

BRANDING BLUEPRINT

Logo, typografie, kleurenpalet & business card

ONTSTAAN BLUEPRINT

De founder van BluePrint is 26 jaar oud. Op de leeftijd van 18 jaar merkte Ilze al dat ze niet voor altijd voor een baas wilde werken. In de afgelopen 8 jaar heeft ze veel verdienmodellen geprobeerd. Denk aan e-commerce, dropshipping, YouTube automation, etc. Ilze merkte dat dit allemaal niet bij haar paste en het kostte uiteindelijk meer dan dat het haar iets opleverden. Het gaf meer stress en niet meer vrijheid. Op dat moment had ze besloten zich uit te schrijven bij de kvk en ging ze weer in loondienst werken. Haar baan was in de jeugdzorg, ze werkte met probleemjongeren. Hier haalde ze vooralsnog niet genoeg voldoening uit, dus besloot ze verder te kijken.

Toen kwam Ilze appointment setting tegen, maar ze wilde niet opnieuw geld investeren. Ze heeft toen de keuze gemaakt zelf onderzoek te doen en heeft met veel mensen een call gehad voor meer informatie. In haar achterhoofd hield ze de quote van Pippi Langkous: "Ik heb het nog nooit gedaan, dus ik denk dat ik het wel kan" vast. Na een tijdje vond ze haar eerste opdrachtgever, dit was een mannelijke fitness coach. Dit was voor haar helaas niet de juiste match, dus is ze daarna bij iemand anders terecht gekomen waar ze tot de dag van vandaag nog steeds een samenwerking mee heeft. Hierdoor werd ze gelukkiger en kreeg ze wel de vrijheid die ze wilde bereiken.

Ilze had daarna besloten dat ze anderen hetzelfde gunt en wilt helpen. Dat is de reden waarom ze een mini cursus heeft ontworpen en doorgaande tijd heen heeft ze dit steeds opnieuw verbeterd. Ze vond het super leuk, maar wilde niet hetzelfde aanbod geven als andere cursusverkopers. Ze behoudt de prijs laag, zodat het laagdrempelig is en haalbaar is voor iedereen. Haar streef is om zoveel mogelijk mensen te helpen hun droomleven te bereiken. Ze heeft hierbij met name de focus op mensen die werken in de zorg, omdat ze zelf ervaring heeft over hoe stressvol en zwaar het werk is in de zorg. Voor haar is het belangrijk dat ze samen groeit met degene waarmee ze samenwerkt. De naam BluePrint komt voort uit het feit dat de cursus een groot bestand is waar haar klanten van gaan leren en niet bijvoorbeeld vanuit video's.

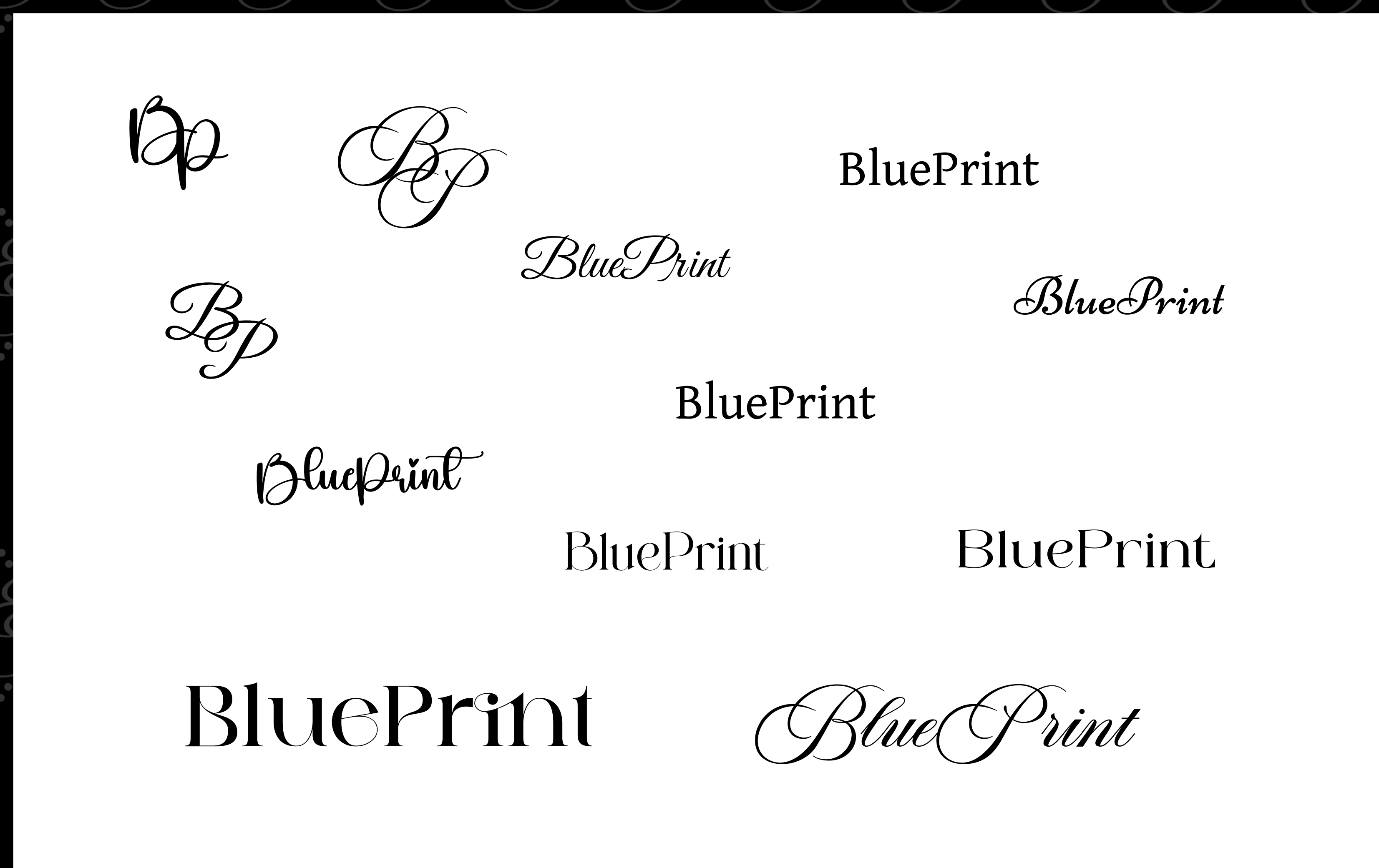
TONE OF VOICE BLUEPRINT

Kernwaarden:
toegankelijkheid, duidelijkheid, vrijheid

Missie:
BluePrint helpt op een laagdrempelige en betaalbare manier naar meer vrijheid en voldoening door hen via een praktische cursus te leren starten met appointment setting.

Visie:
BluePrint streeft ernaar dat zoveel mogelijk mensen hun droomleven kunnen bereiken door samen te groeien, financiële vrijheid te creëren en werk te doen dat echt bij hen past.

ITERATIE PROCES



PRODUCT

Mijn keuzes in design:
Ik wilde vanuit de informatie ik gekregen heb een passend design maken. Ik haalde uit de informatie dat het duidelijk moet zijn en simpel. Ik vond chique, maar speels hierbij goed passen, omdat ik dit zowel duidelijk als simpel vind. Als ik denk aan chique, denk ik aan rijke kleuren zoals bordeaux of pastel. Vandaar dat ik de keuze heb gemaakt om licht beige, donker bruin en bordeaux te gebruiken.

