



chajjiä
Brandbook.



Strategie

| | |
|----|-----------------|
| 04 | Brandkey |
| 17 | Manifest |
| 20 | Visuele stijl |
| 26 | Merkuitstraling |

Brandkey

Het doel van een brand key model is om Chajiä af te pellen tot de essentie. Vanuit de essentie formuleren we een heldere strategie om te bouwen aan een herkenbaar merk.

1. Kernkracht
2. Competitie
3. Doelgroep
4. Inzichten
5. Voordelen
6. Merkpersoonlijkheid
7. Geloofwaardigheid
8. Onderscheidende kracht
9. Essentie



1. Kernkracht

Eigen regie

Als oprichter en conceptbewaker staat Appie zelf in de zaak. Hij heeft de regie op alle fronten; receptuur, bereiding van gerechten, het concept, de marketing etc.

Kwaliteit

Met behulp van kwalitatieve leveranciers en Appie zijn streven naar perfectie, worden recepten tot in de puntjes uitgewerkt en bereid.

Verbinding

Met zijn Marokkaanse roots en enorme kennis over lekker eten, weet hij als geen anders (eet)culturen met elkaar te verbinden.

2. Competitie

Chajiä concurreert met zaken die van 'fastfood' een nieuwe culinaire ervaring weten te creëren op product aanbod.

Fastfood met een twist

Een goed voorbeeld hiervan is Het Frites Atelier van Sergio Herman, of De Frietbar in Eindhoven, die een 'normale snack' serveert met een twist.

Foodspots Strijp-S

De foodhotspots op Strijp-S breiden zich uit, waaronder Str'eat. Str'eat serveert traditionele gerechten uit verschillende eetculturen, terwijl Chajiä deze klassieke gerechten op een vernieuwende wijze benadert.

Aanbod zakelijke lunch/diner locaties

Veel bedrijven op en rondom Strijp-S gaan tijdens hun lunchpauze regelmatig buiten de deur eten. Vaak zijn zij op zoek naar een lekkere, snelle hap, die wel afwijkt van hun eigen boterham.

3. Doelgroep

Bedrijfsleven (overdag)

Chajiä gelegen in het hart van Strijp-S is perfect voor bedrijven die regelmatig buiten de deur lunchen, zowel met klanten als met het team.

Locals (avond)

Strijp-S is een hippe en populaire woonwijk. Locals genieten 's avonds bij Chajiä van kibbeling met friet of een zalmhotdog. Er is keuze uit een klassieker of een experimentele maaltijd. Op warme zomeravonden kunnen ze op het terras van de nazon genieten.

Wat mensen verbindt

De bezoekers delen nieuwsgierigheid en een voorliefde voor goed eten. Ze waarderen een experiment en laten zich graag inspireren. Ze komen voor gerechten die ze thuis niet zo lekker kunnen bereiden.

4. Inzicht

Chajiä is een restaurant met een verhaal, maar in de vluchtige wereld hebben we aandacht nodig om het verhaal te vertellen.

Daarom hebben we een credo nodig, een kort overtuigend motto dat we onlosmakelijk aan Chajiä kunnen verbinden. Wat mensen onthouden en doorvertellen.

5. Voordelen

Betrouwbaar

Al jaar en dag is Chajiä op dezelfde tijden geopend, je weet dus altijd wanneer je op een heerlijke maaltijd van Chajiä kan rekenen. Bovendien mag je altijd uit gaan van de beste kwaliteit. Een maaltijd die écht gemaakt is met passie.

Verrassend

Dankzij de drang om te innoveren en experimenteren, vind je bij Chajiä met grote regelmaat nieuwe gerechten op de menukaart.

Verbinding

Chajiä legt verrassende verbanden tussen de zee en (eet)culturen. De gerechten nodigen uit om online gedeeld te worden met vrienden en familie.

6. Merkpersoonlijkheid

Ambiteus / rebels

Bij Chajiä wordt voortdurend geëxperimenteerd. Bij alles wordt een stap verder gedacht en er wordt tegen de stroom in gezwommen. We doen niet hetzelfde als de rest. Dit is te danken aan de passie waarmee er continu aan het concept wordt gebouwt.

7. Geloofwaardigheid

Waarom betrouwbaar?

- Chajiä is op alle gewenste momenten beschikbaar (ruime openingstijden, al jaar en dag).
- Chajiä doet geen concessies op kwaliteit.

Waarom verrassend?

- Het aanbod van Chajiä kent met grote regelmaat nieuwe recepten/producten.
- Chajiä heeft een drang tot innoveren en experimenteren.

Waarom verbinding?

- Chajiä legt verrassende verbanden tussen de zee en eetculturen; zoals een vishotdog en een sushiburrito.
- Een bezoek aan Chajiä wil je graag vastleggen en delen.

8. Onderscheidende kracht

**chajiä zwemt graag
tegen de stroom in.**

De kracht achter Chajiä zit in de authenticiteit en de passie waarmee het is opgezet en die wordt doorvertaald in de gerechten. Maar voor een bezoeker die (voor het eerst) binnenkomt is dit niet direct duidelijk. Het is tijd om te laten zien wat de kracht is van Chajiä.

9. Essentie

chajjā Een goede vangst.

Chajjā is dé plek waar (eet)culturen samenkomen. Hier wordt ieders verlangen naar goed eten vervuld. Of het nu gaat om een snelle hap, comfort food, het ontdekken van nieuwe smaken of het genieten van echte klassiekers.





Manifest

Bij Chajiä zwemmen we graag tegen de stroom in, gewoon goed, is voor ons niet goed genoeg. Iedere dag creëren we en voelen we ons als een vis in het water. Onze plek prikkelt alle zintuigen, waar je niet alleen proeft, maar de gehele smaak van Chajiä te pakken krijgt.

We streven ernaar om onze passie tastbaar te maken in alles wat de keuken verlaat. Van het eerste ingrediënt, tot de laatste verpakking. In elke hap, in elke bite, in elke stap. We zijn niet bang om in het diepe te springen. Met tijdloze klassiekers én vernieuwende variaties met een twist, weerspiegelen de gerechten onze roots.

Kom binnen en laat je onderdompelen in onze wereld. Waar we een brug slaan tussen verschillende culturen en smaken. Duik in de wereld van vis.

chajiä

Tegen de stroom in zwemmen is wat wij doen, continu. In onze gerechten streven naar perfectie. We doen net dat stapje verder. Het resultaat? Chajiä is in alle aspecten een **goede vangst**.

Chajiä is het antwoord op je vraag. Tijdens de lunchpauze, op een warme zomeravond, thuis op de bank of op je katerochtend. Met een breed (en uitbreidend) assortiment, is er voor ieder wat wils.

Kom je vaker langs? We zijn continu bezig met het ontwikkelen van nieuwe gerechten met verse en verrassende ingrediënten. Een maaltijd van Chajiä gaat nooit vervelen.



Visuele stijl

**Van creatief
concept
naar visuele
uitstraling.**



Inzicht visuele stijl

Tegendraads en uniek

Ook de visuele stijl gaat tegen de stroom in, met tegendraadse beelden en copy. De tone of voice is luchtig en bevat humor.

Diepe kleuren

Het kleurenpalet komt uit de diepere lagen van de oceaan. We wijken af van de standaard blauw-rood combinatie.

Echte eetervaring in beeld

Geen esthetische foodfotografie, maar het onhandig eten van goed belegde pita's, knoeien met sausjes en vingers afdrukken.

Social media

Op social media gebruikt Chajiä de hashtag #lekkertegendraads, waarmee klanten ook hun ervaringen en foodfoto's kunnen delen.



Concept thematiek

#lekker tegendraads

Het overheerlijke eten dat bij Chajiä wordt bereid. Gewoon echt lekker.

Tegen de stoom in zwemmen. Een eigen kijk hebben.

Triggeren van de nieuwsgierigheid.

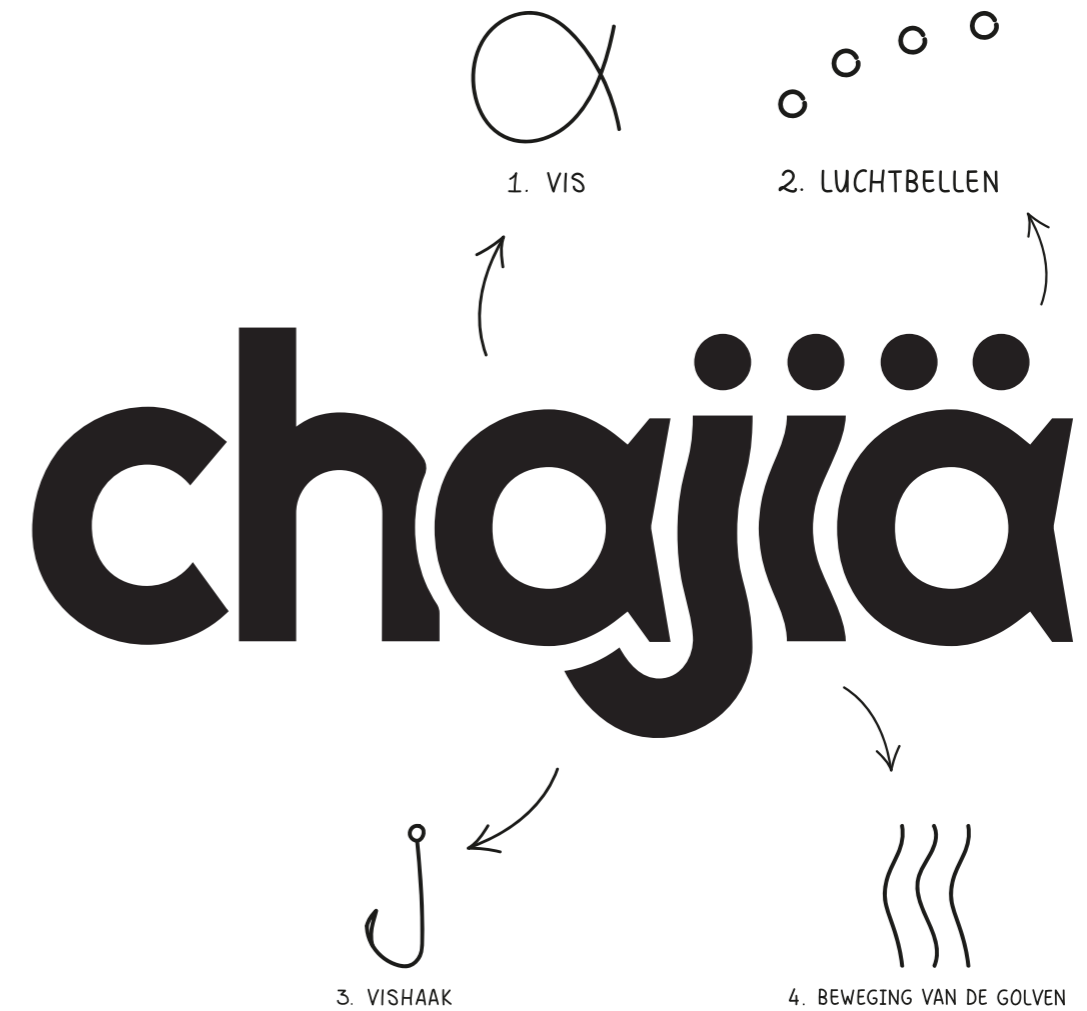


Merkuitstraling

| | |
|----|-----------------------------|
| 28 | Logo |
| 32 | Kleur |
| 34 | Typografie |
| 36 | Patroon |
| 38 | Beeld |
| 40 | Social media |
| 48 | Bedrijfskleding/merchandise |
| 49 | Actie aanbod |
| 50 | Menukaart |
| 52 | Etalage |
| 54 | Pand aankleding |
| 56 | Review |

Logo

Voor het logo van Chajiä is het 'tegen de stroom in zwemmen' de leidraad geworden. Er is gekozen voor een woordmerk met verschillende elementen die duiden naar het concept. De laatste vier letters hebben herkenbare beeldelementen die moeten helpen bij het onthouden en spellen van de naam.



Beeldmerk 1

Het beeldmerk is tweeledig te gebruiken. Door de vis in de kern te plaatsen, ontstaat er door tegenvorm een C (van Chajiä)

Deze vorm van het beeldmerk mag alleen gebruikt worden in de blauwtinten.



Beeldmerk 2

Het visje kan ook alleenstaand gebruikt kunnen worden als beeldmerk. Het visje kan dienen als punt achteraan een heading.

Het visje alleenstaand kan in alle kleuren van de huisstijl worden gebruikt, ook in het wit.



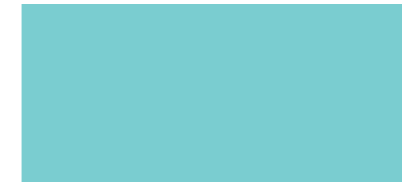
Kleur

Wij hebben onze eigen visie en duiken daarmee dieper het speelveld in aan kleurencombinaties. Wanneer we letterlijk dieper de zee in duiken komen we op een mysterieuze blauwe tint. Door deze te combineren met een contrasterende oranje kleur, ontstaat er een warm en uniek kleurenpalet.



Deep blue sea

C80/M26/Y51/K0 // R36/G132/B126
#268F88



Azure blue

C49/M0/Y20/K0 // R154/G204/B210
#8BCED3



Sunburn orange

C0/M72/Y79/K0 // R236/G100/B59
#EC633A



Sunset orange

C0/M43/Y64/K0 // R234/G170/B112
#F6A565

Typografie

De typografie voor headings is een schreefloos bold font met afgeronde hoeken. Sofia Sans Condensed Black. Dit straalt vriendelijkheid en openheid uit. Headings worden voornamelijk toegepast in de kleur wit. De punt aan het eind van een zin is het visje, deze mag wel in andere kleuren dan wit worden toegepast.

Voor de onder heading wordt Sofia Sans Condensed Semi Bold gebruikt. Wederom in het wit. De onderheading zal vaak de hashtag '#lekkertegendraads' zijn.

De bodytekst wordt vormgegeven in het lettertype Sofia Sans Condensed light. Afhankelijk van de achtergrondkleur wordt, bodytekst in het wit of zwart weergegeven.

Sofia Sans Condensed

Black
Heading

ABCDEFGHIJKL
012345?!&#@

Medium
Heading bodytekst

ABCDEFGHIJKL
012345?!&#@

Semi Bold
Onder heading

ABCDEFGHIJKL
012345?!&#@

Light Bodytekst

ABCDEFGHIJKL
012345?!&#@

Het bakje
erbij afluikken.
#lekkertegendraads

Sofia Sans Condensed Black
Heading met een eigenwijze en tegendraadse tone of voice.

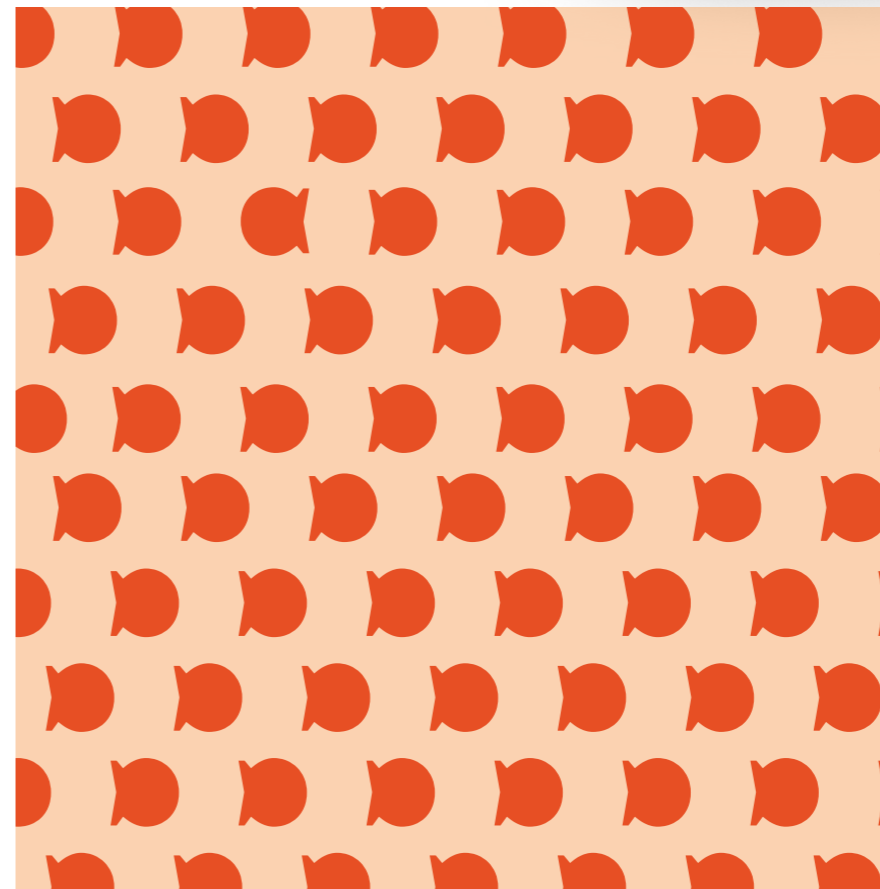
Sofia Sans Condensed Semi bold
Hashtag die het concept uitdraagt.

Patroon

Om het concept en de visuele stijl door te voeren is er een patroon ontwikkeld. Het vertaalt 'tegen de stoom in zwemmen' en 'lekker tegendraads' zijn.

Het patroon kan gebruikt worden als aankleding maar ook op verpakkingsmaterial, kleding of servetjes.

In het patroon zwemmen de visjes van links naar rechts. Het visje dat tegen de stoom in zwemt en dus Chajiä vertaalt, zwemt van rechts naar links.

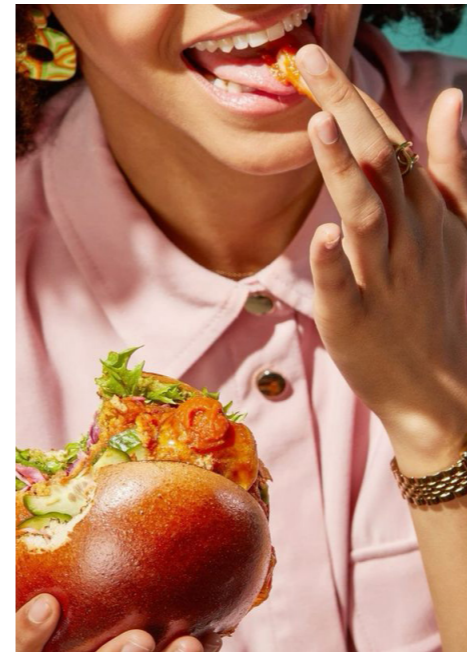


Beeld

Chajiä's tegendraadse aanpak zie je ook terug in de fotografie. Geen esthetische foodfoto's, maar juist het onhandig eten van goed belegde pita's, knoeien met sausjes, en vingers aflikken. Het genieten staat centraal.

De foto's hebben sterk contrast tussen licht en schaduw door de felle zon. In donkere omgevingen wordt met flits gewerkt om dit effect te behouden. De stijl is kleurrijk, zowel in kleding als eten, met contrasterende kleuren.

Technieken zoals inzoomen en afsnijding maken de beelden spannend. Hoewel Chajiä perfectie nastreeft in gerechten, zijn de foto's juist een tikje rommelig, maar altijd op een smakelijke manier.



*De fotografie is alleen ter inspiratie en mag niet voor Chajiä's uitingen worden gebruikt.

Social media

In de visuals komen alle stijlelementen samen: tegendraadse fotografie, sterke short copy met het visje als punt, en de hashtag #lekkertegendraads. Dit alles is omlijst met een kleurrijke rand. De visuals zijn verdeeld in drie contentlagen.

Culture

Mensen die genieten van Chajiä-gerechten, ondersteund door tegendraadse copy.

Product

Alle gerechten uitlichten en een producteigenschap benoemen, zoals huisgemaakte pita's of klassiekers met een twist.

Inhakers

Inhaken op momenten dat Chajiä het antwoord is, zoals Valentijnsdag voor singles of een katerontbijt na een stapavond.



Culture visual



Product visual



Een sterke copy zin die tegen de etiketten aanschopt.

Visje voor de herkenbaarheid.

Concept thematiek die de identiteit van Chajiä benadrukt.

Fotografie waarbij de afbeelding zo is ingekaderd dat het eten centraal komt te staan. Er wordt gebruik gemaakt van technieken als inzoomen en afsnijden.



Call to action.

Vrijstaand beeld van een gerecht van Chajiä dat het witte kader overlapt.

Heading die aansluiten bij Chajiä, mag humor bevatten.

Visje voor de herkenbaarheid.

Gekleurd vlak in het midden met een wit kader.

Concept thematiek die de identiteit van Chajiä benadrukt.

Culture visual



Product visual

Hier gooien we
het over een
andere boeg.
#lekkertegendraads



Proef onze huisgemaakte pita's

Hier loopt het
water van in
de mond.
#lekkertegendraads



Hier zwem
je mee weg.
#lekkertegendraads

Proef onze poké bowls



Gooi je
AVG'tje
over boord.
#lekkertegendraads



Inhaker visual

Hengel hier je
liefde binnen.
#lekkertegendraads



Jouw bekroning
na koningsdag.
#lekkertegendraads



Haal deze
zomer in
je bowl.
#lekkertegendraads



Maak deze
Halloween
extra spicy.
#lekkertegendraads



Bedrijfskleding/ merchandise

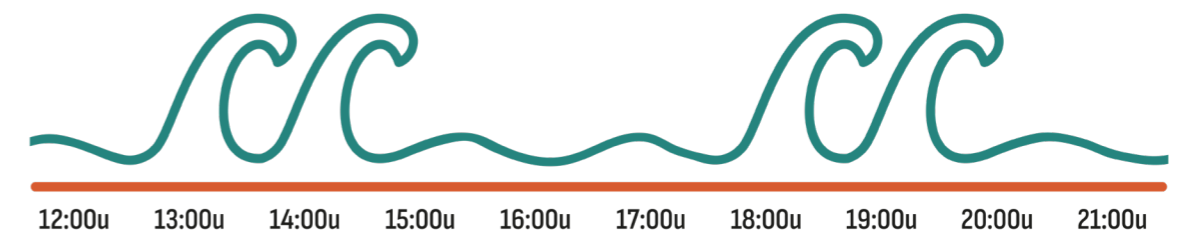
In de meeste restaurants draagt men geen pet en zeker niet als onderdeel van de bedrijfskleding. Omdat Chajiä lekker tegendraads is, is een vissershoedje onderdeel van de bedrijfskleding.

Het vissershoedje kan gedragen worden door werknemers, maar kan e.v.t. ook verkocht worden als merchandise.



Actie aanbod

Bij Chajiä zijn er geen spitsuren, maar eb- en vloeduren. Tijdens de eb-uren is het rustiger. Door middel van acties kun je gasten trekken om juist in de rustige uren langs te komen voor een maaltijd.



Menukaart

Bij Chajiä wordt het eten besteld via een servicekiosk. Middels een screensaver worden de lekkerste gerechten getoond. Met een knipoog naar tinder begint de screensaver met de tekst 'swipe voor pikante foto's'. Wat een 'shockerend' effect kan hebben, vooral binnen restaurant sferen. Vervolgens 'swipen' er afbeeldingen van onze overheerlijke, pikante gerechten voorbij.

Wanneer men daadwerkelijk wil bestellen, klikken ze op het scherm en komen ze in de bestelomgeving terecht.

Houd in gedachten dat de invulling van de screensaver altijd tegendraads en afwijkend moet zijn van het traditionele. De 'swipe voor pikante foto's' kan dienen als voorbeeld. Mocht de screensaver aangepast worden, dan moet dit ook tegendraads zijn.



Etalage

Voor de buitenkant wordt drukwerk gecreëerd, dat wederom niet standaard is. Namelijk beelden die volledig worden ingevuld door de klanten in de zaak. Deze aanpak zorgt voor een humoristisch effect en trekt de aandacht van voorbijgangers.

Er zijn nog veel meer mogelijkheden voor de aankleding van de etalage. Houd hierbij in gedachten dat het altijd tegendraads moet zijn en dus moet afwijken van het traditionele.



Pand aankleding

Chajiä wil wachtende gasten graag een beetje vermaken. Dit doen ze middels een muur waar gasten op zoek moeten naar het tegendraadse visje. Daarnaast is deze muur een laagdrempelige manier om de visuele identiteit ook in de zaak tot leven te laten komen. Deze pand aankleding dient ter inspiratie.

Er zijn nog veel meer mogelijkheden voor de aankleding van het pand. Probeer daarin altijd af te wijken van de standaard.

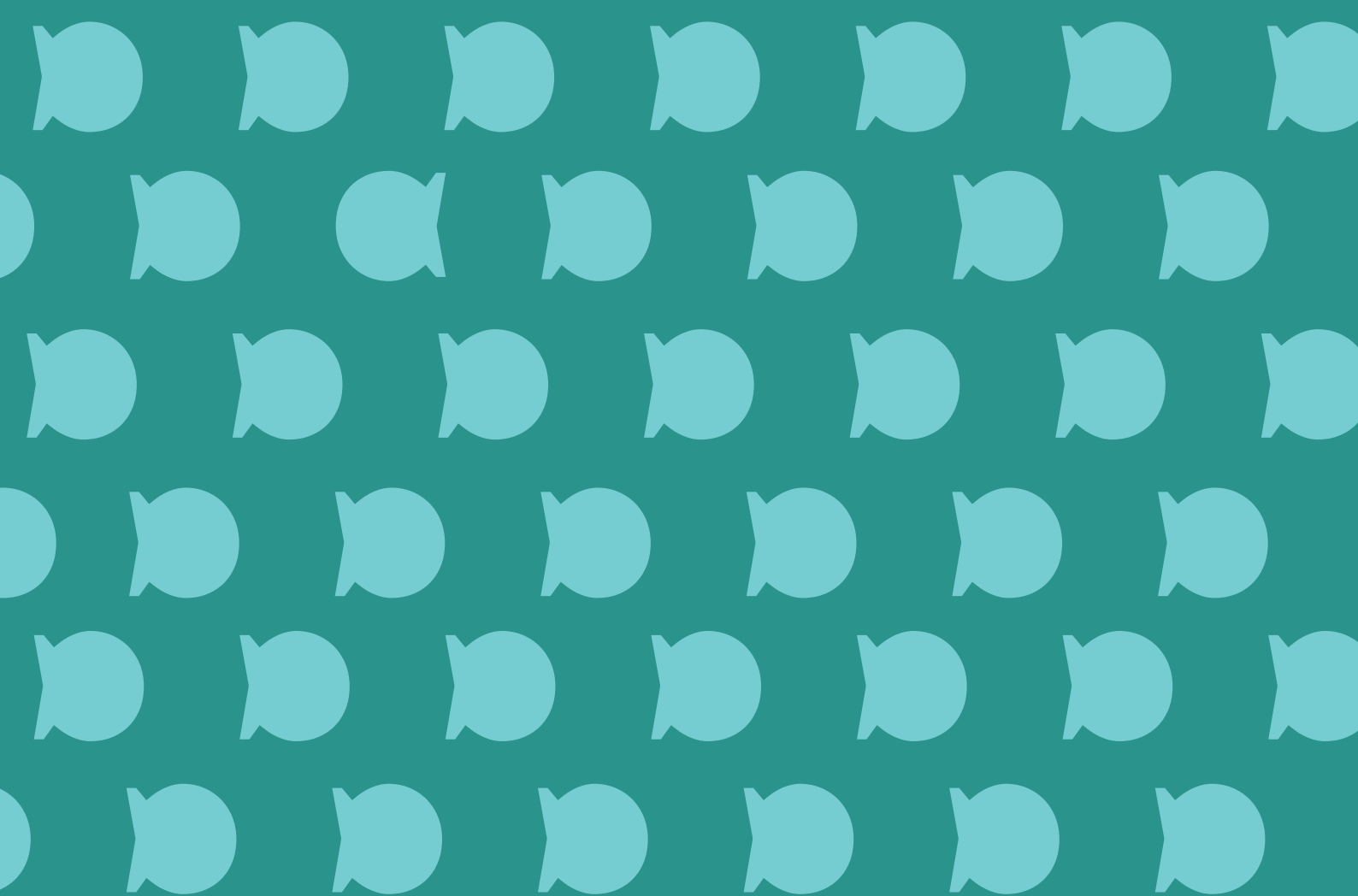


Review

Op dit moment zijn er diverse positieve online recensies die getuigen van de tevredenheid van onze klanten. Online recensies plaatsen zijn de standaard geworden. Daarom nodigt Chajjiä klanten uit om hun recensies persoonlijk achter te laten, wat direct contact stimuleert en de mogelijkheid biedt om de voordelen van Chajjiä persoonlijk te benadrukken.

Ook voor het plaatsen van reviews zijn verschillende mogelijkheden. Bedenk iets dat nog niet eerder is gedaan en waarin de eigenheid van Chajjiä naar voren komt.





chajjää

Een goede vangst.