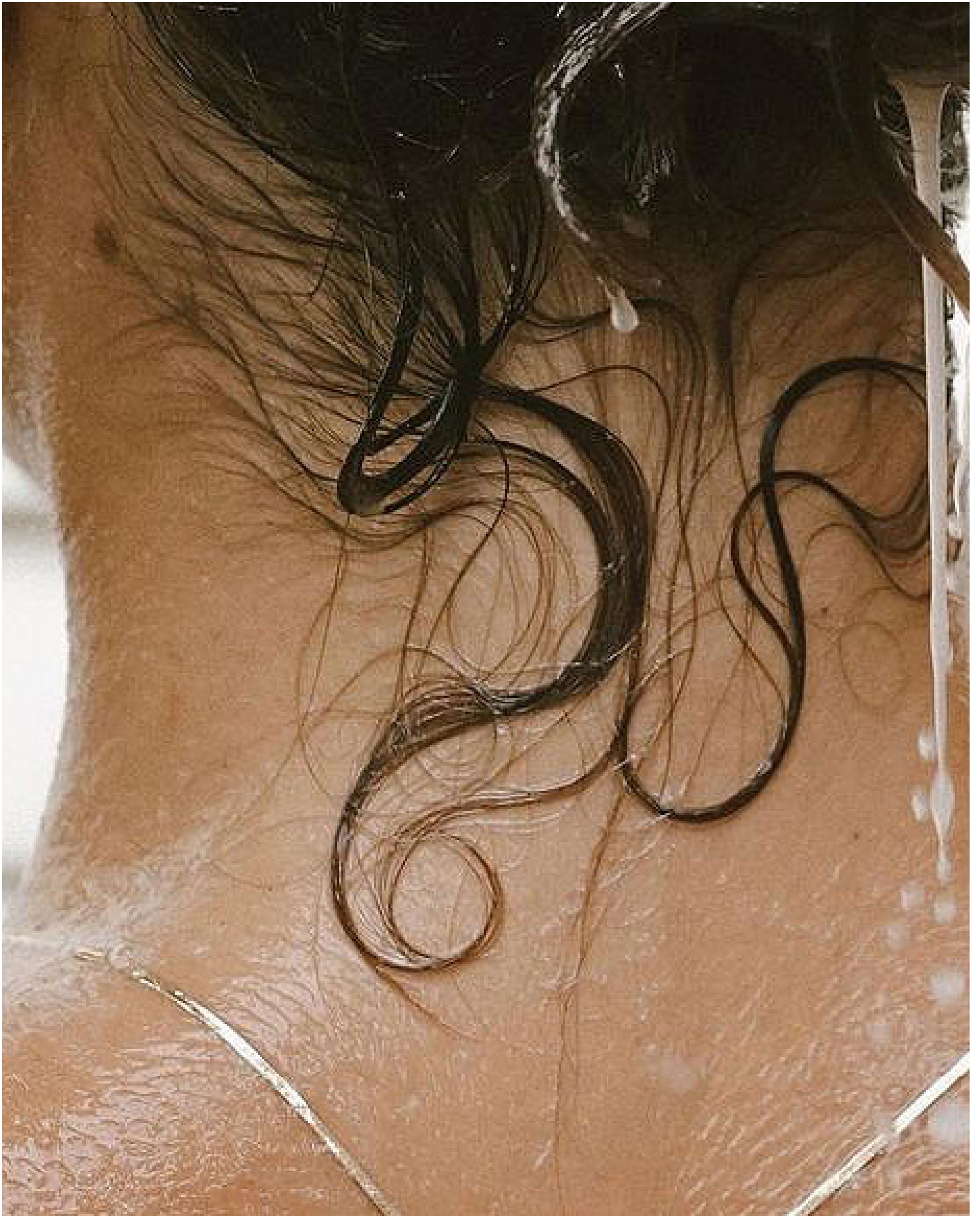


BODACIOUS



BRANDBOOK 2023

Een Nieuwe
Sensualiteit

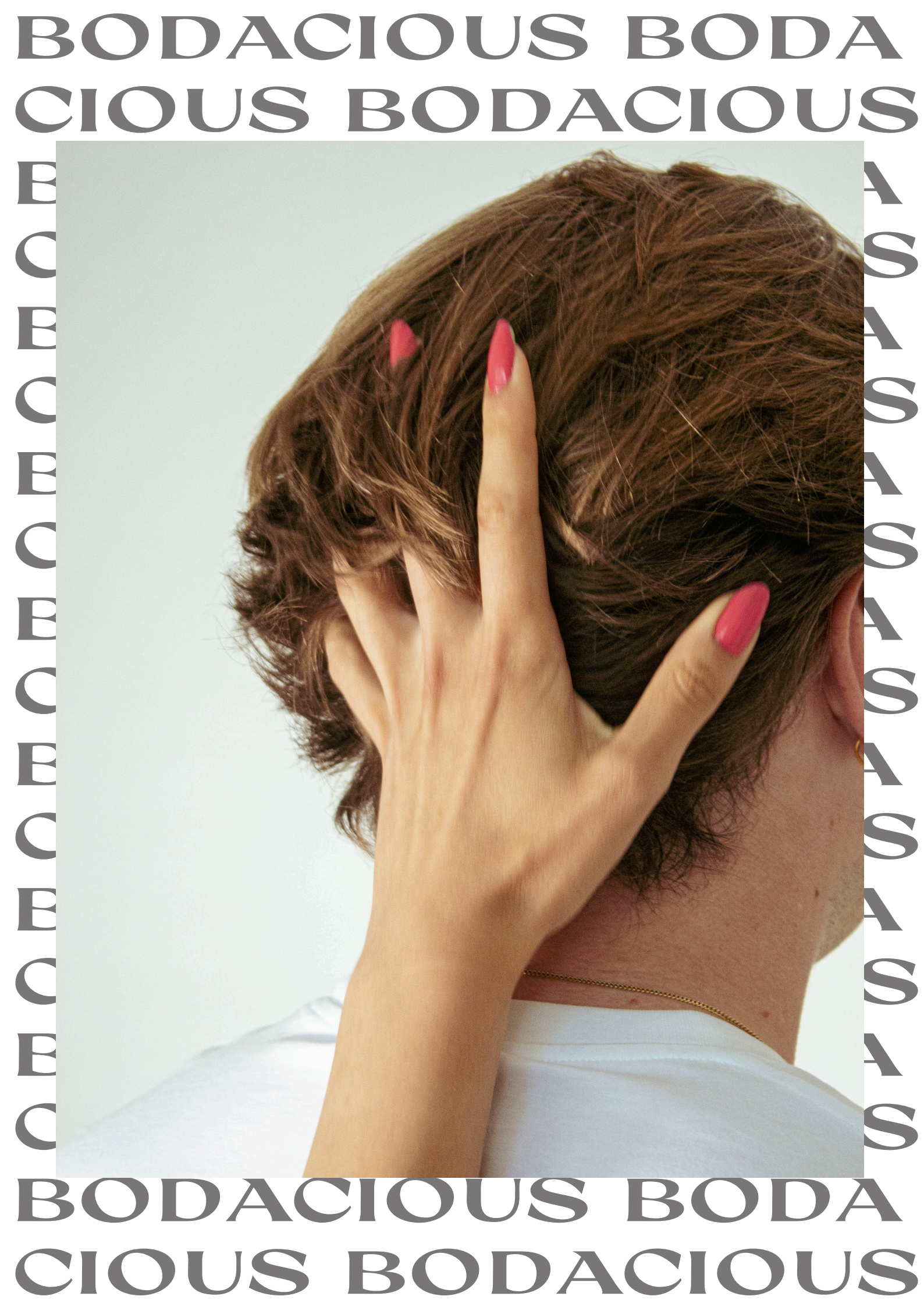


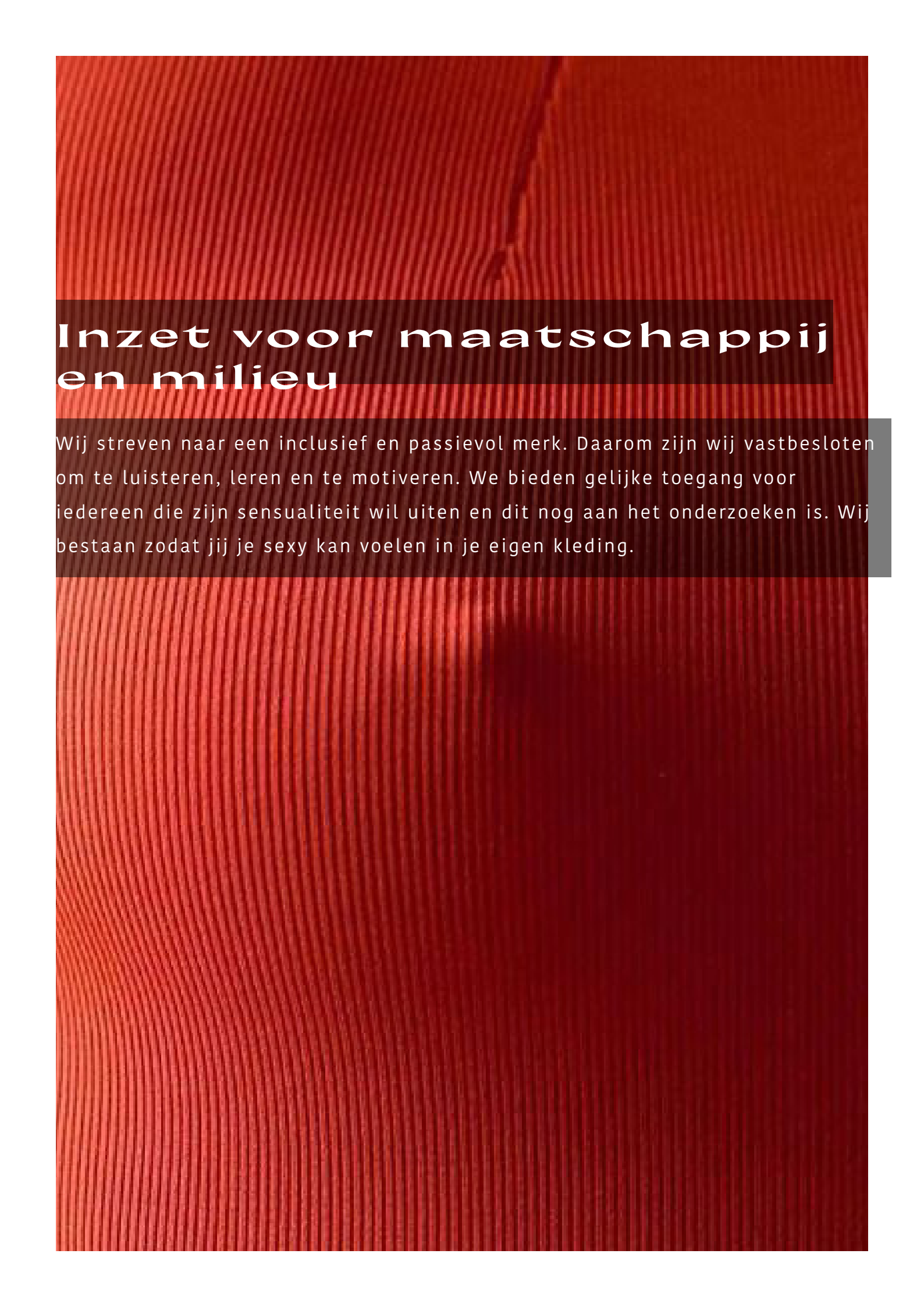


Bodacious is voor iedereen die zich op een nieuwe manier sensueel wil uiten door de vijf zintuigen te verkennen. Laat je zintuigen werken en ontdek de schoonheid van voelen door ons gebruik van stoffen. Ons assortiment aan kleding bestaat uit comfortabele materialen die je curves omarmen. Het is warm en romantisch voor het oog. Bodacious wekt spanning en opwinding op. Zo zijn we suggestief, maar niet te overweldigend voor mensen die hun eigen sensualiteit rustig willen ontdekken. Met onze kleding zetten we het beeld van jouw silhouet centraal en omarmen we curves. Het uiten van je eigen sensualiteit door middel van onze kleding is onze belangrijkste waarde, want iedereen verdient het om zich comfortabel te voelen met een eigen manier van sensualiteit. Dit doen wij door een speels beeld te scheppen, dat toegankelijk is voor iedereen. Deze diversiteit bieden wij aan, omdat wij geloven dat iedereen uniek is en sensualiteit ervaart en uit op zijn eigen manier.

Content

1. Inzet voor maatschappij en milieu
2. Visie
3. Missie
4. Waarden
5. Doelgroep
6. Unique Selling Proposition
7. Tagline
8. Product
9. Promotie
10. Marktsegment en positionering
11. Prijs
12. Tone-of-voice
13. Guidelines: Logo introductie
14. Manifesto
15. Guidelines: Lettertype
16. Guidelines: Afbeelding en fotografie
17. Socials





Inzet voor maatschappij en milieu

Wij streven naar een inclusief en passievol merk. Daarom zijn wij vastbesloten om te luisteren, leren en te motiveren. We bieden gelijke toegang voor iedereen die zijn sensualiteit wil uiten en dit nog aan het onderzoeken is. Wij bestaan zodat jij je sexy kan voelen in je eigen kleding.

Visie

Iedereen is sensueel op zijn eigen manier.



Missie

Dit willen wij bereiken door onze consument in contact te laten komen met hun zintuigen en een wereld laten zien door feminiene ogen.



A photograph of a dog, possibly a bulldog, sitting on a white, wrinkled fabric surface. The dog is wearing a white, lace-like garment that covers its body. The dog's head is tilted back, and its mouth is slightly open. The background is a plain, light-colored wall.

Waarden

Sensualiteit- Sensualiteit streelt alle vijf de zintuigen. Wij prikkelen je genot en al het gevoel dat je daarna ervaart.

Comfort- Bodacious focust zich op het stimuleren van de zintuigen door deze op een aangename manier te prikkelen, waar jij plezier uit haalt.

Inclusiviteit- Wij willen dat iedereen zich sensueel kan voelen bij het dragen van onze kleding ongeacht gender, seksuele geaardheid of afkomst.



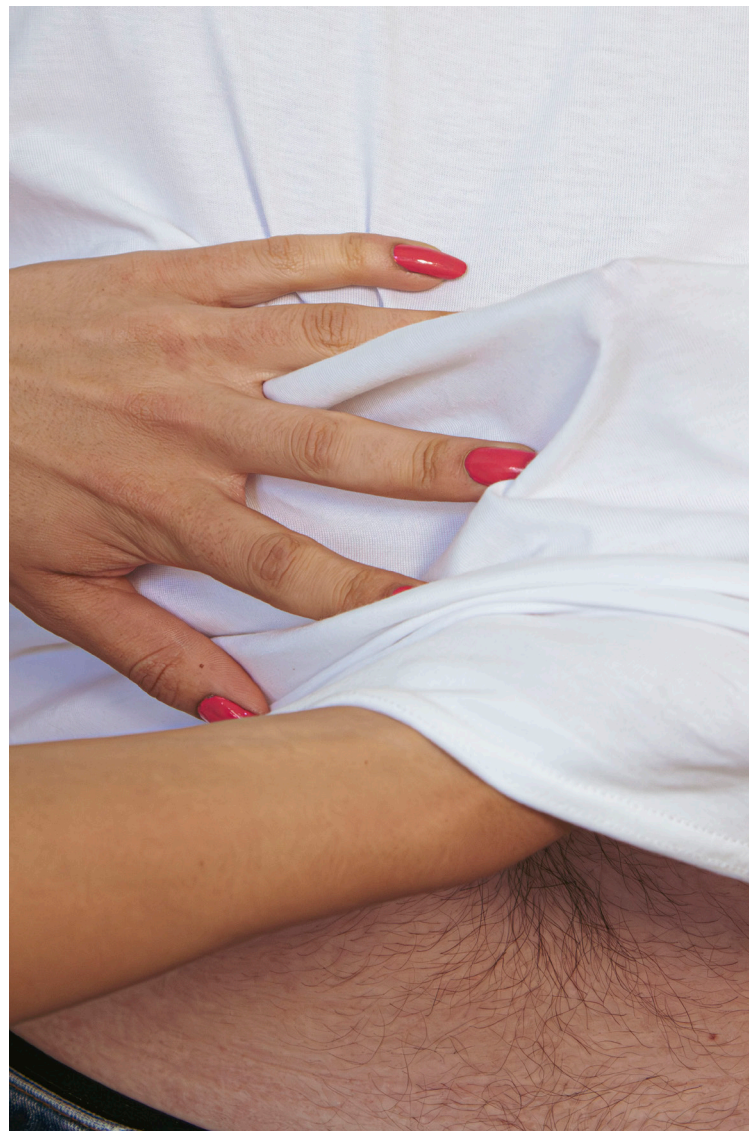
Doelgroep

Assertieve jongvolwassenen die er voor openstaan om te experimenteren met hun eigen sensualiteit.



Unique Selling Proposition

Wij onderscheiden ons van andere inclusieve kledingmerken door de vijf zintuigen die overal in onze communicatie en producten terugkomen. Wij bieden comfortabele kleding aan die de sensualiteit ondersteunen voor zowel mannen als vrouwen. Ons merk is aantrekkelijk voor iedereen die zich speciaal wil voelen vanuit het perspectief van de female gaze. Niet over geseksualiseerd, maar juist subtiel en sensueel. Onze kleding voelt comfortabel aan op de huid. Het gaat er om dat het lekker zit en mooi staat. Door middel van exclusieve zachte stoffen willen wij de zintuigen prikkelen. Ook speelt de inclusiviteit die wij blijven aankondigen door middel van onze podcast een grote rol.





BODACIOUS

‘Een Nieuwe Sensualiteit’



Product

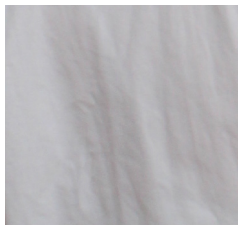
De kleding die wij aanbieden bestaat uit comfortabele stukken en speelse basics die iets van de huid laten zien. De items in onze collectie zijn gemaakt van zachte stoffen en structuren die je curves omarmen. Bij een aankoop van de kleding krijg je een geurzakje cadeau die je thuis in je kast kan leggen. Zo zorgen wij dat je kleding altijd lekker ruikt. Het kleurenpalet van onze collectie is: rood, goud, zwart en verschillende nude tinten.



Shirt met open rug en strik

97% Gerecycleerd polyester

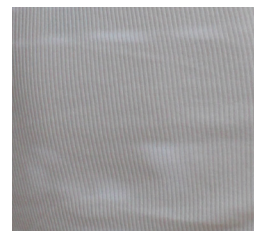
3% Elastaan



Comfortabele tank top

70% Wol

30% Biologisch katoen



Basis collectie

Onze collectie bestaat uit minimalistische kleuren gefocused op de gerimpelde structuur die zacht aanvoeld op de huid. De stijl is voor mensen die zich sensueel willen voelen maar dit op een nongalante manier willen laten zien aan de buitenwereld. Deze collectie gaat dus over je comfortabel voelen in je kleding maar je daarbij wel sexy genoeg voelen om het buitenshuis te dragen.



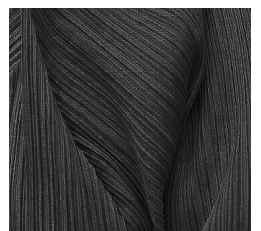
Low waist broek aansluitend op de enkels.

80% Polyamide
20% Elastane



Stretch jurk die aansluit op het lichaam

Stof: 76% Polyamide
24% Elastane



Promotie

Onze kernboodschap is dat wij klaar zijn met het stereotype beeld dat men heeft van sensualiteit. Wij willen sensualiteit herdefiniëren en er een nieuwe blik op werpen die zich loskoppelt van seksualisering. We stimuleren mensen om te durven onderzoeken door middel van comfortabele kleding. In de winkel zorgen wij dat er altijd iets lekkers is om aan te bieden aan de klant om je smaak te prikkelen.

‘Een sensualiteit die veel meer is
dan oppervlakkige verleiding’







Marktsegment en positionering

Wij plaatsen ons in de premium fashion. Dit is omdat wij mooie basics van kwaliteit produceren. Onze doelgroep verdient over het algemeen nog niet een hoog salaris, maar ze hebben het er voor over om te investeren in een kledingstuk dat lang meegaat en ze goed doen laten voelen. Ze staan open voor het experimenteren met kleding en de prijs is daarom niet het meest relevant voor hen.

Prijs

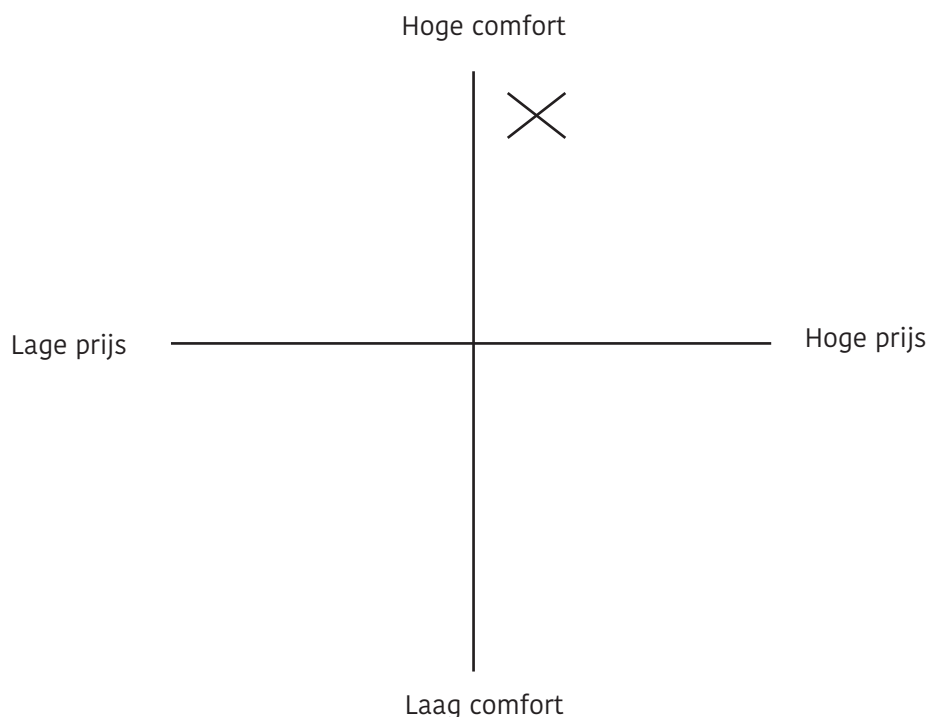
Prijs: Wij verkopen kleding tussen de 40,- en 130,- euro.

Een top is 40,- euro

Een jurk 130- euro.

Een broek rond de 80,- euro

Een shirt 120,- euro



Tone-of-voice

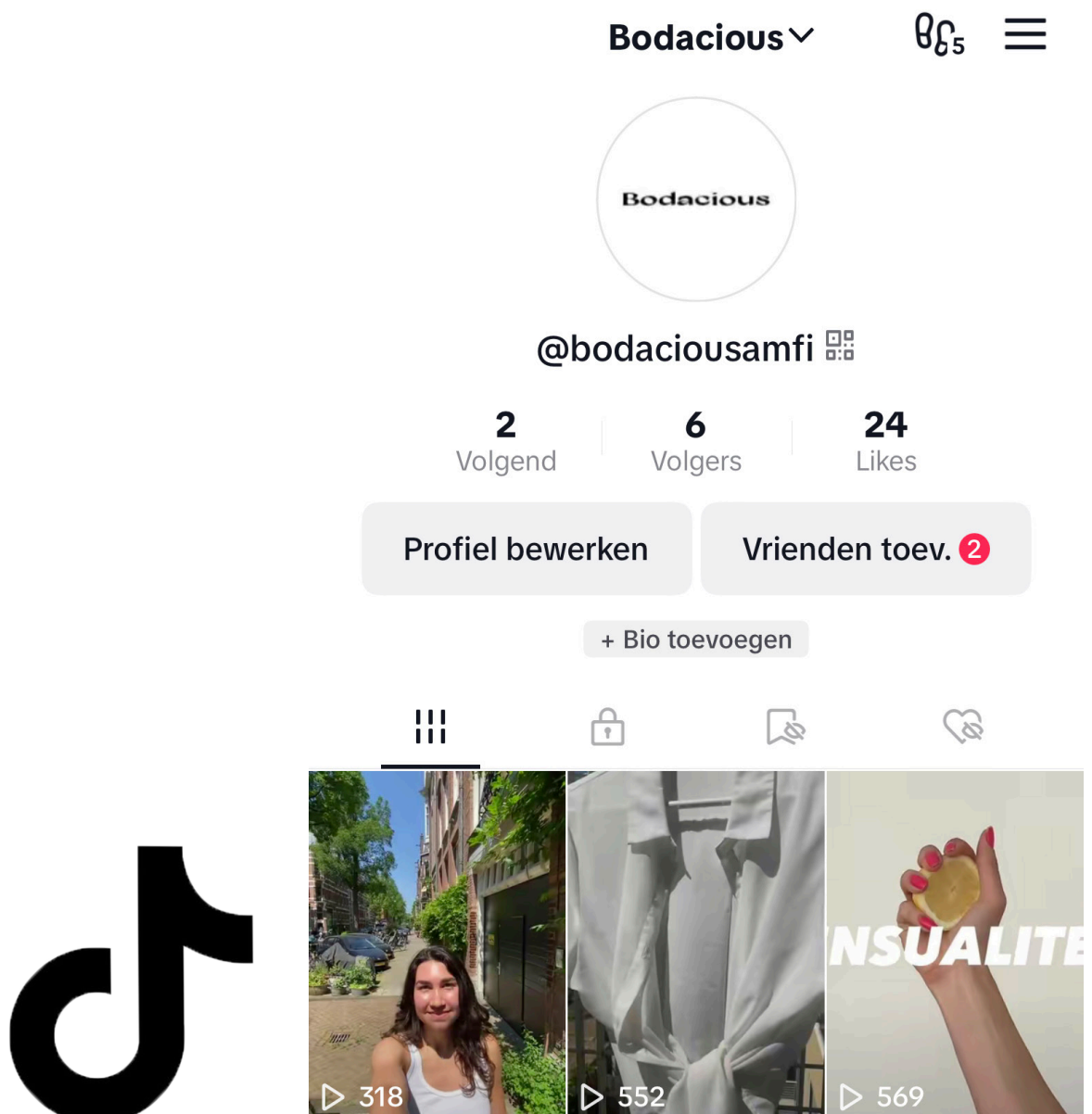
Bij Bodacious geloven we dat sensualiteit veel meer is dan oppervlakkige verleiding. In onze communicatie streven we ernaar om sensualiteit op een verkennende, poëtische en zintuig prikkelende manier over te brengen aan de consument. Het gaat bij ons om het omarmen van je unieke schoonheid. We willen dat je je comfortabel en zelfverzekerd voelt.



Voor Bodacious is het belangrijk dat het beeldmateriaal close up gefotografeerd wordt. Met als doel de warmte, delen van de huid en subtiele intimiteit in het beeldmateriaal centraal te maken. Het is van groot belang dat de foto's nooit op een drukke achtergrond worden gezet. We willen de achtergrond zo simpel mogelijk houden met onze eigen brandkleuren om de producten goed uit te laten komen. De visuals moeten een voorbeeld geven voor de verandering die wij willen doorzetten van de nieuwe vorm van sensualiteit.

Spotify en TikTok worden onze primaire platformen. Via deze platformen kunnen we ons visie het beste uit laten komen en het sluit goed aan bij de interesse van onze doelgroep. Daarnaast zullen we gebruik maken van een website om alle producten te verkopen.

Via TikTok delen we beelden, zoals behind the scenes van onze online campagne, korte clips opnemen voor promotie en audio fragmenten delen van onze podcast. TikTok is perfect voor korte video's waarbij snel de aandacht wordt gepakt. Zo leggen we in het kort uit wie wij zijn. Met een snippet van onze online campagne/ podcast fragment zorgen we er voor dat mensen via onze korte tiktok filmpjes geïnteresseerd raken in het onderwerp wat we bespreken of toelichten.



Dit sluit goed aan bij ons ander platform, Spotify. Wij promoten ons Spotify platform op tiktok door kleine beeld fragmenten te plaatsen van de wekelijkse podcast afleveringen.

Onze doelgroep wordt geleid naar onze spotify pagina om naar onze afleveringen te luisteren. Zo vormen we een betere connectie met onze doelgroep, omdat we onderwerpen die aansluiten bij Bodacious bespreekbaar maken.

Het werkt echter niet andersom, dus Tiktok is voornamelijk het platform voor promotie en campagne teasers en spotify voor de consument die zich er meer in wilt verdiepen.



Via onze website verkopen we onze producten. De link van onze website naar de andere platformen zouden dan heel simpel zijn. Op onze website heb je toegang via hyperlinks die leiden naar onze social media accounts. Dit wordt simpelweg erin gezet voor het gemak.

Bodacious

Menu

[Shop all](#) [New](#) [Shirts](#) [Vesten](#) [Broeken](#) [Jurken](#)

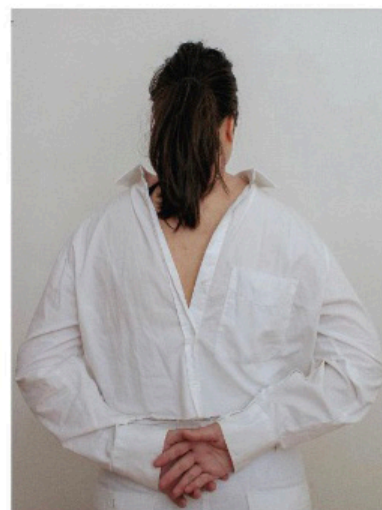
FILTER

LIST



Zintuigelijk zachte broek
€89,90

NEW ARRIVALS

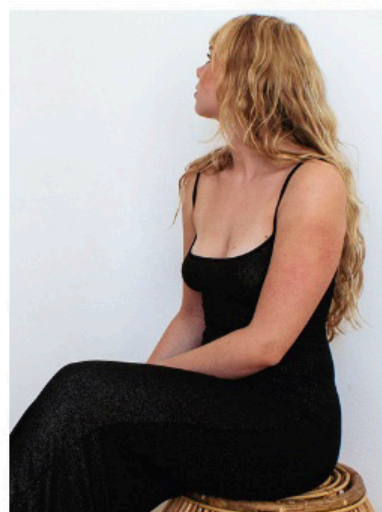


Relaxed rugloos shirt
€119,90

NEW ARRIVALS



Teder tank top
€39,90



Sensueel strelende jurk
€129,90



©Bodacious 2023

Podcast

Online campagne

De online campagne laat ons verhaal zien en de producten die we verkopen. Deze beelden laten we ook zien op al onze social media platformen die te maken hebben met beeld.

TikTok

Met ons TikTok account laten we kort maar krachtig zien waar Bodacious mee bezig is. Dit bestaat uit beeld materiaal zoals promotie, behind the scenes clips en aankondigingen. Onze TikTok wordt ook een belangrijk platform om onze podcast te promoten.





Website

Onze website bestaat voor het verkopen van onze producten en het doorlinken van onze sociale media platformen. Ook kunnen mensen onze beelden van de online campagne hier terug vinden.

Spotify

Op spotify plaatsen we onze podcast, genaamd "Sensualiteit en meer". Dit is een podcast gecureerd door ons als merk om het onderwerp "sensualiteit" dieper te bespreken via interviews met mensen die veel te maken hebben met sensualiteit in hun eigen werk.



Logo introductie

Een logo is als het gezicht van ons merk - het is de eerste indruk die we maken op onze doelgroep. Net zoals een selfie onze persoonlijkheid en stijl kan weergeven, weerspiegelt ons logo onze identiteit en waarden. Het is een visuele representatie van wie we zijn en waar we voor staan als merk. Met ons logo willen we een blijvende indruk achterlaten en herkenning creëren bij onze klanten en stakeholders.

BODACIOUS



Recommended Formats are:
.eps | .ai | .jpg | .tiff | .png

A t t e n t i o n :
Het gebruik van gestileerde, geanimeerde, met de hand getekende of andere versies van een onofficieel logo is niet toegestaan. Dit ondermijnt het logosysteem en de merkconsistentie. Neem contact op met de Bodacious Trademark Licensing als u vragen heeft of verdere hulp nodig heeft.



Logo A.

Background Version



Logo B.

No background

BODACIOUS



Do's en dont's

- Keer het logosymbool niet om
- Wijzig de stijl van het logotype niet
- Wijzig de maatverhouding niet tussen het logosymbool en logotype.
- Verander nooit de verhoudingen van het logo verticaal of horizontaal of het uiterlijk veranderen in elk geval
- Wijzig de kleur niet, alleen zwart of wit.

Het is belangrijk om het logo vrij te houden van andere grafische elementen. Om dit te reguleren is er rondom het huismerk een uitsluitingszone ingesteld. Deze uitsluitingszone geeft aan wat het dichtst bij een ander grafisch element of bericht kan worden geplaatst ten opzichte van de markering. Van het symbool zelf en onze bedrijfsnaam – ze hebben een vaste relatie die op geen enkele manier mag worden veranderd.

Clearspace:



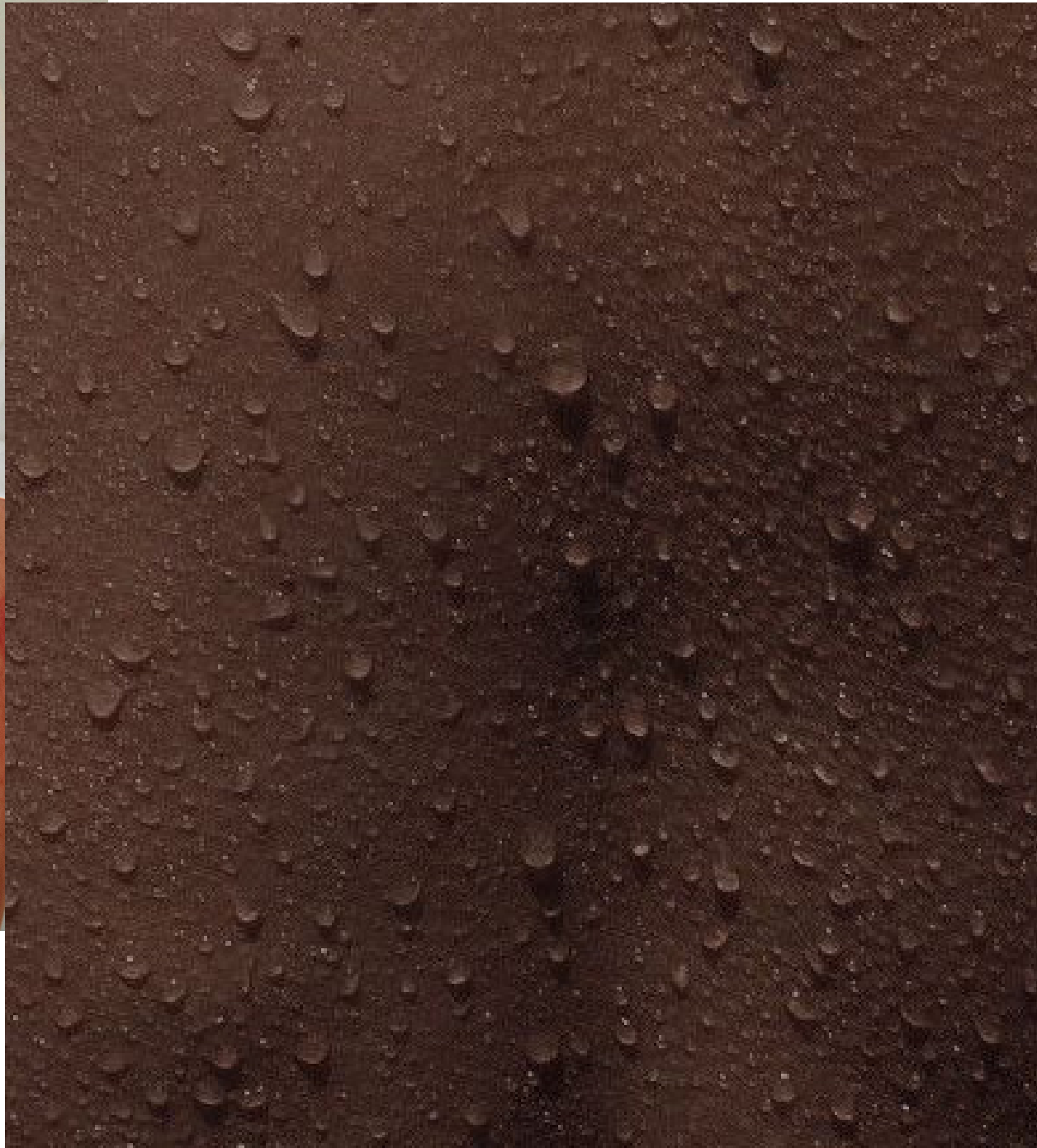
Definitie:

-

Telkens wanneer u het logo gebruikt, moet het omgeven zijn met vrije ruimte om de zichtbaarheid en impact ervan te garanderen. Geen enkele vorm van grafische elementen mag deze zone binnendringen.



‘Ik voel de zachtheid die mij omarmt als een verfrissend zomer briesje. Het verse fruit, waarbij je je druipende vingers aflikt. Het is de warmte die opstijgt wanneer iemand, van een afstandje, diep in je ogen staart. Een rilling, bij het horen van iemands stem dicht bij je oor. Het is de geur die je terugbrengt naar dat moment van comfortabel ongemak.’



Cocanats

Het Lettertype van onze
Titels en het logo

**A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s
t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W
X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z**

**0 1 2 3 4 5 6 7
8 9 0**

*** “ !”# \$ % & ’ () * + , -
. / : ; < = > ? @ [\] ^ _ ` ”**

Bold

Regular

Figures

**Special
Characters**

Kohinoor Bangla

Het Lettertype van onze tekst

**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z**

Bold

**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z**

Regular

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

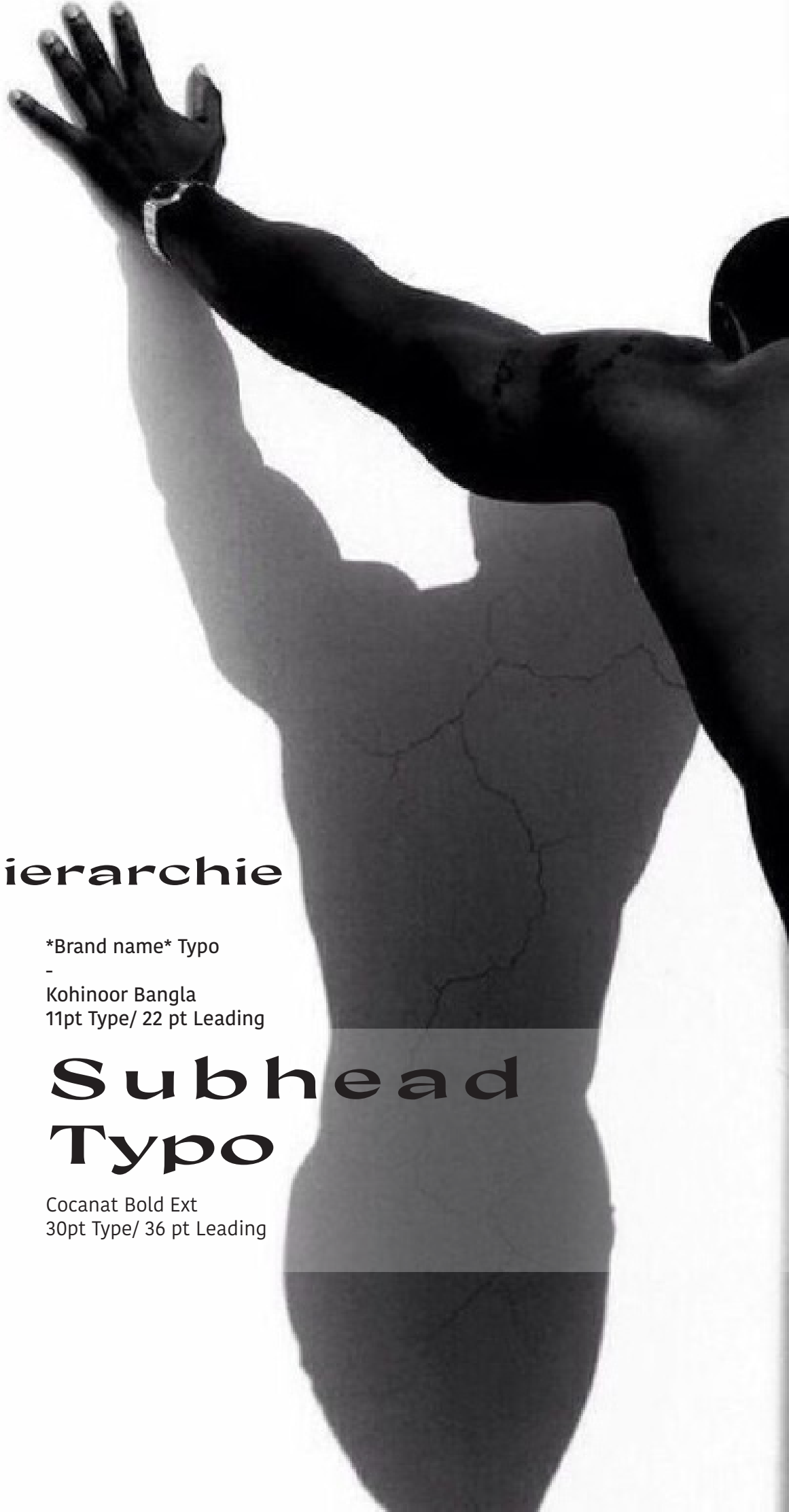
Figures

*** “ !”# \$ % & ’ () * + , - . / : ; < = > ? @
[\] ^ _ ` ”**

**Special
Characters**

Typografie

Typografie speelt een belangrijke rol bij het communiceren van een algehele toon en kwaliteit. Zorgvuldig gebruik van typografie versterkt onze persoonlijkheid en zorgt voor duidelijkheid en harmonie in alle Bodacious-uitingen. We hebben een lettertype geselecteerd dat helpt om energie en enthousiasme in de volledige Bodacious-uitingen te brengen, als primaire lettertypen.



Tekst Hierarchie

Copy Text

Brand name Typo

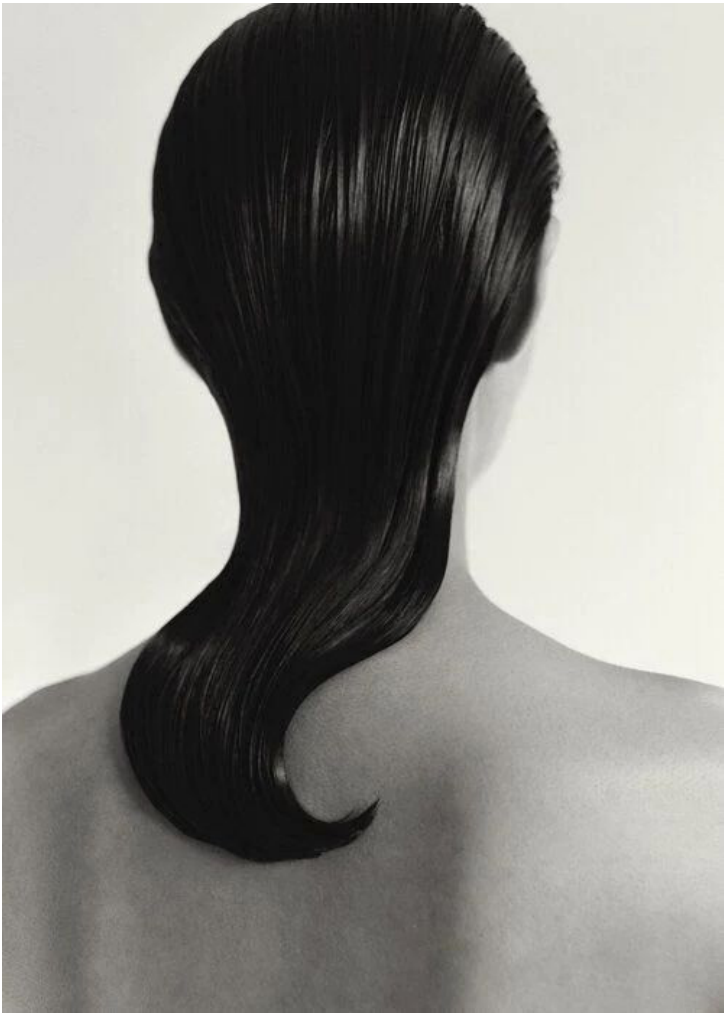
-

Kohinoor Bangla
11pt Type/ 22 pt Leading

Big Head- lines and Title

Subhead Typo

Cocanat Bold Ext
30pt Type/ 36 pt Leading





Manifest

We proeven, ruiken, horen en zien van alles. We krijgen het gevoel dat we leven wanneer onze zintuigen geprikkeld worden. Bodacious ziet een wereld voor zich waarin jongvolwassenen hun zintuigen gebruiken om de zachte kant van sensualiteit te verkennen. Onze kledinglijn zal helpt je sensualiteit op een nieuwe manier te ervaren.

Kleurgebruik

Het gebruik van kleur is een essentieel element in het visuele identiteitsysteem van ons merk. Door consistente kleuren te gebruiken in alle merkcommunicatie kunnen we een samenhangend en onderscheidend merkimago creëren. Dit brandbookpagina zal de kleuren beschrijven die we gebruiken in ons merk en hoe we deze kleuren gebruiken in verschillende contexten, zodat we onze merkconsistentie kunnen behouden en versterken.

CMYK :30% 82% 74% 26%

Smoky Topaz

100%

80%

60%

40%

20%

CMYK :8% 28% 33% 0%

Desert Sand

100%

80%

60%

40%

20%

CMYK :54% 59% 56% 28%

Wenge

100%

80%

60%

40%

20%

Binnen Bodacious zijn onze brandkleuren zorgvuldig gekozen vanwege hun unieke en betekenisvolle eigenschappen. Eén van deze kleuren is “Smokey Topaz”, dat een aura van mysterie met zich meebrengt, terwijl het tegelijkertijd een gevoel van rust en sereniteit uitstraalt. Deze kleur belichaamt ook een zekere sensualiteit die perfect past bij het imago van Bodacious.

Een andere belangrijke kleur voor ons merk is “Dessert Sand”. Deze subtiele en neutrale tint straalt een gevoel van geborgenheid uit. Het brengt een gevoel van warmte en comfort met zich mee, waardoor klanten zich direct op hun gemak voelen bij het ervaren van onze producten.

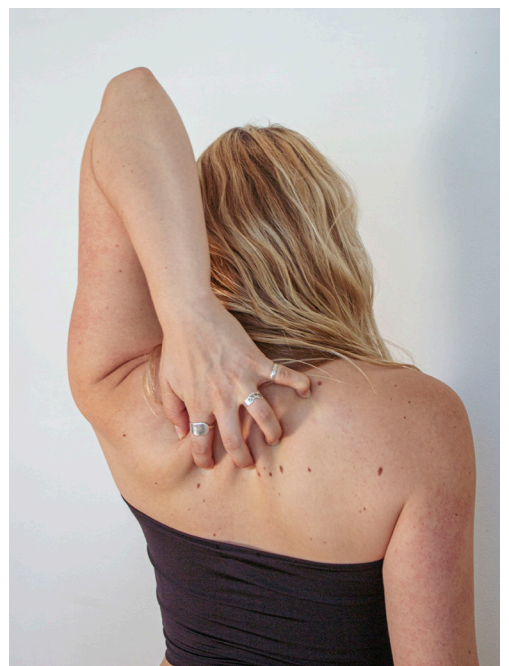
Daarnaast hebben we ook gekozen voor de kleur “Wenge”, die een elegant en verfijnd gevoel met zich meebrengt. Deze tijdloze kleur symboliseert ons streven naar kwaliteit en schoonheid. Het creëert een sfeer van tijdloosheid en stijl, wat perfect past bij Bodacious.

Wat twee van deze kleuren nog specialer maakt, is de betekenis die ze samendragen. “Dessert Sand” en “Wenge” symboliseren namelijk de diverse reeks van nude- en huidtinten die bestaan. Hiermee benadrukken we de inclusiviteit en diversiteit die we als merk omarmen. We willen een nieuw gevoel van sensualiteit creëren dat voor iedereen toegankelijk is.

Door zorgvuldig de juiste kleuren te kiezen en ze te verbinden met onze merkwaarden, streven we ernaar om een krachtige en consistente visuele identiteit voor Bodacious te creëren. Deze kleuren zijn niet alleen esthetisch aantrekkelijk, maar ze dragen ook bij aan de boodschap en het gevoel dat we willen overbrengen naar onze klanten.

Afbeeldingen en Fotografie

Het visuele materiaal dat we gebruiken is cruciaal voor het overbrengen van de waarden van Bodacious aan zowel onze huidige als potentiële klanten. Dit materiaal creëert een samengestelde psychologische indruk die voortdurend verandert afhankelijk van verschillende factoren, zoals de bedrijfsomstandigheden, mediaberichten, prestaties en uitspraken. Om ons publieke imago te verbeteren en aantrekkelijker te worden voor onze klanten, maakt Bodacious gebruik van diverse bedrijfsreclametechnieken. Ons doel is om een status-symbool te worden voor onze doelgroep.



Vereisten:

- Contrast definiëren
- Duidelijke esthetiek
- Scherpe afbeeldingen
- Gebruik van logo is een pré



Bodacious streeft naar het creëren van een sfeer die uitnodigt tot het verkennen van sensualiteit op een authentieke, organische manier door gebruik te maken van de juiste kleuren, texturen en composities. Modellen spelen hierbij een belangrijke rol en worden op de foto op een natuurlijke en spontane manier weergegeven, zonder te veel te poseren. Het kleurgebruik is voornamelijk warm, met aardetinten en brandkleuren die de natuurlijke uitstraling benadrukken, tenzij de foto in zwart-wit is. Alles wordt zorgvuldig geselecteerd om een indrukwekkende visuele ervaring te bieden die een gevoel van authenticiteit en organische sensualiteit overbrengt.

Onze platformen



@Bodaciousamfi



@Bodaciuos/ sensualeitenmeer



<http://www.bodaciousshop.nl>



BODACIONS



Creative Directors

Sacha Titsing

Marisa Baars

Malizia Beekman

Thijs van Waardenburg

