

See **[MOORE.]**

**BRAND BOOK 2023**

# Brand Book.

2

## Al uw informatie in een boek.

Een brand manual, ook wel bekend als een merkhandleiding, is een document dat richtlijnen en instructies bevat voor het consistente gebruik van de visuele identiteit en merkelementen van een bedrijf, organisatie of merk. Het fungeert als een referentiegedis voor het logo, kleuren, typografie, grafische elementen en andere visuele aspecten van het merk. Het doel van

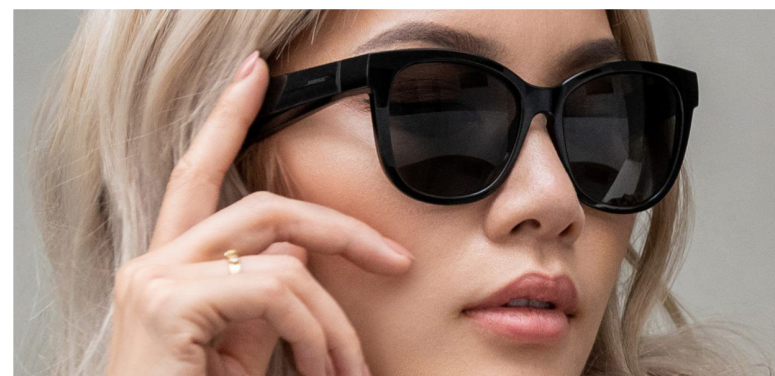
een brand manual is om ervoor te zorgen dat het merk consistent en herkenbaar wordt gepresenteerd in alle communicatie-uitingen, zowel intern als extern. Het volgen van een brand manual helpt bij het opbouwen van een sterke visuele identiteit en vergroot de merkherkenning en geloofwaardigheid bij het publiek.

## Inhoud.

<b>Brand story</b>	<b>1</b>	Hoe het allemaal begonnen is.
<b>Visie</b>	<b>2</b>	Wat willen we nu echt bereiken.
<b>Merkbelofte</b>	<b>3</b>	Dit is onze belofte. We stellen alles in het werk om deze belofte waar te maken.
<b>Kernwaarden</b>	<b>4</b>	Hoe wij zijn.
<b>Brand identiteit</b>	<b>5</b>	Wat mensen zouden zeggen over SeeMORE.
<b>Verbale identiteit</b>	<b>6</b>	Hoe we spreken naar de klant toe.
<b>Visuele identiteit</b>	<b>7</b>	Hoe we ons willen laten zien.
<b>Typografie</b>	<b>8</b>	Aan welke lettertypers moet je je houden.
<b>Fotografie</b>	<b>9</b>	Hoe willen de de foto's zien of sociale media.
<b>Logo &amp; elementen</b>	<b>10</b>	The Do's & Dont's.
<b>Moodboard</b>	<b>11</b>	Met de kernwaarden.
<b>Themakaart</b>	<b>12</b>	Welke thema zal het hebben.
<b>Vormen en patroon</b>	<b>13</b>	Het patroon voor op de meegeleverde producten.
<b>Materiaal Flatlay</b>	<b>14</b>	De materialen voor in de winkel.
<b>Stijlkaart</b>	<b>15</b>	Communicatiedesign, ruimtelijk design & productdesign.

3

# Brand Story.

The SeeMORE logo is displayed on a dark, textured building facade. The word 'See' is in a smaller font, and 'MORE' is in a larger, bold font, with a stylized 'M' that has a square cutout in the center. The logo is white and stands out against the dark background.

SeeMore is ontstaan uit een diepgewortelde passie om mode en technologie met elkaar te verbinden. Een team van visionairen en pioniers bundelde hun krachten om een merk te creëren dat de grenzen van wat mogelijk is wilde verleggen. Gedreven door de overtuiging dat brillen niet alleen functioneel moeten zijn, maar ook een statement kunnen maken, begon SeeMORE aan een opwindende reis.

Met een scherp oog voor design en een diepgaand begrip van de behoeften van moderne individuen, heeft SeeMORE slimme brillen ontwikkeld die een revolutie teweegbrengen in de manier waarop mensen hun wereld ervaren. Het merk streeft naar perfectie, waarbij elk detail zorgvuldig wordt overwogen en geoptimaliseerd om de hoogste kwaliteit en esthetiek te leveren.

SeeMORE belichaamt een levensstijl van avontuur en ontdekking. Het merk nodigt mensen uit om nieuwe horizons te verkennen en grenzeloze mogelijkheden te omarmen. Of het nu gaat om het verkennen van onbekende steden, het ontdekken van nieuwe technologieën of het aangaan van uitdagende situaties, SeeMORE is er om de gebruikers te begeleiden en te ondersteunen.

SeeMore draait om passie, innovatie en de voortdurende zoektocht naar vooruitgang. Het merk is vastbesloten om de normen te verleggen en mensen te inspireren om hun potentieel te realiseren. Met elke nieuwe collectie en baanbrekende technologie streven ze ernaar om de wereld te verrassen en een blijvende indruk achter te laten.

SeeMore: than ever before.

# Visie.

Waar we naar toe gaan.

Hoe we daar komen.

## Waarom we doen wat we doen.

### Wat we geloven

SeeMORE gelooft in de kracht van verbinding. Dat technologie en mode niet los van elkaar moeten staan, maar samen kunnen komen om de gebruikers een unieke ervaring te bieden. Het merk gelooft dat slimme brillen de potentie heeft om mensen te verbinden met hun omgeving, met elkaar en met nieuwe mogelijkheden.

### Wat ons drijft

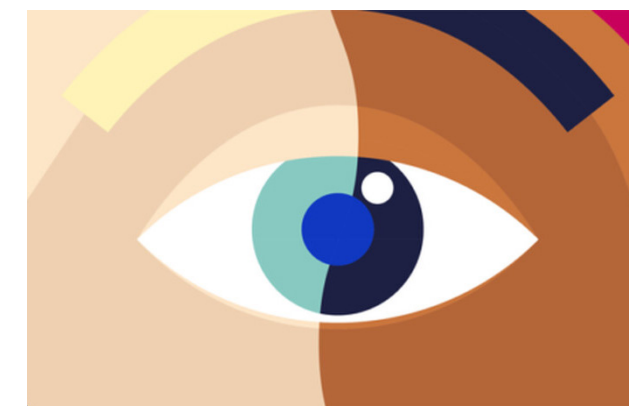
Het merk SeeMORE wordt gedreven door innovatie en het verlangen om grenzen te verleggen. Ze zijn vastbesloten om de norm uit te dagen en de manier waarop mensen brillen dragen en interactie hebben met technologie te transformeren. SeeMORE wil voorop lopen in de ontwikkeling van slimme brillen.

### Waarom we doen wat we doen

SeeMore doet wat ze doen omdat ze geloven in de kracht van technologie om levens te verrijken en nieuwe mogelijkheden te creëren. Ze zijn gepassioneerd door de synergie tussen mode en technologie en willen deze twee werelden samenbrengen in slimme brillen die zowel functioneel als stijlvol zijn.

### de weg er naar toe

Om hun doelen te bereiken, zal SeeMore een tweeledige aanpak volgen. Enerzijds zullen ze blijven investeren in onderzoek en ontwikkeling om innovatieve technologieën en functies te integreren in hun slimme brillen. Anderzijds zullen ze nauw samenwerken met mode-experts en ontwerpers om stijlvolle en trendy brillen te creëren.





**Dit is onze belofte.  
we stellen alles in  
het werk om deze  
belofte waar te  
maken.**

”

## **Onze belofte**

De slimme brillen van seeMORE voorzien de gebruikers van extra informatie over hun omgeving om beter geïnformeerd te worden, op een efficiënte, hippe en modieuze wijze.

# Kernwaarden.

10

## Onze kernwaarden

### Vooruitstrevend

Nieuwe paden ontdekken.

### Ontdekken

Telkens nie uwe mogelijkheden zoeken.

### Pionieren

Voorlopend met de nieuwste  
technologiën.

### Eigenzinnig

Lekker anders en eigenwijs.



11

# Brand identiteit.

Merk identiteit en persoonlijkheid.

## Brand Persoonlijkheid

SeeMore is een merk dat bekend staat om zijn innovatieve, trendy en betrouwbare Brand Personality. Het merk heeft een duidelijke visie en missie die de kern vormen van alles wat ze doen. Ze geloven in de kracht van technologie om het dagelijks leven te verbeteren en streven ernaar om grenzen te verleggen en nieuwe mogelijkheden te creëren.

Innovatie is een essentieel onderdeel van de Brand Personality van SeeMore. Het merk is voortdurend op zoek naar nieuwe manieren om technologie te integreren in hun producten en de gebruikerservaring te verbeteren. Ze investeren in onderzoek en

ontwikkeling om voorop te blijven lopen in de industrie en om baanbrekende functies en toepassingen te ontwikkelen. SeeMore is niet bang om risico's te nemen en te experimenteren met nieuwe technologieën, zodat ze hun klanten altijd iets vernieuwends kunnen bieden.

Trendy zijn is ook een belangrijk aspect van de Brand Personality van SeeMore. Het merk begrijpt dat mensen niet alleen op zoek zijn naar technologische functionaliteit, maar ook naar stijlvolle en modieuze producten. SeeMore werkt samen met toonaangevende ontwerpers en fashion experts om brillen te creëren die zowel

## Brand persoonlijkheid

technologisch geavanceerd als esthetisch aantrekkelijk zijn. Ze volgen de nieuwste trends op het gebied van mode en eye-wear om ervoor te zorgen dat hun producten aansluiten bij de smaak en behoeften van hun klanten.

Betrouwbaarheid is een andere kernwaarde van SeeMore. Het merk streeft ernaar

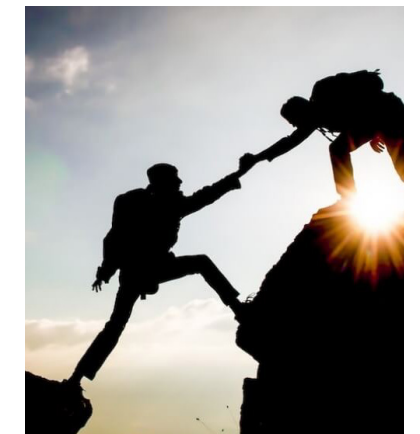
om hoogwaardige producten te leveren die duurzaam zijn en lang meegaan. Ze hebben een sterke focus op kwaliteit en zorgen ervoor dat elk product dat ze op de markt brengen voldoet aan strenge normen en eisen. SeeMore hecht ook veel waarde aan klantenservice en zorgt ervoor dat hun klanten te allen tijde op hen kunnen vertrouwen. Ze bieden uitgebreid



Innovatief



Trendy



Betrouwbaar

# Verbale Identiteit.

# Visuele Identiteit.

## Naam

SeeMORE.

## Slogan

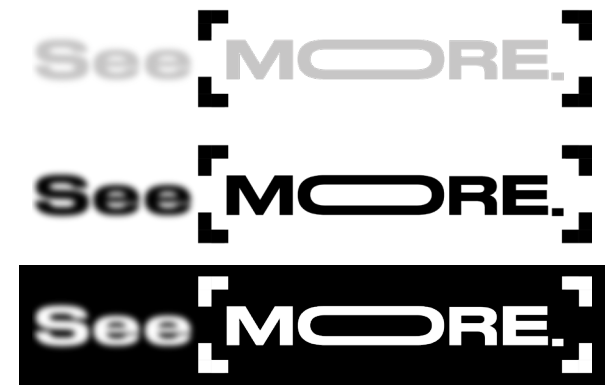
SeeMORE than ever before

## Brand story kort

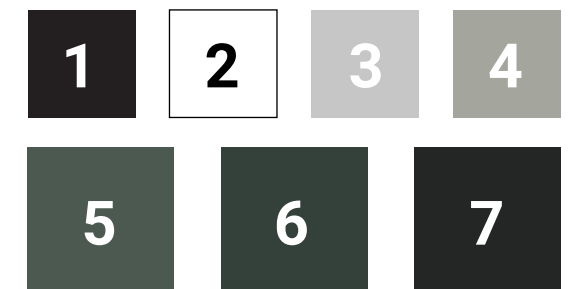
SeeMore is een merk dat mode en technologie combineert met een passie voor grensverleggende brillen. Met oog voor design en begrip voor moderne behoeften, creëert SeeMore slimme brillen die de manier waarop mensen de wereld ervaren, revolutioneren. Het merk staat voor het

verkennen van nieuwe mogelijkheden. SeeMore's brand story draait om passie, innovatie en het inspireren van mensen om hun volledige potentieel te bereiken. Met elk nieuw product en baanbrekende technologie willen ze de wereld verrassen en een blijvende indruk achterlaten.

## Logo



## Kleuren



1  
CMYK: (0,0,0,100)  
RGB: (0,0,0)  
NCS: (S9000-N)

2  
CMYK: (0,0,0,0)  
RGB: (255,255,255)  
NCS: (S0300-N)

3  
CMYK: (0,1,1,27)  
RGB: (187,186,186)  
NCS: (S2502-G)

4  
CMYK: (1,0,7,42)  
RGB: (147,149,149)  
NCS: (S4500-N)

5  
CMYK: (17,0,14,72)  
RGB: (59,71,71)  
NCS (S7502-G)

6  
CMYK: (20,0,10,81)  
RGB: (39,49,49)  
NCS (S8005-B80G)

7  
CMYK: (7,0,3,89)  
RGB: (27,29,29)  
NCS: (S8505-G20Y)

# Typografie.



## Lettertype logo

Lettertype: Stretch Pro [maakt niet uit]  
Het leuke van dit lettertype is als u letters dubbel gaat gebruiken zoals AA dan word dit als èèn letter gezien en word het dus een uitgerekte A. Dit geldt niet alleen voor hoofdletters maar ook voor kleine letters.

Aa

## Lettertype titel

Lettertype: Roboto (TT) Bold [43 pt]

Aa

## Lettertype extra

Lettertype: Roboto (TT) Light [29 pt]

Aa

## Lettertype kopje

Lettertype: Roboto (TT) Bold [23 pt]

Aa

## Lettertype tekst

Lettertype: Ingra [12 pt]

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
!@#\$%^&\*()-=+[]{};\:'.</?`~±\$

## Lettertype linkje

Lettertype: Ingra [12 pt]

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
!@#\$%^&\*()-=+[]{};\:'.</?`~±\$



# Fotografie.

## Richtlijnen social-media

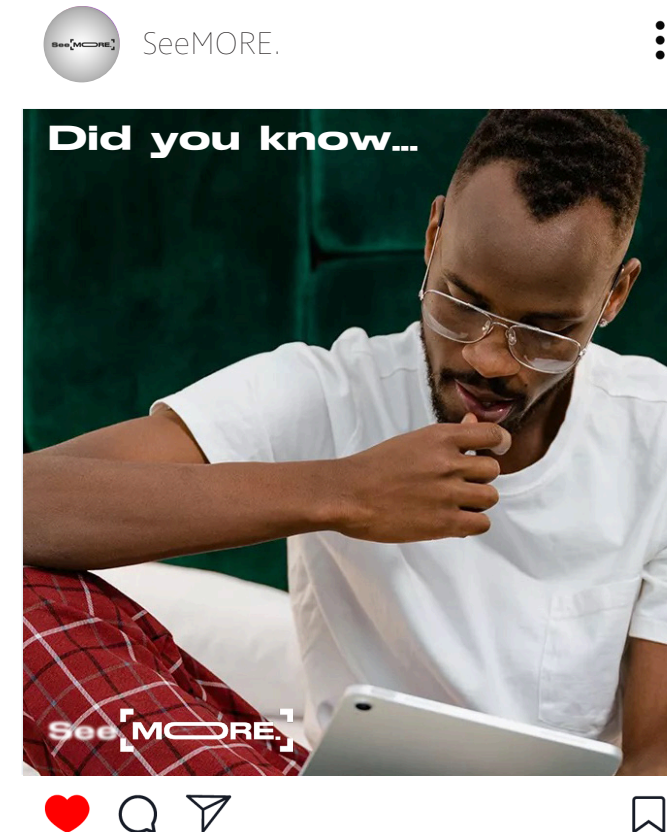
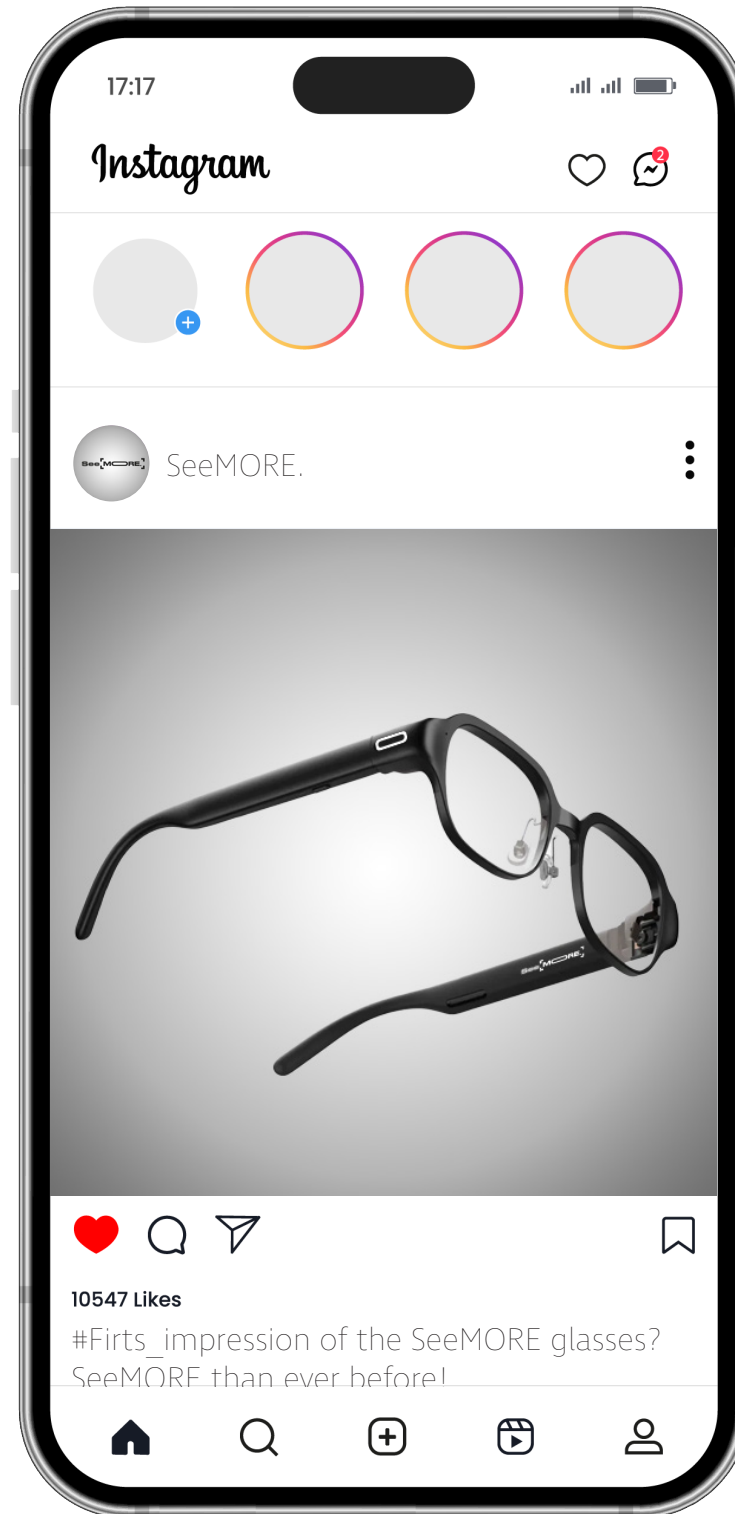
Instagram, Facebook, Snapchat & Twitter.



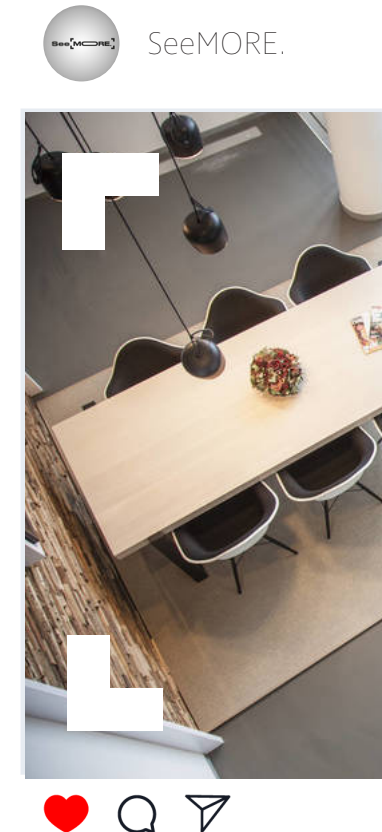
Berlin ,come have a look!



#SeeMORE #Smart #Glasses #AR #Slim #best\_buy #NGOWY #Let\_the\_sun\_come #LY #love\_it



Did you know that our glasses are also good for studying? #Helping\_hand



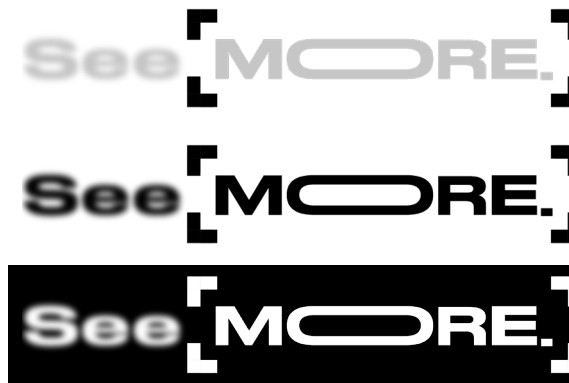
Go upside down in our new... hopefully we will see you so



# Logo & elementen.

## The Do's & Dont's

### Do's



Het logo 90° draaien mag wel

### Elementen uit het logo

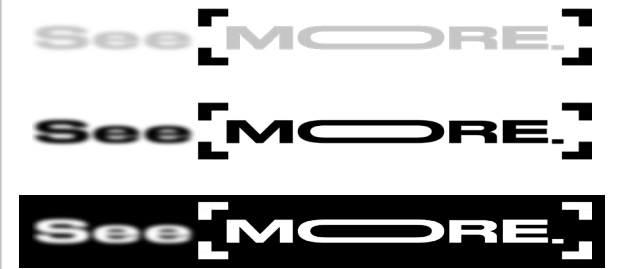


Mag op elke manier gebruikt worden als ze maar haaks tegenover elkaar staan behalve schuin, zowel zwart (kleurcode-1), wit (kleurcode-2) en grijs (kleurcode-3).

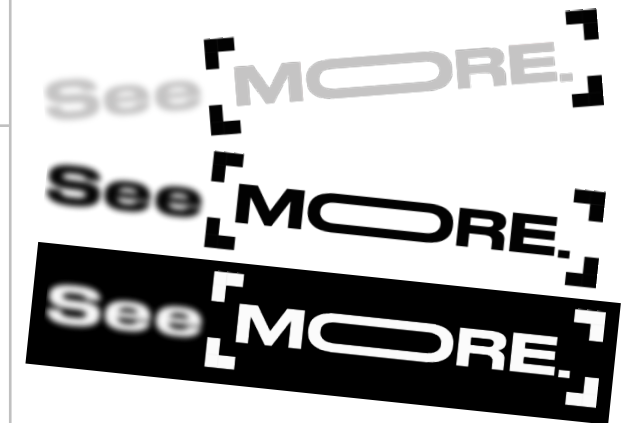


Mag op elke manier gebruikt worden behalve schuin, Alle kleuren (kleurcode-1,2,3,4,5,6 & 7).

### Dont's



Niet uitrekken, zowel boven als onder niet.



Niet schuin, niet draaien.



Geen schaduwen gebruiken of andere effecten.



Niet schuin, niet draaien.



# Moodboard.

Met de kernwaarden



## Kernwaarden

Natuurlijk: verwijst naar materialen die afkomstig zijn van de natuurlijke wereld, zoals hout, steen, leer, katoen, wol, bamboe, enzovoort.

Robuust: verwijst naar iets wat sterk, stevig en bestand is tegen zware belastingen of ruwe omstandigheden en/of grof gebouwd is.

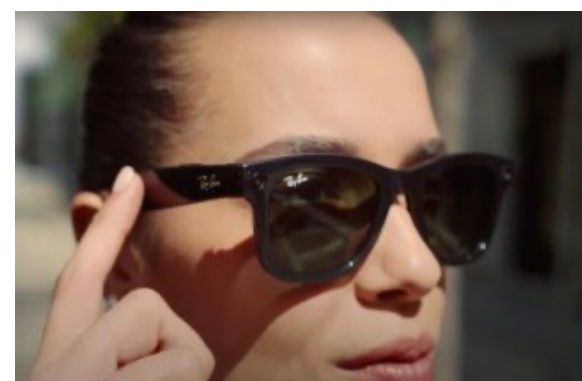
Urban: in het interieur verwijst naar een stijl of esthetiek die geïnspireerd is door de kenmerken en elementen van de stedelijke omgeving.

# Themakaart.

24

# See **[MORE.]**

## than ever before!



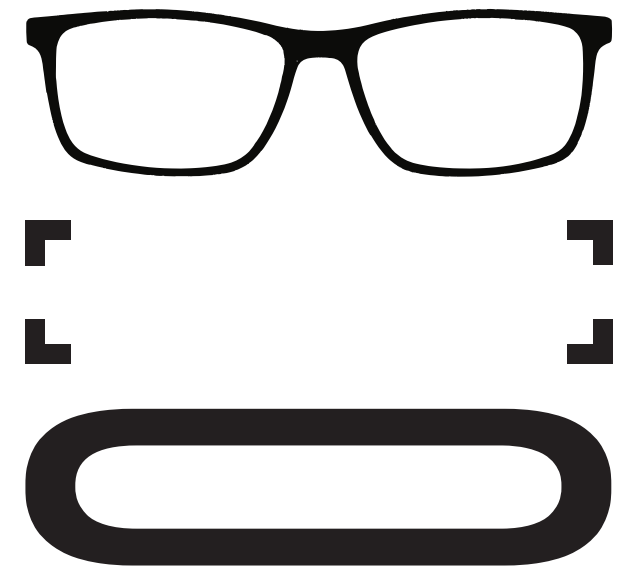
Deze thema kaart laat zien dat we met deze bril meer kunnen zien dan in het normale leven (AR), zoals u ook ziet kan dit gebruikt worden voor verschillende doeleinden.

25

# Vormen & Patroon.

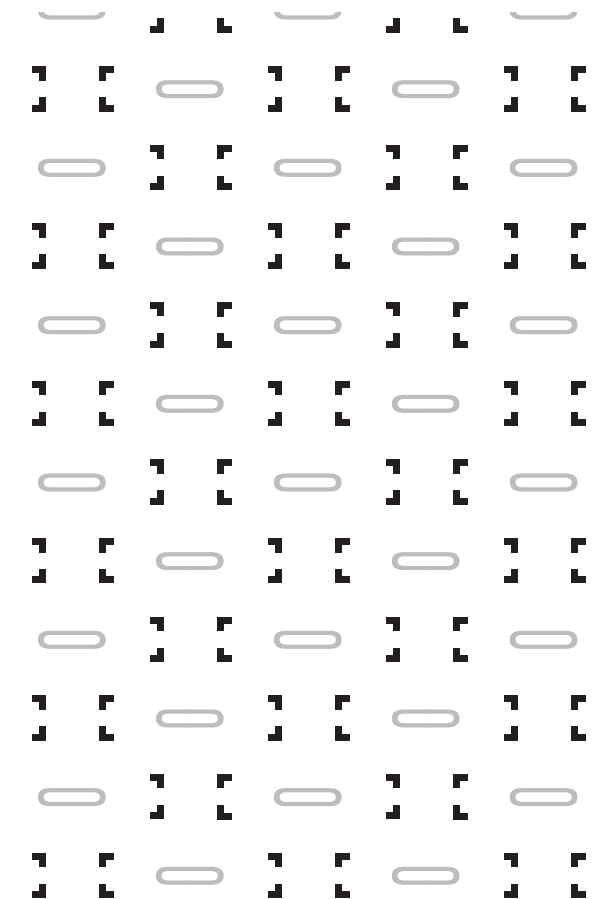
## Vormen

De eerste vorm die te zien is is de vorm van de bril als silhouet dit word vaak gebruikt als mos-vorm in de winkel en op verschillende pagina's in de brandmanual, de tweede vorm is de haakjes dit staat voor het focussen en de technologie die word vaak gebruikt als bedruking op kledingen het patroon. En als laatste de dubbele O wat voor MORE staat in het logo en word ook vaak gebruikt in de brandmanual maar komt ook terug in het logo.



## Patroon

Dit is het patroon hier komen een hoop elementen/vormen in terug wat het logo ook heeft.

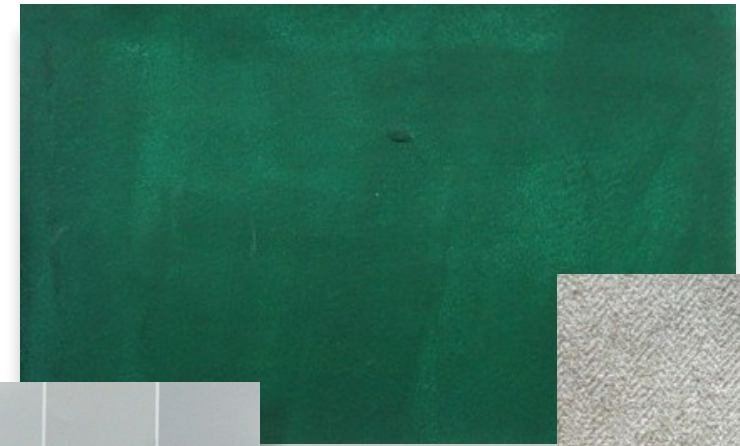




# Materiaal flatlay.

28

**slecht geschildde groen**



**Montello**



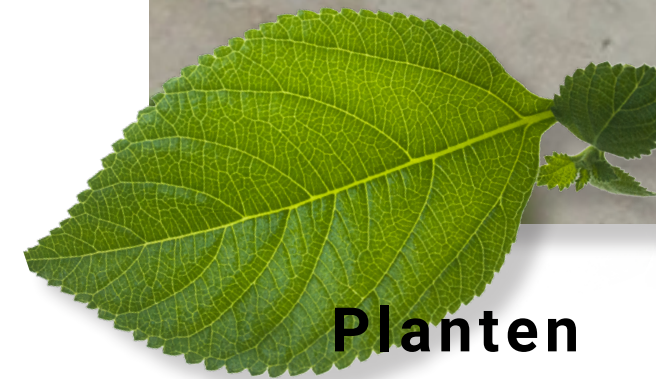
**Tint grijs en groen**



**Beton**



**Planten**



**Gestoomde beuk**



## Waarom dit?

Dit zijn de richtlijnen voor het gebruik van materialen in een winkel, zoals u kunt zien in de materiaal flatlay moet er zoveel mogelijk natuurlijke materialen in terug komen. dit straalt duurzaamheid uit wat SeeMORE wilt. Zo maken we gebruik van kurk, hout (beuken gestoomd), de stof

montello, verschillende tinten grijs, verschillende tinten groen, beton en om de natuurlijke materialen te benadrukken is het de bedoeling om planten in de winkel te zetten. De planten zijn wel van Europese afkomst en geen tropische planten dus dit valt dan weer buiten de stijl.

29

# Stijlkaart.

Communicatiedesign.



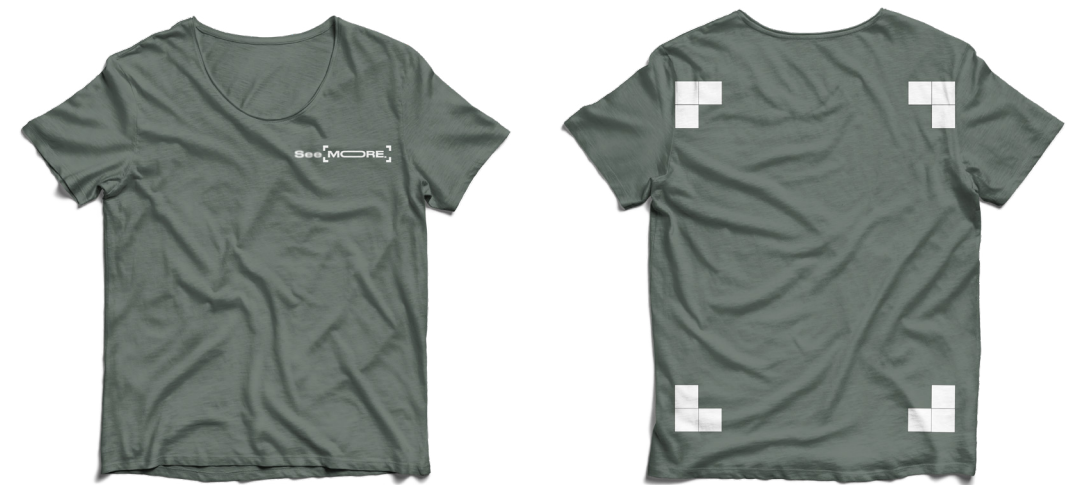
Communicatie-  
design ontwerpen.

32

See **[MORE.]**  
**than ever before**



33



EXTRA

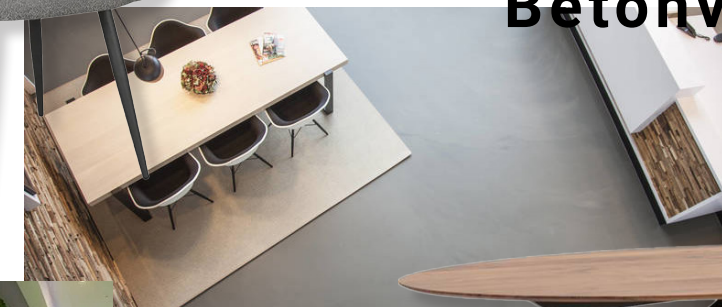


# Stijlkaart.

Omgevingsdesign.



**Montello stoelen**



**Betonvloer**



**Plantwand**



**Beuken tafel**



**Kurk paneel**

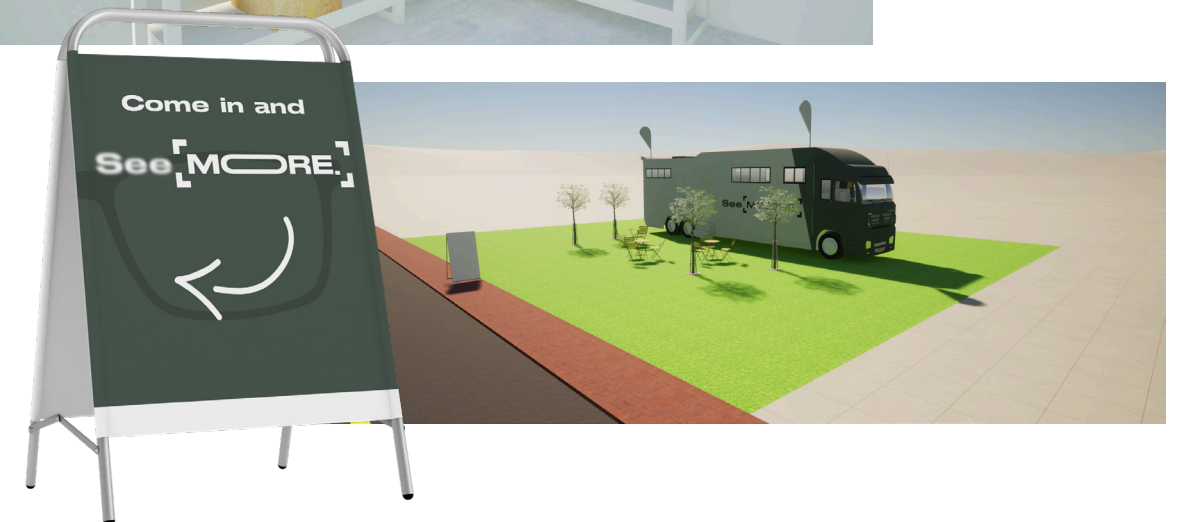
## De stijl.

Het gebruik van robuuste materialen in het interieurontwerp draagt bij aan de stijl die wordt weergegeven. Deze keuze komt ook terug in de materialenkaart, waarin hout, beton en kurk worden benadrukt als natuurlijke en duurzame opties. Het hout komt bijvoorbeeld terug in de

tafel en wordt ook gebruikt op de muur, een moswand of logo gemaakt van mos. Daarnaast is er een betonnen gietvloer aanwezig, die een moderne en industriële uitstraling geeft. In vaste winkels zou kurk ook nog als een extra natuurlijk materiaal kunnen worden verwerkt.

# Omgevingsdesign ontwerpen.

36



37



# Stijlkaart.

Productdesign.



## De stijl.

De hedendaagse trends in brillenmode. Met oog voor detail en vakmanschap combineren we hoogwaardige materialen zoals carbon met subtiele, geschuurde metalen accenten om een minimalistische, maar toch opvallende uitstraling te creëren. Bij SeeMore begrijpen we dat onze slim-

me brillen niet alleen functioneel moeten zijn, maar ook een modebewuste keuze. Daarom bieden we een scala aan opties, of je nu de voorkeur geeft aan doorzichtige glazen voor een discrete augmented reality-ervaring of zonnebrilglazen voor bescherming en stijl.

# Productdesign ontwerpen.

40



EXTRA

41

