



beats by dr. dre



arjan groenen

merkanalyse



beats by dr. dre

realisatie

arjan groenen CIA
arjanguroenen(a)hotmail.com

tekst

arjan groenen CIA
beats.com

fotografie

beats.com



beats by dr. dre

doelgroep

de doelgroep van beats zijn vooral jongeren. Door een uniek ontwerp met opvallende kleuren, probeert men de aandacht van de jongeren te trekken.

door beroemtheden in hun merk te verwerken word het bereiken van de doelgroep en het streven naar succes versterkt





Merkinerlijk

Merkvisie

beats streeft naar succes in de wereld waar alles draait om de beste sound. voor hen is de uitdaging om jou muziekstijl het beste tot zijn recht te laten komen. hun standpunt is elke keer als je muziek lusterd je het gevoel heb dat je op het beste feestje zit.

Merkmisssie

Verkopen van de beste kwaliteit porteble audio output

Merkwaarden

kwaliteit, trend, design, stijl.



beats by dr. dre

Merkinerlijk vervolg

Merkpersoonlijkheid

Een aantrekkelijke, trendy en hippe man of vrouw gevoel voor stijl en muzikaal

Merkbeloofte

beats by dr. dre

Merk kernconcept

design kwaliteit audio output





beats by dr. dre

Merkuiterlijk

Horen

de kwaliteit van beats kun je goed horen

Voelen

gladde design ronde vormen

Zien

het is echt een eyecatcher, die gezien mag worden

<http://www.gerbenvanerkelens.com/MerkanalyseFatboy.pdf>



beats by dr. dre

merkgedrag

producten en diensten

Het bedrijf is wereldwijd, gespecialiseerd in het maken van portable audio, een kwaliteits product een begrip in de samenleving

Interne communicatie

het bedrijf kent veel werknemers omdat het meerdere vestigingen heeft op wereldschaal, een goede communicatie is dus een must bij de fabrieken onderling.



Externe communicatie

beats kenmerkt zich door zijn trendy en hippe voorkomen. Het logo kent iedereen tegenwoordig alsmede wat erachter zit. Door betrouwbaar te blijven met betrekking tot de kwaliteit die ze met hun productlijn bieden wordt er een bepaald vertrouwen naar de consument uitgestraald.

Onderneming

Beats by Dr. Dre of Beats Electronics is een producent van audio apparaten, in 2007 opgericht door rapper producer Dr. Dre en oprichter van Interscope Jimmy Iovine. Het idee was om koptelefoons te maken die de muziek weergeven zoals de artiesten die horen in de opnamestudio. De slogan van het merk is: People aren't hearing all the music.



beats by dr. dre

beeldtaal

kleur

er wordt steeds gebruik gemaakt van de rood met witte kleur in het logo met de donkere achtergrond. deze kleuren zijn ook terug te vinden in hun producten.

compositie

het logo wordt elke keer op de zelfde manier gebruikt. deze stijl is ook terug te vinden op de website. gebruik van de kleuren terug te laten komen en de keuze van grote foto's



typografie

het lettertype is herkenbaar in het logo een geheel eigen stijl. komt ook terug op de namen van de producten.

fotografie

er zijn foto's gebruikt met veel kleur. ze passen de kleuren van hun producten aan op de omgeving. de foto's van de producten zijn genomen in close up