijn alleen nog de essentiële delen van FairChain. Meer informatie kan de koffiedrinker zelf verder zoeken op de website van Moyee Coffee. De visitekaartjes worden op gerecycled papier afgedrukt, om in de duurzame sferen te blijven.

1.2.2 New school: FairChain op je beeldscherm

Deze oplossing heeft als doel om op een interactieve manier FairChain uit te leggen. Met interactief wordt in dit geval bedoeld dat de bezoeker van de espressobar meer kan weten over de koffie, FairChain en Moyee Coffee, door zelf te bewust op zoek te gaan naar informatie. Dit wordt verwezenlijkt door middel van blootstelling aan opties. Een van deze opties is het bezoeken van een mobiele website, waar alle informatie over FairChain, de koffie en Moyee Coffee op staat. Er is een *one screen only-policy* toegepast op de mobiele app. Hierdoor staat alle nodige informatie op een scherm, zonder te hoeven scrollen. Hierdoor wordt de bezoeker voldoende geïnformeerd over de koffie, de organisatie en FairChain, zonder dat het een lang verhaal wordt en afleiding wordt veroorzaakt. Het is een balans tussen vlot leesbaar zijn en voldoende kennisverschaffing. Als bezoekers van de mobiele app meer informatie willen hebben, kunnen zij waar nodig doorklikken naar pagina's op de website van Moyee Coffee.

Trigger

Om op de mobiele website te komen, zal ergens een aansporing moeten komen om naar de website te gaan. In dit geval wordt gebruik gemaakt van de term *trigger*. Er is gekozen om een trigger te plaatsen op het schoteltje onder het woord: "*held!*". De trigger is in de vorm van een QR-code, opgeplakt als een doorzichtige sticker in het midden van het schoteltje. Een QR-code is een tweedimensionale barcode die gescand kan worden met de smartphone, om een doorverwijzing toe te staan naar een externe website of app. De trigger wordt zo vormgegeven:



Mobiele website

Zodra de QR-code is gescand, wordt er doorverwezen naar de introductiepagina. In deze paragraaf wordt er pagina voor pagina stilgestaan bij het verloop op de mobiele website. De app is in zowel het Nederlands als in het Engels. De reden hiervoor is dat de espressobars voornamelijk aanwezig zijn in de grote steden waar naast Nederlanders, ook personen wonen die geen Nederlands spreken. Het verloop ziet er als volgt uit:



1. Intropagina

Deze pagina is gemaakt om een bevestiging te verlenen voor degene die meer wil weten over Moyee Coffee en FairChain. Het rondje met de vinger erin, fungeert als een bevestiging om door te gaan naar meer informatie.

2. Keuzemenu

Op deze pagina staat de vraag wat de bezoeker aan het drinken is. In espressobars kunnen twee verschillende soorten koffie geschonken worden. De 100% Limu en de Two to Tango-blend. De persoon die de mobiele app gebruikt, kiest zijn of haar koffie en komt op het informatiescherm van een van deze twee coffies.

3. En/of

4. Koffie informatie

Op dit beeldscherm staat de naam, een afbeelding en informatie van de koffie. Er is gebruik gemaakt van de informatie die de website over de koffie verleent. Als de pagina geopend wordt, verschijnt er onderaan een intensiteitsmeter verdeeld in vier bestanddelen: intensiteit, bitterheid, body en aciditeit. Hoe voller de meter, hoe intenser dit onderdeel is. Intensiteit gaat voornamelijk over de aroma's die van de koffie vandaan komen. De bitterheid weerspiegelt hoe bitter de koffie is. Een koffie kan ook een body hebben. Body is een overkoepelende term om het mondgevoel te beschrijven. Water heeft bijvoorbeeld geen body, maar koffie heeft dat wel. Hoe zwaarder de body, hoe heviger het mondgevoel kan zijn. Als laatste staat er aciditeit. Aciditeit betreft hoe zuur de koffie is. Ethiopische koffie heeft het profiel om voornamelijk zure tonen te hebben.

5. Over Moyee Coffee

Op deze pagina staat kort beschreven wie Moyee Coffee is. Zodra de pagina geopend wordt, komen het logo, de titel van de pagina, de tekst en de button achterelkaar in beeld. Er is bewust gekozen om de tekst te laten passen om een pagina om de essentiële informatie over FairChain te geven. Voor meer informatie, kan geklikt worden op de groene button die doorverwijst naar de website van Moyee Coffee.

6. Over FairChain

Deze pagina heeft als doel om de bezoeker van de mobiele website te informeren over FairChain. Zoals op de pagina *Over Moyee Coffee*, staat alle essentiële informatie over

FairChain op een pagina en kan er worden doorgelinkt naar het Impact Report. Dit rapport staat online op de website van Moyee Coffee en is gratis te downloaden.

Alle slides van de app, zijn op ware grootte te vinden in bijlage 5.

