

Plexus Odense visuelle identitet

Hjemmeside: plexusodense.dk

- **Logo**

- En håndtegnet skrifttype med et hjerte, der symboliserer forbindelsen mellem mennesker.



- **Farver**

- Varme og indbydende nuancer, primært rød, der udstråler energi og nærvær.

Primærfarve:



Sekundær 1 Farve:



Sekundær 2 Farve: sort



- **Billeder**

- Fotos af unge mennesker i samvær, hvilket understreger det sociale fællesskab.
- billederne er af lav kvalitet; pixileret billeder,

- **Design**

- Enkel og overskuelig struktur i headeren, men sider mangler overskrifter som gør siden let og overskuelig at læse.

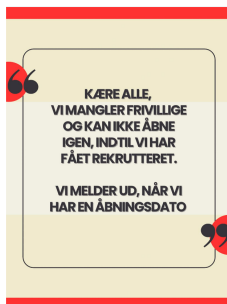
Instagram: @plexusodense

Visuel stil

- Ingen billeder af mennesker.



- grafisk



Målgruppe

- Unge mellem 20 og 35 år, der søger et inkluderende fællesskab.

Tone of voice

- Uformel og informerende

Facebook: Plexus Odense

- Indhold
 - Opdateringer om kommende arrangementer, billeder fra tidligere begivenheder og information om aktiviteter. Indholdet er meget uformelt og personligt.
- Engagement
 - Interaktion med følgere gennem kommentarer, delinger og opslag.
- Formål
 - At holde nuværende og potentielle deltagere informeret og engageret.



Opsummering

Plexus Odense fremstår som et varmt og inkluderende fællesskab for unge. Identiteten signalerer nærvær, energi og uformelt samvær, men den visuelle sammenhæng kan styrkes for et mere professionelt og genkendeligt udtryk. Nogle af deres medier er næsten ikke eksisterende, selvom en stor del af målgruppen benytter sig af disse medier.