

KRISTOFFER HØGH ANDERSEN
SVENDEPRØVE PORTFOLIO



Unique
Solution



Unique
Solution



Unique
Solution

TRYKTE PRODUKT



AFSENDER

Selected Comfort B2B salgsafdeling - der skal skabe interesse og salg af deres produkter til andre butikker, fysiske såvel som online webshops.

OPGAVEN

Eksisterende kunder og nye kunder skal kunne tilgå visuelt materiale af deres nyeste kollektioner i form af et trykt magasin. Fremhævet styles bruges til at skabe interesse omkring de nye kollektioner. Der er brugt en blanding af lookbook billeder samt pack-shots til at skabe et visuelt udtryk af de forskellige produkter.

MÅLGRUPPE

B2B kunder med salg af herretøj til aldersgruppen 25-70 år. Magasinet er internationalt konstureret, men i denne version oversat til Dansk, da Selected Comfort sælger både nationalt og internationalt.

KERNEFAGLIGHEDER

Typografi

Grafisk design

STYRKER

Billedemateriale taget i sammenhængende shoots, hvilket giver kunden/beskueren et behageligt og ensartet look. Fonte er letlæselige, men stjæler ikke fokus fra produkterne, som er hovedfokus i magasinet.

SVAGHEDER

Manglende tekst og info omkring produkterne kan gøre, at magasinets tekstindhold kan virke "selvopfundet", dog er der taget aktuelle og rigtige tekster, som er brugt til andet kommercielt materiale.



Encode Sans Condens SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890!"#\$%&'()*=

Encode Sans Condens Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890!"#\$%&'()*=

Times New Roman Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890!"#\$%&'()*=

1. DOKUMENTOPSÆTNING

Det første jeg gør er at indstille dokumentet efter ønskede mål, udtryk, format og dimensioner.

Magasinets mål er 260x210mm, 16 sider med facing pages, således magasinet kan blive hæftet i ryggen. Margin og bleeds er pre-indstillet da jeg skal have billeder, der går ud til magasinet kant.

Document Setup

Intent: Print

Number of Pages: 16

Start Page No: 1

Page Size: [Custom]

Width: 260 mm

Height: 210 mm

Orientation:  

Margins

Top: 20 mm

Bottom: 10 mm

Inside: 10 mm

Outside: 20 mm

Bleed and Slug

	Top	Bottom	Inside	Outside	
Bleed:	3 mm	3 mm	3 mm	3 mm	
Slug:	10 mm	0 mm	0 mm	0 mm	

 Adjust page elements to document changes

Adjust Layout...

☐ Preview

Cancel

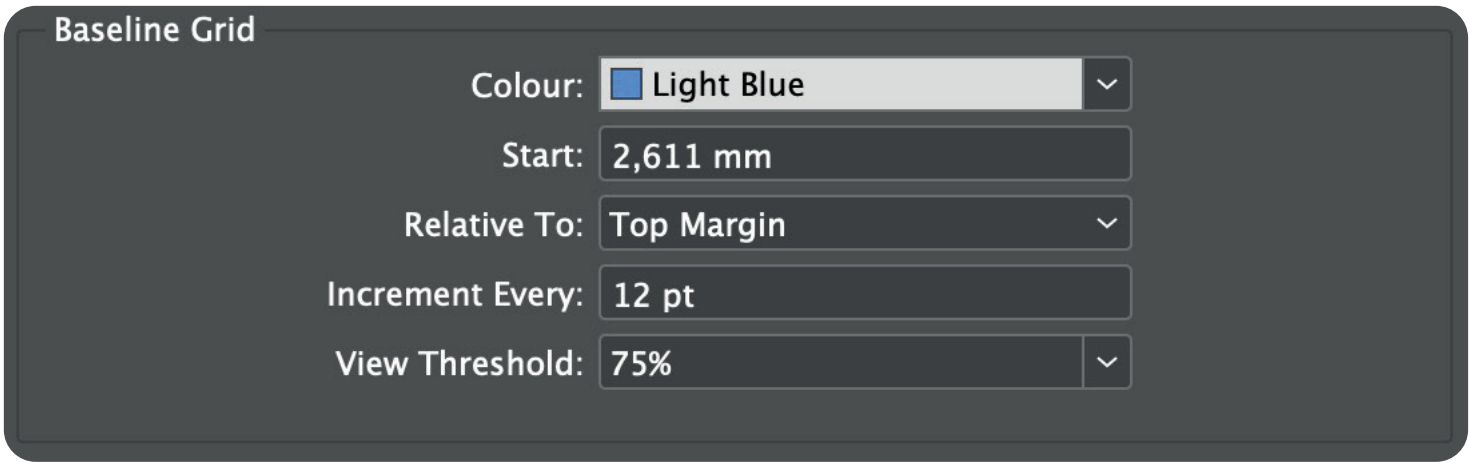
OK

2. BASELINE GRID

Baseline grid er defineret til at starte ud fra højden på min brødtekst, som er 10 pt, og derefter til at gentage sig efter 12 pt, som er linjeafstanden i brødteksten.

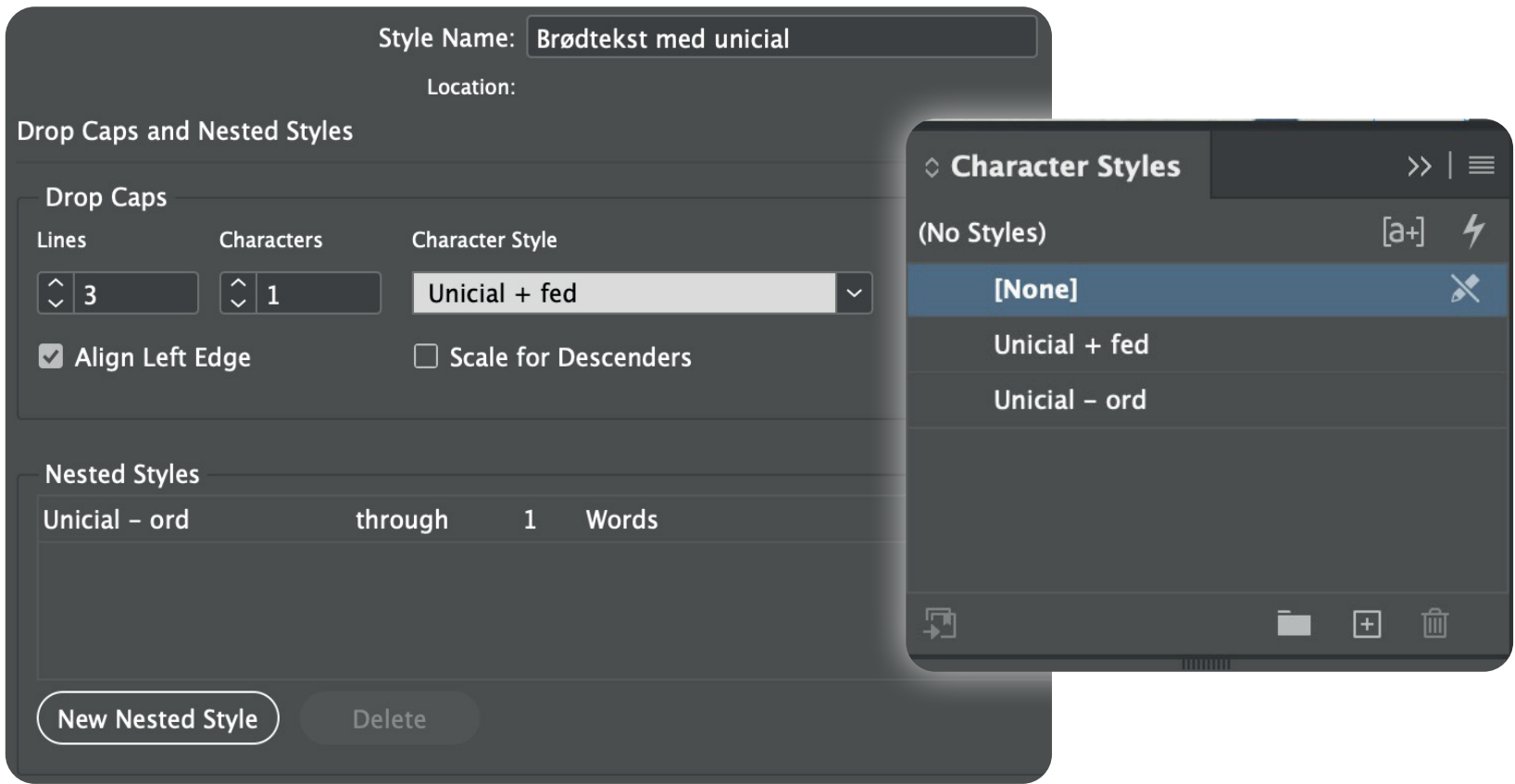
Udregningen er foretaget således:

- Skrev “højde” med brødtekst formatet på min A-master.
- Slog teksten fra at følge mit baseline grid.
- Smed teksten op, således den flugtede med topmargin.
- Trak en hjælpelinje i på bunden af teksten og tog målet 2,611mm.



4. UNICIAL M. CHARACTER STYLE

Unicialer spænder over 3 linjer og et bogstav. De er defineret i character styles, så jeg hurtigt kan lave ændringer til samtlige unicialer, hvis ønsket. Der er givet en nested style med unicial ordet i character style, der definerer det ord der laves unicial i.



3. PARAGRAPH STYLES

Der bruges paragraph styles for at sørge for, at hvert eneste tekstafsnit i magasinet er korrekt opsat og holde orden i magasinets look.

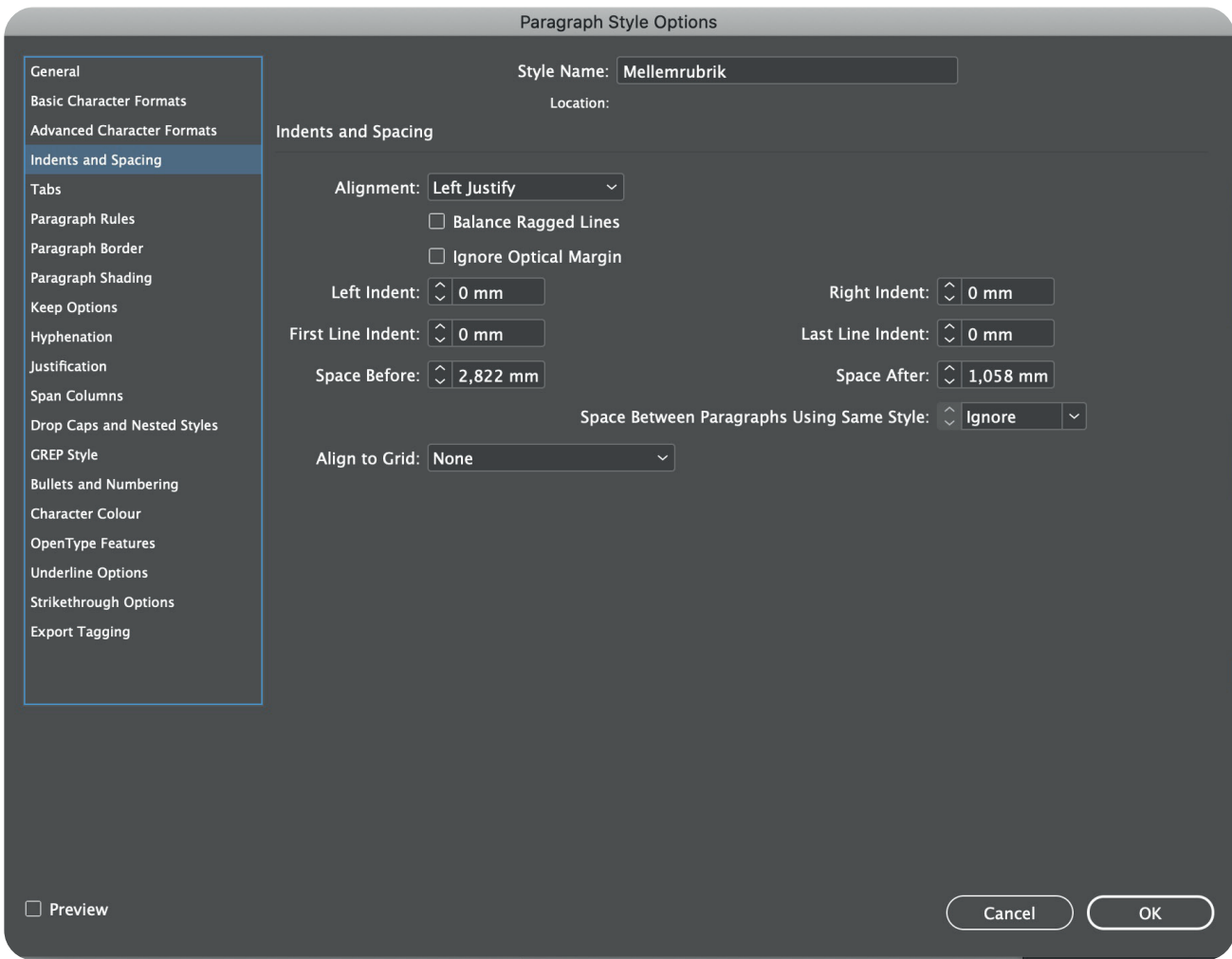
De forskellige paragraph styles er indstillet efter tekstens udtryk, alt efter om det er rubrik, brødtekst m.f. Ligeledes er der brugt Hyphenation og Justification til at sikre en pæn og overskuelig orddeling/tesktombrydning.



Udregning af den korrekt afstand før og efter en mellemrubrik ser således ud:

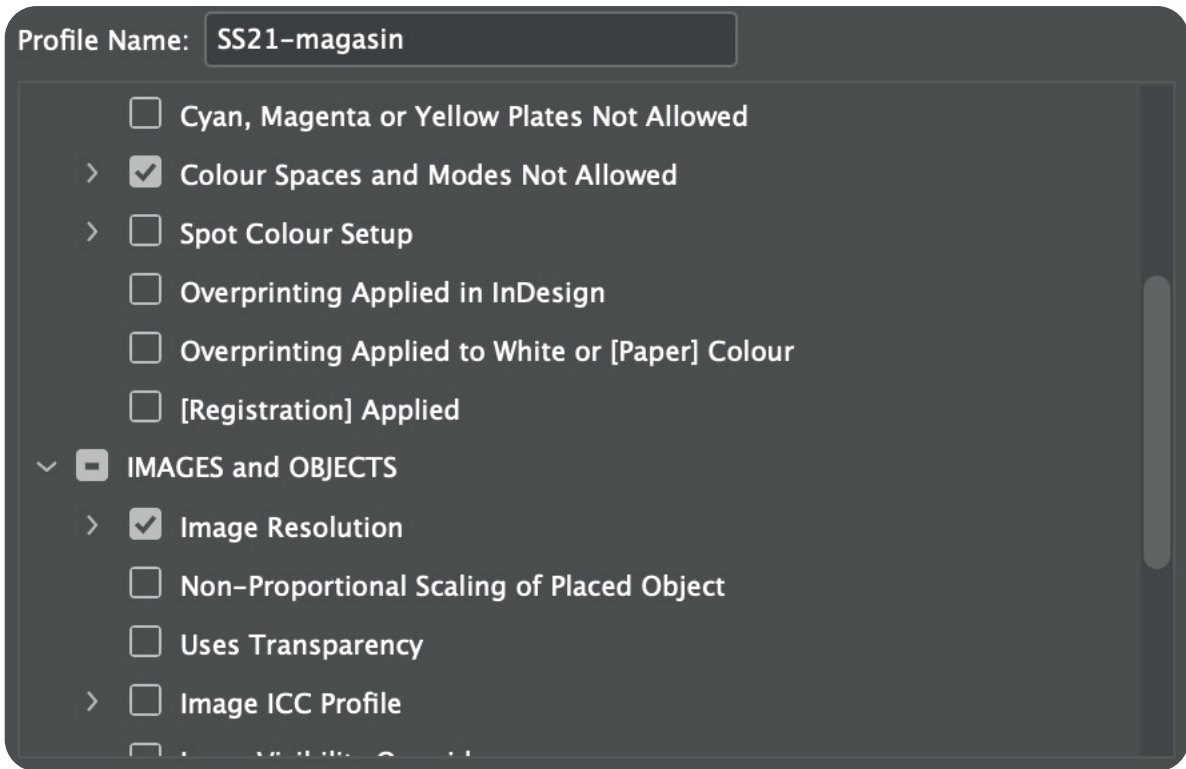
2 x 12 pt (brødtekstens skydning)	=	24 pt
1 x 13 pt (mellemrubrikkens skydning)	=	13 pt
24 pt-13 pt (luft tilovers)	=	11 pt

Fordelt luft over & under	8/3 pt
---------------------------	--------



5. PREFLIGHT PROFIL

Med min preflight profil sikrer jeg, at der ikke er billeder med for lav dpi, forkerte farver, manglende fonte og links, tomme sider m.m.



1. MOODBOARD

Der blev udarbejdet et moodboard ud fra branding, fokusområder og tøjets design - dertil vigtige stikord ift. opgavens feel.

Cool	Beton	Simpelt
Maskulint	Tøjets farver	Sommer
Råt	Urban	Funktionalitet



2. SKRIFTTYPER

Encode Sans Condensed understøtter magasinets kvalitets udtryk med de smalle, tynde og høje bogstaver, som forbindes med luksus og high end. Det er samtidig en læsevenlig font, selv i teksttunge produkter.

Times New Roman bryder den teksttunge del af magasinet med de små fine former og den store størrelse, hvilket går ind og giver et visuelt hieraki, som gør den egnet som rubrik font.

Times New Roman
Italic

Comfort Pants v.4.0

Markedets mest behagelige bukser der får dig helt op at flyve - der er kommet mere stretch i, opgraderede materialer som samtidig er produceret 50% mere bæredygtigt - mærk selv forskellen!

Vores Comfort Pants v.4.0 er bukser, der er utroligt behagelige og rare at have på, men som samtidigt har et pænt og stilfuldt udtryk. Comfort Pants er den perfekte kombination mellem stil og komfort. Bukserne indeholder hele 4% elastan, som gør dem helt exceptionelt strækbare. En kombination af viskose og polyester giver både det flotte stilfulde look samt en super rar og behagelig fornemmelse, når du har dem på.

Men hvad Comfort Pants egentligt?

Kært barn har mange navne: Comfort Pants, Performance Pants, Perfect Pants osv. er alle bukser, som helt basalt kan koges ned til at være pæne bukser med en unik blanding af stil og komfort.

Mere end 70.000 af vores kunder har allerede købt vores Comfort Pants, og det revolutionerende koncept er kommet for at blive. Prøv markedets mest behagelige bukser, du vil helt sikkert ikke fortryde det!

Hvorfor skal jeg vælge Comfort Pants fra Selected Comfort?

Der findes mange forskellige Comfort Pants på markedet, men med vores v.4.0 model får du uden tvivl de bedste ift. pris og kvalitet. Vi har måske Danmarks største udvalg af Comfort Pants, og derfor finder du flere farver og varianter, end du gør hos mange andre brands. F.eks. har vi som nogle af de eneste, de nålestribede - en i forvejen super populær model.

Med Comfort Pants slipper du for at tage valget mellem joggingbukser og stilfulde bukser. Du kan nemlig med ro i sindet tage på arbejde, i byen eller bare smide dig på sofaen med et par Comfort Pants. Det stretchede materiale sikrer dig høj komfort i alle anledninger.

Når du vælger dine Comfort Pants fra Selected Comfort skal du typisk gå efter samme buksestørrelse, som du plejer at bruge.

Encode Sans Condensed
Light - SemiBold

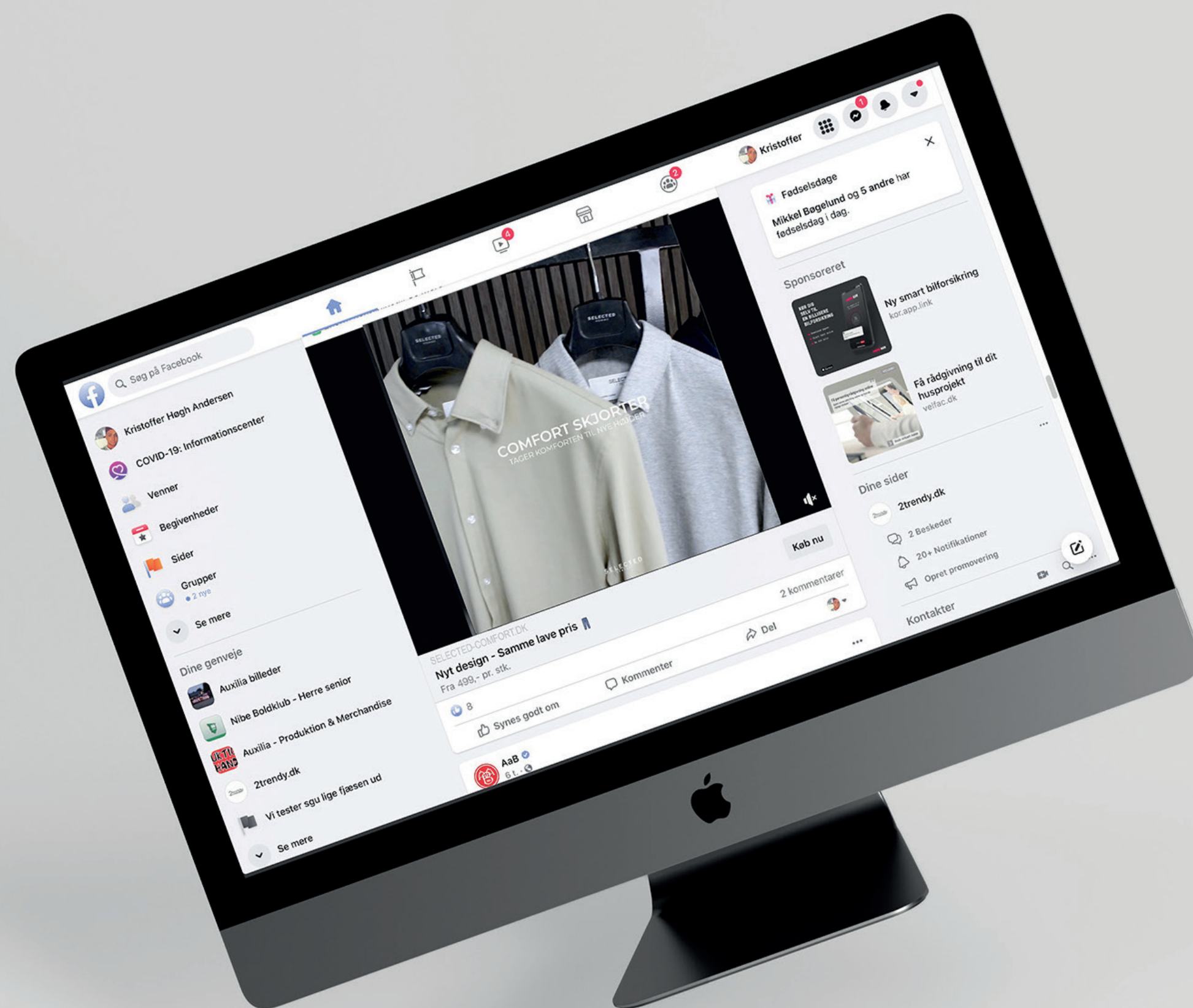
3. FARVER

De grafiske elementer holdes i neutrale "flade" farver for at understøtte de farverige produkter og billeder, der sættes i fokus.

Billedematerialet er valgt med varme og friske farver for at give kunden følelsen af forår og sommer.



DIGITALT PRODUKT



AFSENDER

Selected Comfort Facebook side - skal skabe salg af Comfort Skjorterne til den almene kunde, der segmenterer sin annonce til målgruppen.

OPGAVEN

Der skal ekstra fokus på Comfort Skjorterne fra den nye SS 21 kollektion, derfor en Facebook annonce som kan skabe et stort reach. Videoen skal have produktet som primær fokusområde, derfor flere forskellige klips, hvor skjorten vises i forskellige farver, udstrækninger, og bevægesler.

MÅLGRUPPE

Mænd i aldersgruppen 25-70 år. Video er konstrueret internationalt, men denne version er oversat til dansk, da Selected sælger deres produkter til både nationale og internationale kunder.

KERNEFAGLIGHEDER

Grafik & Billedbehandling
Grafisk produktionsforståelse

STYRKER

Gode perspektiver giver et godt og stærkt billede af skjorterne - lyden forstærker appelleringen til målgruppen. Facebook er et af de stærkeste medier til at nå ud til den segmenterede målgruppe.

SVAGHEDER

Færre rystelser kunne undgås ved brug af en gimbal, men da dette ikke var til rådighed, var det nødvendigt at formindske rystelserne på klippene med en warp stabilizer effekt under redigeringen.

1. VIDEOENS UDGANGSPUNKT

- PERSPEKTIVER

Kameraet er placeret i samme højde som motivet for at komme i øjenhøjde med personen. Der er også brugt frøperspektiv.

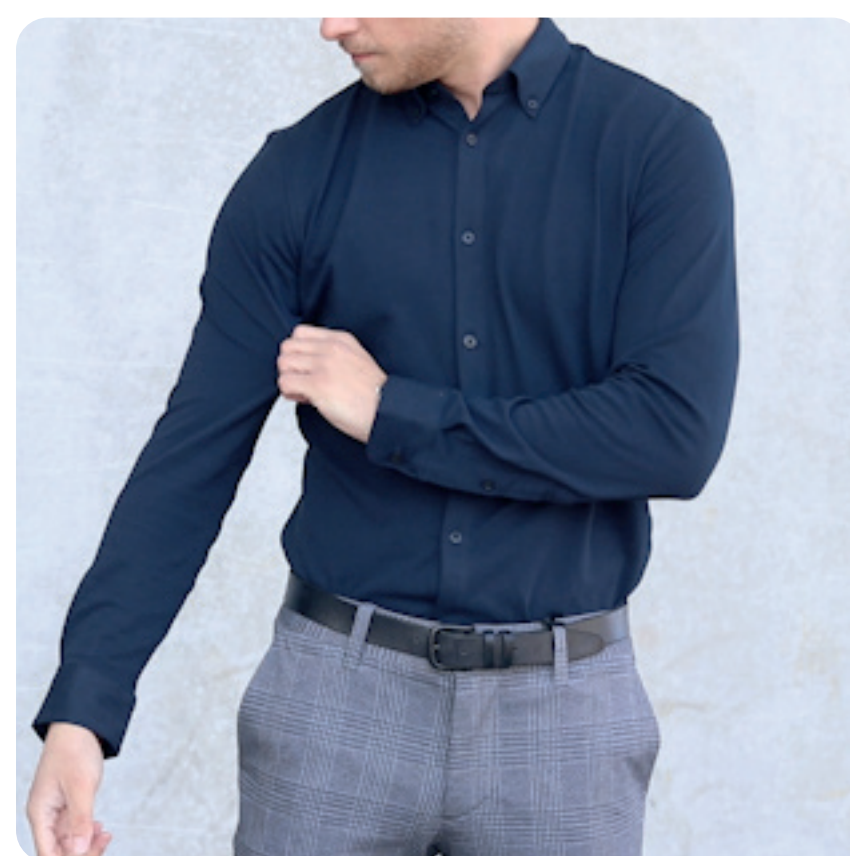
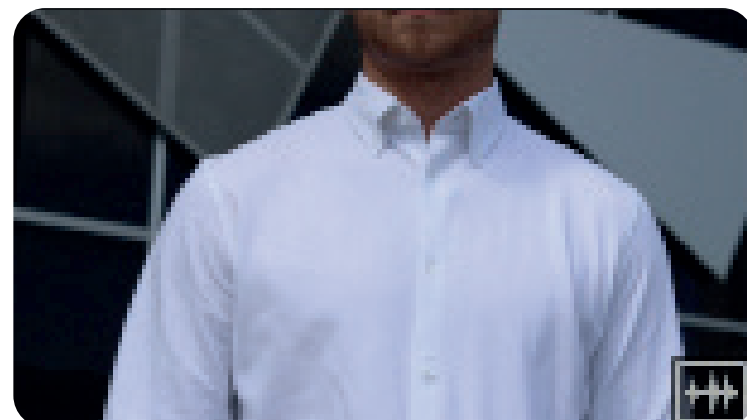
Der veksles mellem ultranær & halvtotale. Beskæring er god til at holde fokus på selve skjorten.

- TRANSITIONS

Der klippes til musikkens takter, hvilket fungerer som en hård transition mellem klippene.

- HASTIGHEDER

Det hele er optaget i 50fps istedet for 24fps. Dette gør det muligt at skabe flydende slowmotion i redigeringsprocessen.



2. FARVEKORRIGERING

Hvert klip justeres til med Lumetri coloring for at skabe den rigtige kontrast, lysstyrke, farvebalance m.m.

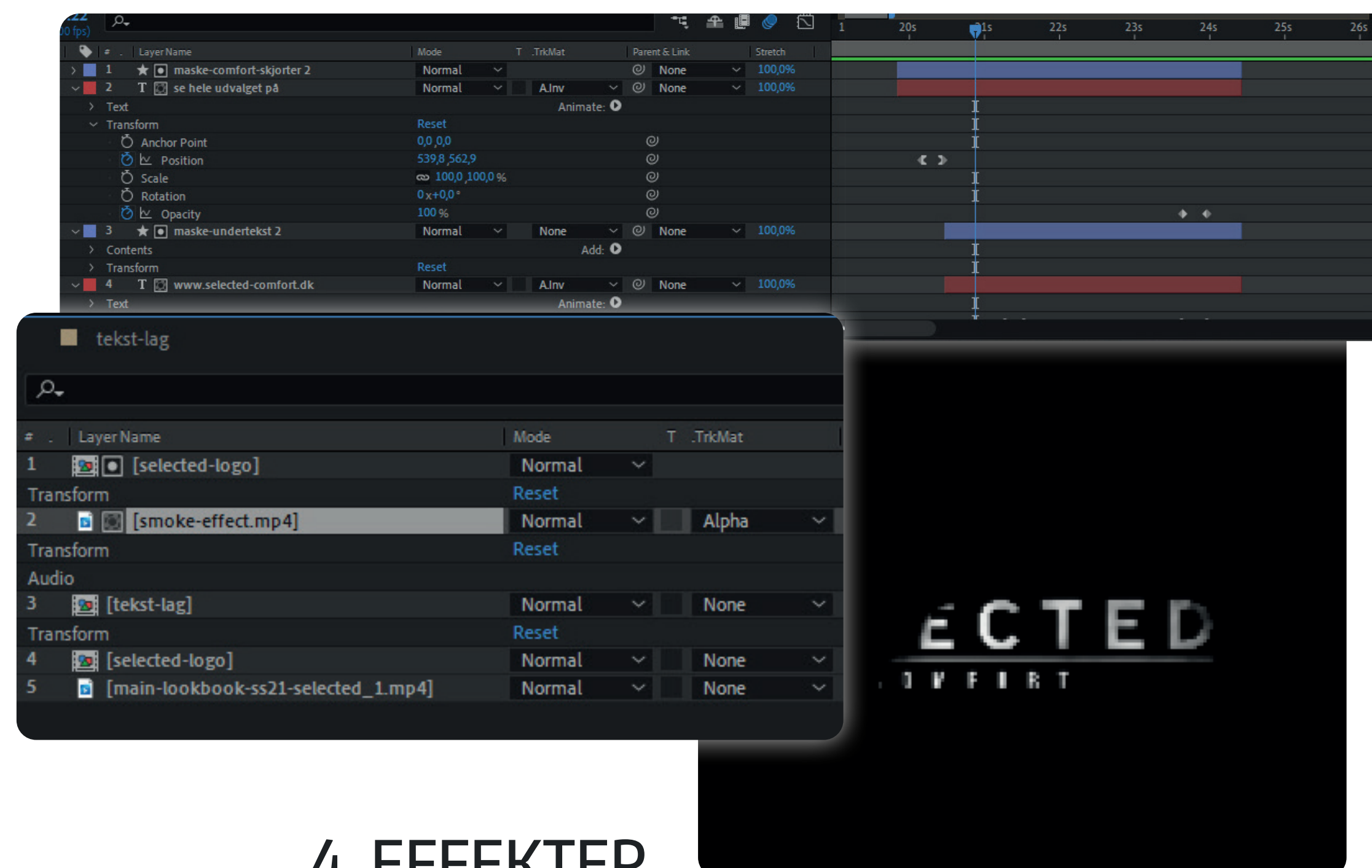
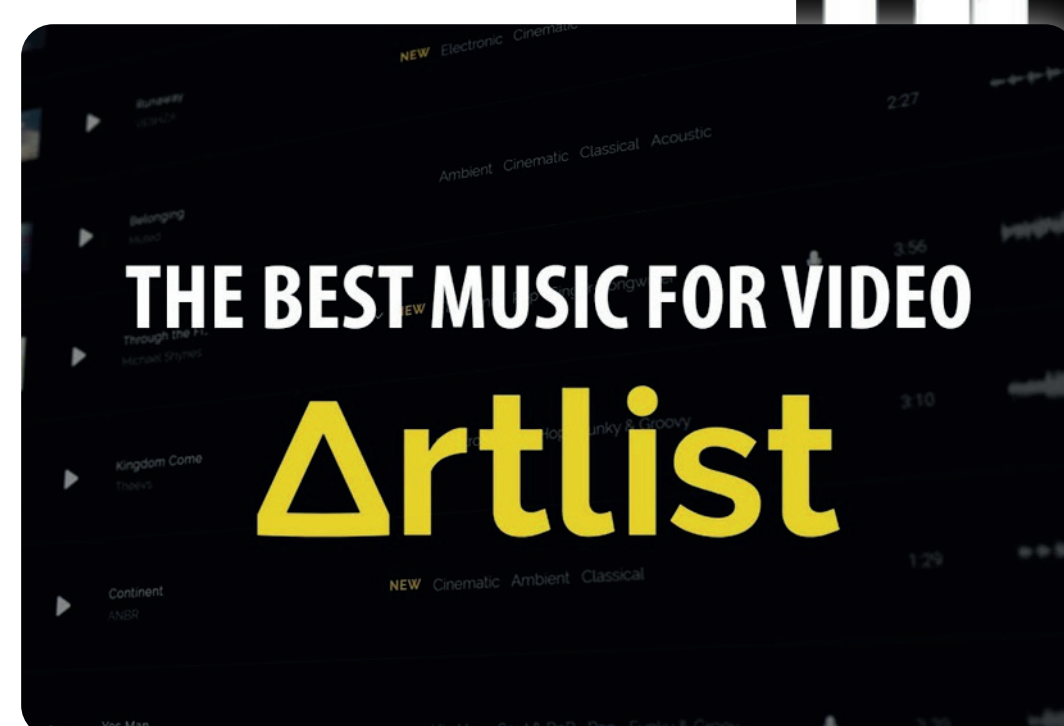
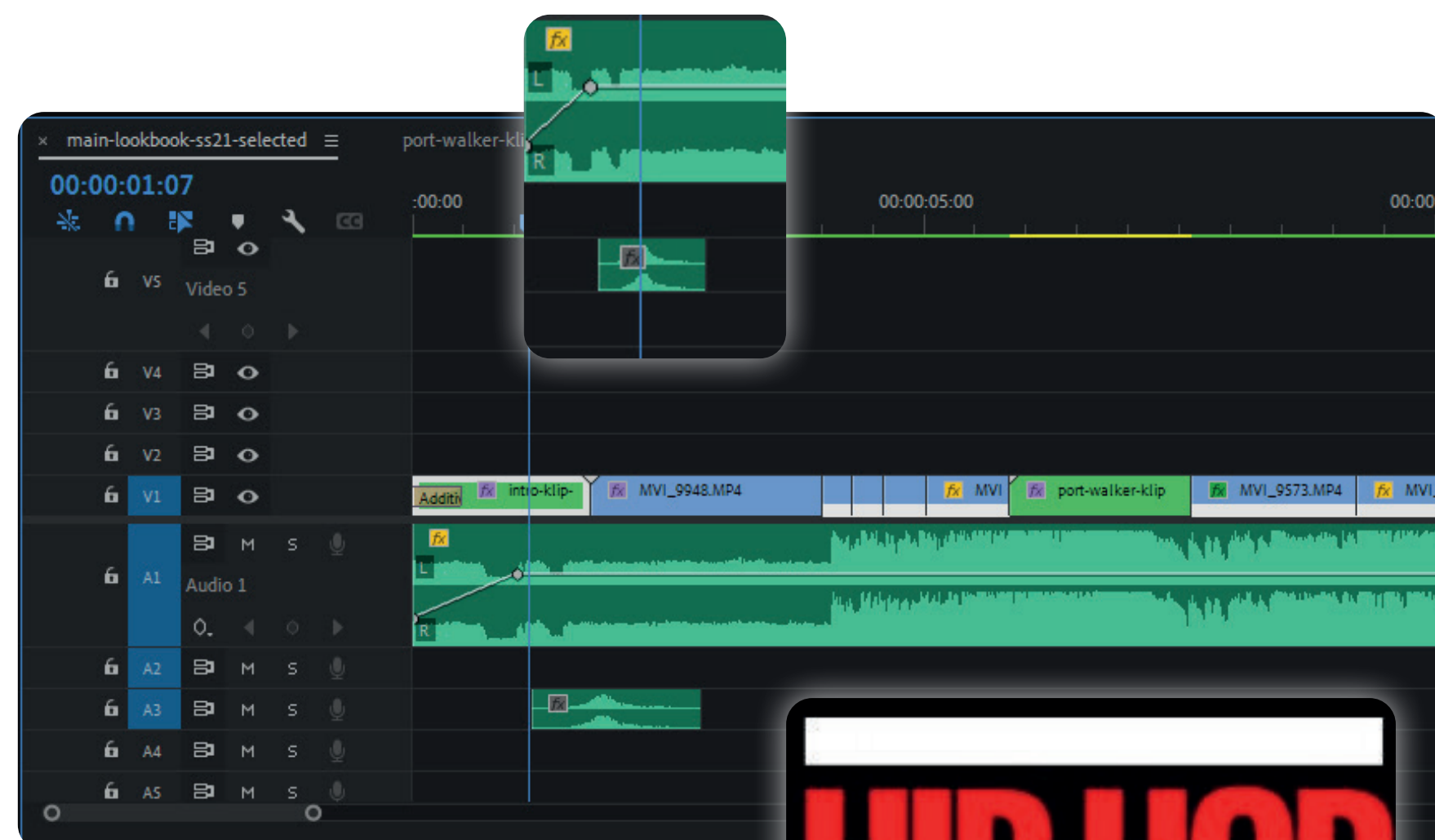
Derefter tilpasses alle klip med colormatch, så de rammer en nogenlunde ens whitebalance.



3. LYD

Videon skal vise skjorterne som værende “cool” og “maskuline”. Her understøtter rap genren formålet. Der er brugt asynkron musik som passede i den genre.

“Swoosh” lydeffekter benyttes i de første to klip, hvilket fungerer som en transition mellem klippene. Uden effektyden virker overgangen ikke flydende.

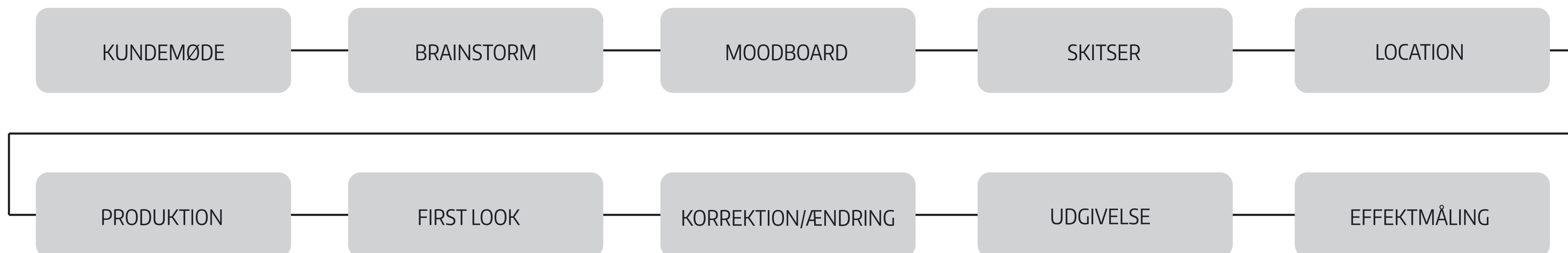


4. EFFEKTER

Teksteffekter er skabt med transform-keyframes, der passer i takt med lyd, som giver en form for transition. De er lige så lavet i en separat komposition, således skabes der overblik i MAIN kompositionen.

Logo effekt er skabt med et røg klip, som er alpha matte til logo kompositionen.

1. PROCESS FRA START TIL SLUT



2. KOMPOSITION

Alt videomateriale optages med primært fokus på produktet & modellen. Produktet skal være synligt for kunden og give mulighed for at se, hvor godt tøjet fitted. Derfor fokus på selve modellen. Billederne er komponeret til objektet, dvs. model & skjorten ofte er i forgrunden. Så er kunden altid bevidst om, hvad der skal fokuseres på.

Det er optaget i rolige omgivelser med grålige neutrale farver, så baggrunden ikke stjæler opmærksomhed. Der er taget forbehold for FB annonce formatet 1080x1080, som produktet skal eksporteres til. Optagelserne er taget i 50 fps, så der kan bruges flydende slowmotion på samtlige klips.

3. Udstyr + Redigeringsprogrammer

Kameraudstyr

-

Canon D80

Klip/lyd & farve redigering

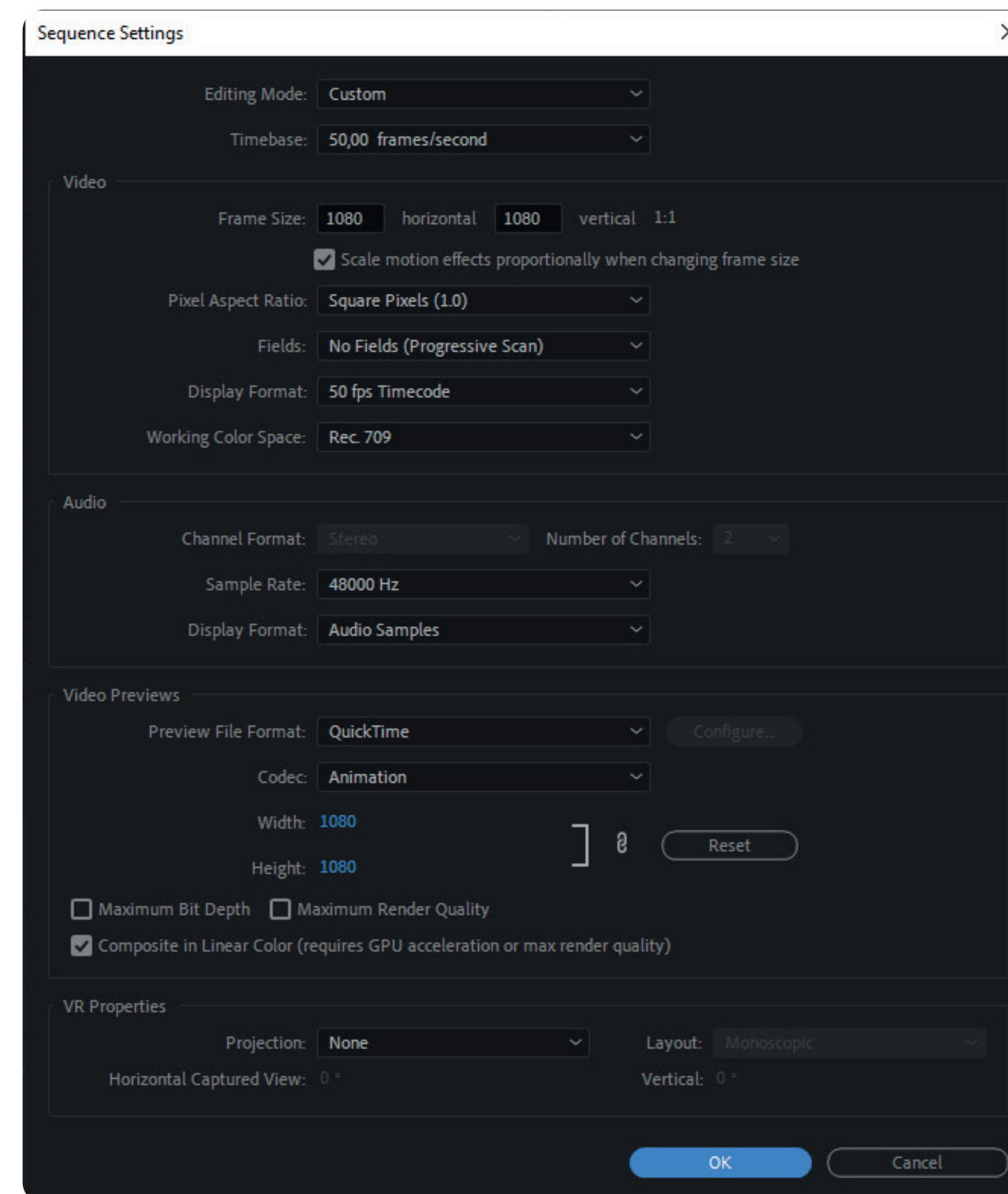
-

Adobe Premiere Pro 2021

Effekter & tekster

-

Adobe After Effects 2021



4. PRODUKTION

Gennemgang af selve produktionen af vidoen:

- Model & fotograf mødes på location efter aftale
- Optagelser af forskellige sekvenser og perspektiver tages
- Grov sortering af brugbare RAW filer - importering af videomateriale samt lyd i Premiere Pro
- Klipning, farvekorrigering og lyd sammensættes
- Eksportering til .mp4 FHD - importering til After Effects
- Effekter, tekster, animerede overgange, logo integreres
- Ekspotering af fuldent produkt via Media Encoder



5. VIDEO LAUNCH

Når produktet er godkendt, er det klar til udgivelse på kanaler:

- Facebook annonce + organisk
- Instagram annonce + organisk

6. EFFEKT MÅLING

Effektmåling udføres via Facebook annonceværktøjer og google analytics giver ret nøjagtige data på annoncens virken.

Dit opslags effektivitet

19338 Næde personer

1 Synes godt om, kommentarer og
6 delinger

940 Klik på opslag

324	224	392
Klik for at afspille	Klik på link	Andre klik

NEGATIV FEEDBACK

0 Skjul alle opslag

0 Skjul opslag

0 Anmeld som spam

0 Fjern Synes godt om for side

1 Synes godt om, kommentarer og
6 delinger

DISTRIBUTIO
N AF
BRANDET
INDHOLD

Vis udspecificeringen

19338	2335	17311
Samlet rækkevidde	Organisk rækkevidde	Betalt rækkevidde

Anskaffelse			Adfærd			Konverteringer		
						E-handel		
Brugere	Nye brugere	Sessioner	Afvisningsprocent	Sider pr. session	Gns. sessionsvarighed	Konverteringsrate for e-handel	Transaktioner	Omsætning
2.011 % af total: 11,42 % (17.608)	1.385 % af total: 9,58 % (14.457)	2.341 % af total: 10,08 % (23.235)	56,51 % Gns. for visning: 56,40 % (0,21 %)	3,89 Gns. for visning: 3,96 (-1,74 %)	00:01:25 Gns. for visning: 00:01:57 (-27,30 %)	0,51 % Gns. for visning: 2,07 % (-75,19 %)	12 % af total: 2,50 % (480)	6.131,81 kr. % af total: 1,95 % (314.787,49 kr.)
1.629 (80,52 %)	1.251 (90,32 %)	1.781 (76,08 %)	56,43 %	4,01	00:01:23	0,34 %	6 (50,00 %)	3.477,25 kr. (56,71 %)
340 (16,81 %)	90 (6,50 %)	505 (21,57 %)	53,86 %	3,72	00:01:42	1,19 %	6 (50,00 %)	2.654,56 kr. (43,29 %)
54 (2,67 %)	44 (3,18 %)	55 (2,35 %)	83,64 %	1,56	00:00:09	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 kr. (0,00 %)