

DIGITALT PRODUKT

Introduktion

MEDIE

Færdig MP4-videofil produceret som et visuelt produktshowcase for LEVEL – et futuristisk bilkoncept. Videoen kombinerer motion graphics, animation og videoredigering og er tænkt som en reklame-/promovideo til digitale platforme.

PROCES

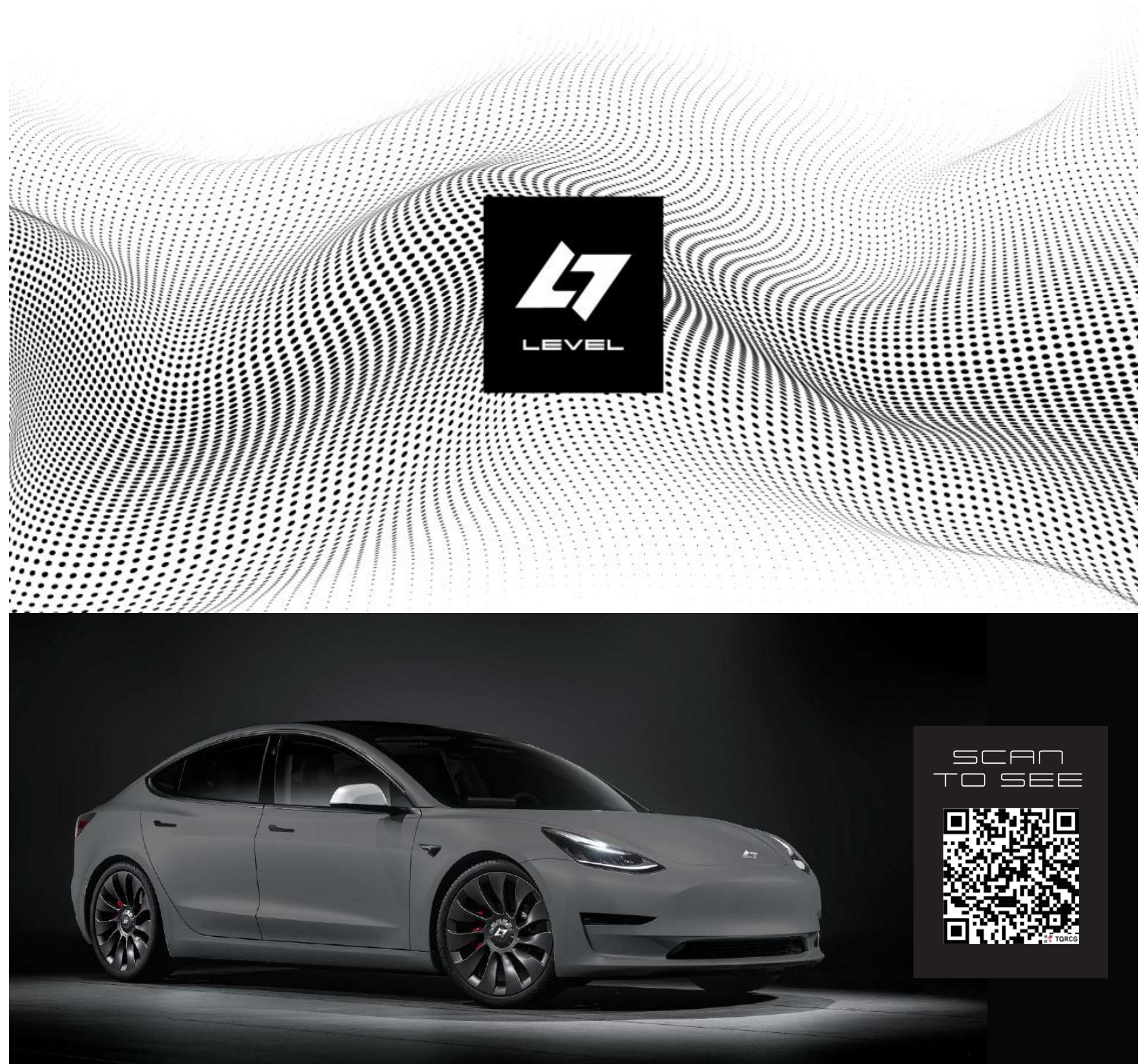
Jeg startede projektet med at udvikle hele LEVELs visuelle identitet: logo, farvepalette, formsprog og overordnet tone of voice. Derefter udviklede jeg konceptet for bilen – moderne, bæredygtig og futuristisk – og udformede grafiske elementer og mockups. Projektet blev lavet som et personligt skolepraktikprojekt, hvor målet var at udfordre mine egne evner inden for digitalt design og motion graphics. Den afsluttende video blev skabt som en helhedsfortælling, der præsenterer både identitet og produkt.

METODE

- Grafisk design via research, idéudvikling, moodboards og skitsering med PS og AI.
- Mockups og grafiske elementer lavet i Photoshop og Illustrator.
- Animation, motion graphics og videoredigering produceret i After Effects.
- Visuel struktur og produktpræsentation udviklet gennem test, iteration og finpudsning.

KERNEFAGLIGHEDER

Grafisk Design
Grafik & Billedbehandling



DIGITALT PRODUKT

Grafisk Design

1 MÅLGRUPPE

Målgruppen for LEVEL er unge og voksne i alderen 25–45 år, som bor i større byer og har en moderne og bæredygtig livsstil.

De er typisk veluddannede individer, der går op i miljøet og ønsker at reducere deres CO₂-aftryk uden at gå på kompromis med design og teknologi.

2 BRANDETS PERSONLIGHEDER

Moderne frem for traditionel

- Fokus på innovation, teknologi og fremtidens transport.

Formel frem for afslappet

- En seriøs og professionel tilgang, der signalerer troværdighed.

Raffineret frem for enkel

- Elegante designvalg, der viser sans for detaljer og kvalitet.

Entusiastisk frem for uinteresseret

- Brandet kommunikerer passion og engagement omkring grøn mobilitet.

3 SEGMENTERING – MINERVAMODEL

Jeg har brugt Minervamodellen til at forstå LEVELs målgruppe bedre. Modellen hjælper med at beskrive målgruppens værdier, livsstil og interesser, så designet passer til dem.

4 DESIGNSTIL

Designstilen er moderne, minimalistisk og funktionel. Jeg har fokus på rene linjer, god luft og et enkelt udtryk,

Designet bygger på:

En moderne skrifttype

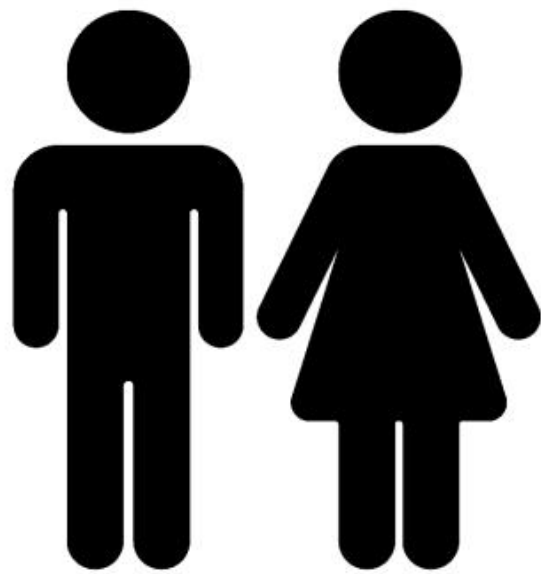
En ren og enkel farvepalette

Et smart og teknologisk udtryk

En video, der afspejler og bruger brandets farver

Branding

GRUNDFORLØBSPRØVE



MÅLGRUPPE

25-45

- Par i alderen 25 til 45 år
- Veluddannede individer
- Bosiddende i større byer
- Aktive byboere, der ønsker at reducere deres miljøpåvirkning
- Personer med en stærk miljøbevidsthed, der værdsætter bæredygtighed
- De, der er interesseret i en stilfuld elbil, der passer til deres moderne livsstil
- Førstegangskøbere af elbiler, der søger et praktisk og miljøvenligt transportmiddel

LEVEL
Visuel Identitet
2024

Branding

Levels Personligheder

MINERVA MODELLEN



PK Medier

Segmentering

- | Demografisk | Geografisk | Psykografisk | Adfærdsmæssig |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Alder• Køn• Indkomst• Uddannelse | <ul style="list-style-type: none">• Lande• Regioner• Byer• Landområder | <ul style="list-style-type: none">• Livsstil• Værdier• Personlighed | <ul style="list-style-type: none">• Anledninger• Fordele• Forbrugshyppighed• Brand loyalitet |

Moderne



Traditionel

Formel



Afslappet

Raffineret



Enkel

Entusiastisk



Uinteresseret

LEVEL
Visuel Identitet
2024

DIGITALT PRODUKT

Grafisk Design

5 MOODBOARD

Moodboardet er baseret på moderne elbiler, teknologiske produkter og et minimalistisk visuelt univers. Det viser rene linjer, metalliske overflader og et futuristisk udtryk, som understøtter LEVELs brandidentitet. Inspirationen kommer primært fra high-end bilindustrien, industriel designæstetik og teknologibrands.

6 FARVER

- Farvepaletten består af neutrale og stilrene toner:
- White – renhed og minimalisme
 - Black – premium, kontrast og elegance
 - Lead / mørkegrå – dybde og teknologisk udtryk
 - Silver – metallisk og futuristisk
 - Million Grey – moderne, rolig basefarve

7 LOGO – SKITSER OG UDVIKLING

- Logoet blev udviklet gennem en række håndtegnede skitser, hvor jeg startede med simple former som:
- linjer
 - vinkler
 - diagonaler
 - geometriske figurer

8 SKRIFTTYPEVALG / FONT

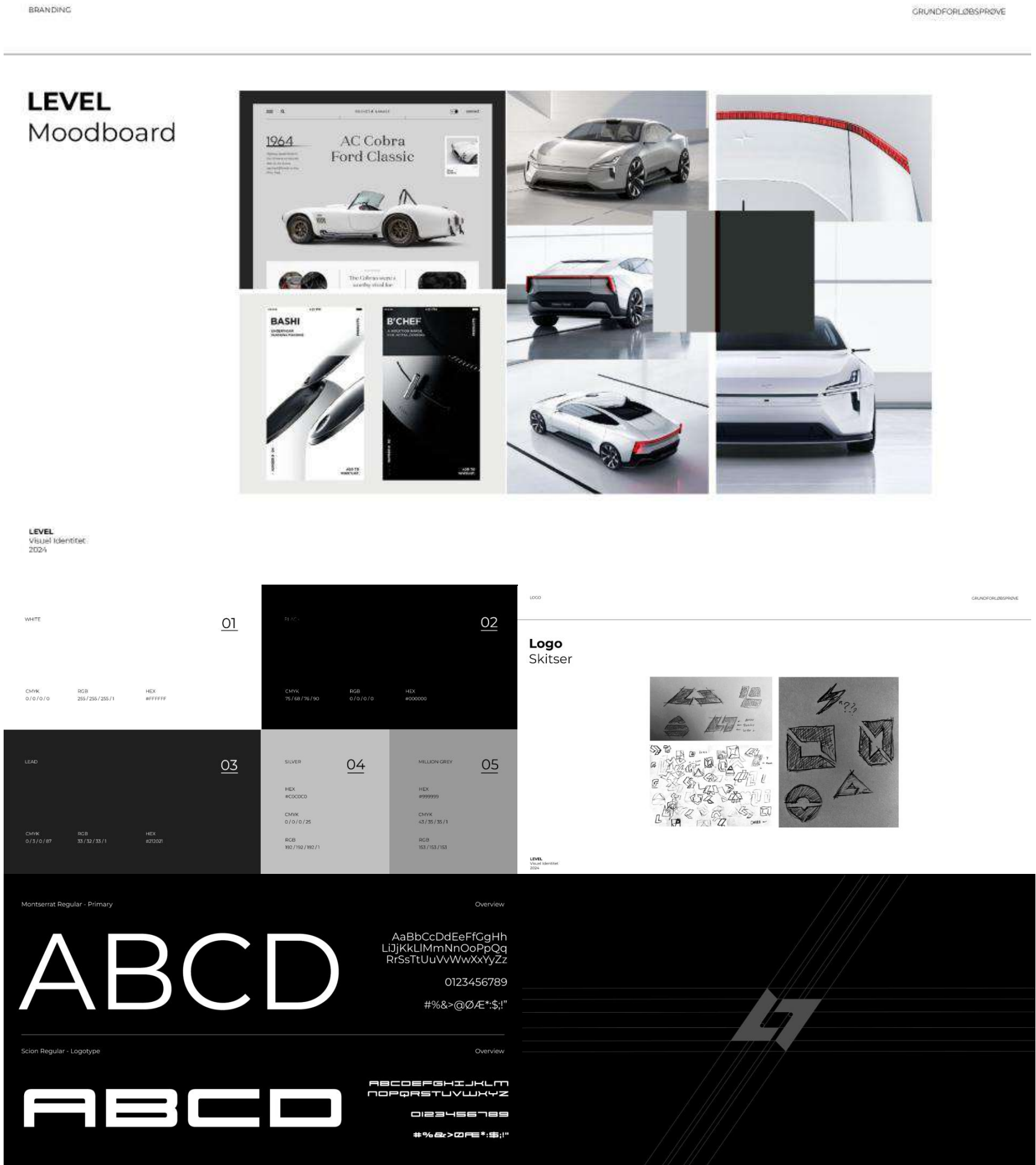
Fontvalget er baseret på et moderne, stramt og geometrisk udtryk. Typografien understøtter LEVELs professionelle og futuristiske tone — letlæselig, stilren og teknologisk.

9 VIDEOLÆNGDE

Videoens varighed er 20 sekunder. Den er kort, effektiv og skåret ned til kun det nødvendige, så fokus forbliver på brandets udtryk, farver og stemning.

10 STEMNING & OPLEVELSE

- Den er kort og intens (20 sekunder), hvilket skaber en effektiv, moderne og visuelt fokuseret oplevelse.
- Hele retningen føles premium, minimalistisk og smart, præcis som LEVEL's brandpersonlighed.



DIGITALT PRODUKT

Grafik & billedebehandling

1 BILLEDBEHANDLING

1.1 MASKING AF VINDUER

Jeg maskerede vinduerne for at kunne udskifte baggrunden og skabe et mere kontrolleret visuelt miljø.

1.2 WARPING AF BAGGRUNDSBILLEDE

Baggrundsbilledet blev warpet for at matche bilens perspektiv, så scenen fremstår naturlig og realistisk.

1.3 HUE & SATURATION

Jeg justerede farvetonen og mætningen for at sikre, at lyset og farverne passer sammen med bilens interiør.

2 FORBEREDELSE AF SÆDET TIL LOGO

Denne del af processen handler om at gøre sædet klar til at få placeret LEVEL-logoet, så det kan bruges som et realistisk mockup i videoen.

2.1 HEALING BRUSH TOOL

Healing Brush blev brugt til at rense sædet, så overfladen blev jævn og klar til at få placeret logoet.

2.2 GAUSSIAN BLUR

Jeg tilføjede Gaussian Blur let for at blende logoet ind i materialet og gøre det mere integreret i sædets tekstur.

2.3 HUE & SATURATION

Jeg justerede farvetonen og mætningen for at sikre, at lyset og farverne passer sammen med bilens interiør og de andre elementer.



DIGITALT PRODUKT

Grafik & billedebehandling

3 STORYBOARD

Jeg maskerede vinduerne for at kunne udskifte baggrunden og skabe et mere kontrolleret visuelt miljø.

3.1 STORYTELLING

Storytelling-delen består af klip og sekvenser, der matcher videoens flow og formidler LEVELs vision og mission på en tydelig og moderne måde.

3.2 STEMNING

Stemningen er futuristisk, teknologisk og minimalistisk, skabt gennem stramme overgange, rene linjer og et moderne tempo.

4 ANIMATION / MOTION GRAPHICS

4.1 KEYFRAMES

Jeg arbejdede med keyframes for at styre bevægelse, timing og tempo i animationerne.

Position-keyframes til at få elementerne til at glide ind og ud af billedet på en kontrolleret måde

Opacity-keyframes for bløde fade-ins og fade-outs

4.2 EASY EASE

Jeg brugte Easy Ease på animationerne for at gøre bevægelserne blødere og mere naturlige, hvilket giver videoen et smartere og mere professionelt flow.

5 COLOR BALANCE

Farvebalancen blev finjusteret i post-produktion, så lys, kontrast og nuancer passer til brandets farvepalette. Jeg tilføjede ca. +3% hue og -81% saturation for at ramme et mørkt, stilrent og teknologisk look.

6 SPEAK OG LYD

AI-genereret speak og lyddesign, skabt til at matche videoens tempo og understøtte den futuristiske stemning i LEVEL-universet.

