

Project X



KWMARKT

*2025
Media S2*

Okan Uzer

Coach : Evelien

Table of Contents

Subject	3
Projectoverzicht	3
Huidige situatie analyse	3
Doelgroep	4
Defining Your Learning Outcomes	4
LO1: Interactive Media.....	4
LO2: Development	4
LO3: Design	4
LO4: Professional Standard	4
LO5: Personal Leadership	4
Onderzoeksstrategie en -methoden (DOT Framework)	5
Methoden:	5
Library research	5
Field research	5
Workshop	5
Showroom.....	5
Feedbackmomenten:	5
Deliverables:	6
Prototype (Visual Presentation).....	6
Figma-prototype website.....	6
Bol.com storefront	6

Rebranding KWmarkt

Subject

Het project richt zich op het herbranden van KWmarkt, een e-commerce website gespecialiseerd in elektronische producten, met focus op hun smart ring product. Het doel is om van een basic Shopify-setup te evolueren naar een premium merk dat concurreert met marktleiders zoals Oura.

De reden dat ik voor KWmarkt heb gekozen, is omdat mijn vriend Ahmad Alhasoun recentelijk zijn eigen webshop heeft gelanceerd en geregistreerd bij de KvK. Voordat hij op grote schaal gaat verkopen, wil hij zijn merkidentiteit en online aanwezigheid zorgvuldig en professioneel vormgeven.

Gezien de beperkte tijd voor dit project, kies ik ervoor om mij uitsluitend te richten op het ontwerpen van een professioneel logo en het selecteren van passende typografie. Hiermee zorg ik ervoor dat de visuele basis van het merk duidelijk en sterk staat zonder verdere uitgebreide branding-elementen zoals kleurpaletten, fotografie en

Projectoverzicht

KWmarkt is momenteel een simpele webshop die zich richt op elektronische producten, waarbij hun hoofdproduct een smart ring(momenteel maar 1 product). De huidige branding is gehaast opgezet en niet professioneel genoeg voor de geplande uitbreiding naar Bol.com en andere grote platforms.

Huidige situatie analyse

- Website: kwmarkt.nl (Shopify platform)
- Product : Kwmarkt® Smart Ring
- Distributie: Uitbreiding naar Bol.com gepland
- Branding: Gehaast logo, geen consistente merkidentiteit

Doelgroep

nog nader te valideren door middel van interview

Primair:

Nederlandse consumenten (25-45 jaar) die geïnteresseerd zijn in health tech maar niet bereid zijn €349 te betalen voor een Oura Ring (concurrent)

Secundair:

Tech early adopters die budget-vriendelijke alternatieven zoeken

Defining Your Learning Outcomes

LO1: Interactive Media

- Realiseren van interactieve prototypes (Figma) van website en Bol.com storefront.
- Testen van ontwerpen met gebruikers en stakeholders.

LO2: Development

- toepassen van front-end programmeertalen (HTML, CSS, JavaScript).
- Documenteren van code in versiebeheeromgeving GIT

LO3: Design

- Iteratief ontwerpen van logo en typografie.
- Gebruik van professionele ontwerptools zoals Adobe Illustrator en Figma.

LO4: Professional Standard

- Organisatie van projectactiviteiten volgens planning.
- Effectieve communicatie met stakeholders (Ahmad Alhasoun, docenten).
- Uitvoeren van onderzoeken (DOT) en rapporteren volgens professionele standaarden.

LO5: Personal Leadership

- Proactief vragen en reflecteren op feedback van docenten en stakeholders.
- Identificeren en toepassen van persoonlijke kernwaarden in professionele groei en leerproces.

Onderzoeksstrategie en -methoden (DOT Framework)

Hoofdonderzoeksvraag:

Hoe kan KWmarkt door middel van een aantrekkelijk en professioneel logo en een gebruiksvriendelijke website aantrekkelijker worden gemaakt voor de doelgroep?

Deelvragen:

Hoe ervaren gebruikers de huidige merkidentiteit van KWmarkt?

Welke kenmerken hebben succesvolle concurrenten (Oura, Samsung Galaxy Ring, RingConn)?

Hoe kan KWmarkt zich onderscheiden van concurrenten door middel van logo en typografie?

Methoden:

Library research: Concurrentieanalyse uitvoeren via deskresearch.

Field research: Interviews met Ahmad (oprichter KWmarkt).

Workshop: Iteratief ontwikkelen van logo ontwerp.

Showroom: Gebruikersfeedback verzamelen en verwerken tijdens presentatiesessies met Evelien, Bram, Frank en Ancke.

Feedbackmomenten:

- Feedback op projectplan en algemeen project bij mijn coach Evelien.
- Feedback op logo en websitedesign bij Bram op dinsdagen.
- Feedback op website en coderen mogelijk bij Frank op woensdagen.
- Testing en onderzoek bij Evelien op maandagen en donderdagen.
- Mogelijk aanvullende feedback bij Ancke op vrijdagen.

Deliverables:

Prototype (Visual Presentation)

Figma-prototype website

Bol.com storefront

- **Research**
 - Concurrentieanalyse
 - Transcripties interviews
- **Branding**
 - Definitief logo ontwerp
 - Typografiekeuze

Planning

Fase 1: Research & Strategy (Week 1-2)

- **Week 1 (3-7 juni):**
 - Concurrentieanalyse (Oura, Samsung Galaxy Ring, RingConn, etc.)
 - Logodesign begin
 - Interview voorbereiding en uitvoering met cliënt
- **Week 2 (10-14 juni):**
 - Brand strategy document opstellen
 - Bol.com storefront design
 - Wireframes
 - Website begin

Deliverables Fase 1:

- Concurrentieanalyse
- Transcripties interviews

Fase 2: Creative Development & Design (Week 3)

- **Week 3 (17-21 juni - DEADLINE WEEK):**
 - Logo concept af (3-5 variaties)
 - Kleurpalet en typografie vastleggen
 - Website af

Deliverables Fase 2:

- Definitief logo ontwerp
- Typografiekeuze
- Figma-prototype website
- Bol.com storefront

