

FILLING PIECES

Suze Guldie
2a



INHOUDSOPGAVE

- Inleiding
- Persona's
- Empathy map
- Why, how, what
- Missie, visie
- Communicatie
- Hkw-vraag
- Crazy 8, Gek, gekker, goed
- Visualisatie, zeester
- Visualisatie, video
- Visualisatie, moodboards
- Conclusie

INLEIDING

Filling Pieces staat bekend om het overbruggen van verschillen en het samenbrengen van diverse werelden. Dit concept is daar een verlengstuk van: door overgebleven stoffen te gebruiken om unieke patches te creëren, willen we mode en duurzaamheid samenbrengen. Het idee draait om het geven van nieuw leven aan oude kledingstukken, waarbij elke patch niet alleen een duurzaam statement maakt, maar ook een persoonlijke toevoeging is aan jouw jeans.

In deze uitwerking ligt de focus op het verbinden van esthetiek, functionaliteit en betekenis. Het project is geïnspireerd door de overtuiging dat mode niet alleen draait om hoe het eruitziet, maar ook om wat het zegt en doet. Door letterlijk gaten te vullen met overgebleven stoffen, overbruggen we niet alleen verspilling, maar ook de kloof tussen creatieve expressie en bewuste keuzes.



PERSONAS



- Fashion boy, stoer gekleed- kosmopoliet

creatief, authenticity, geen fast fashion, feminine masculine, into vintage, aandacht voor silhouetten, creator

De creatieve fashion boy shopt bij Filling Pieces omdat het merk hem de mogelijkheid biedt om zich te onderscheiden met unieke en gedurfde designs. Hij waardeert de combinatie van luxe en streetwear, die zijn persoonlijke stijl en creativiteit perfect weerspiegelt. Met Filling Pieces kan hij modieus experimenteren en trends combineren, terwijl hij toch de hoge kwaliteit en het vakmanschap krijgt die hij belangrijk vindt. Voor hem is het essentieel om expressief en origineel te zijn, en het merk biedt precies die exclusiviteit en innovatie die passen bij zijn lifestyle.

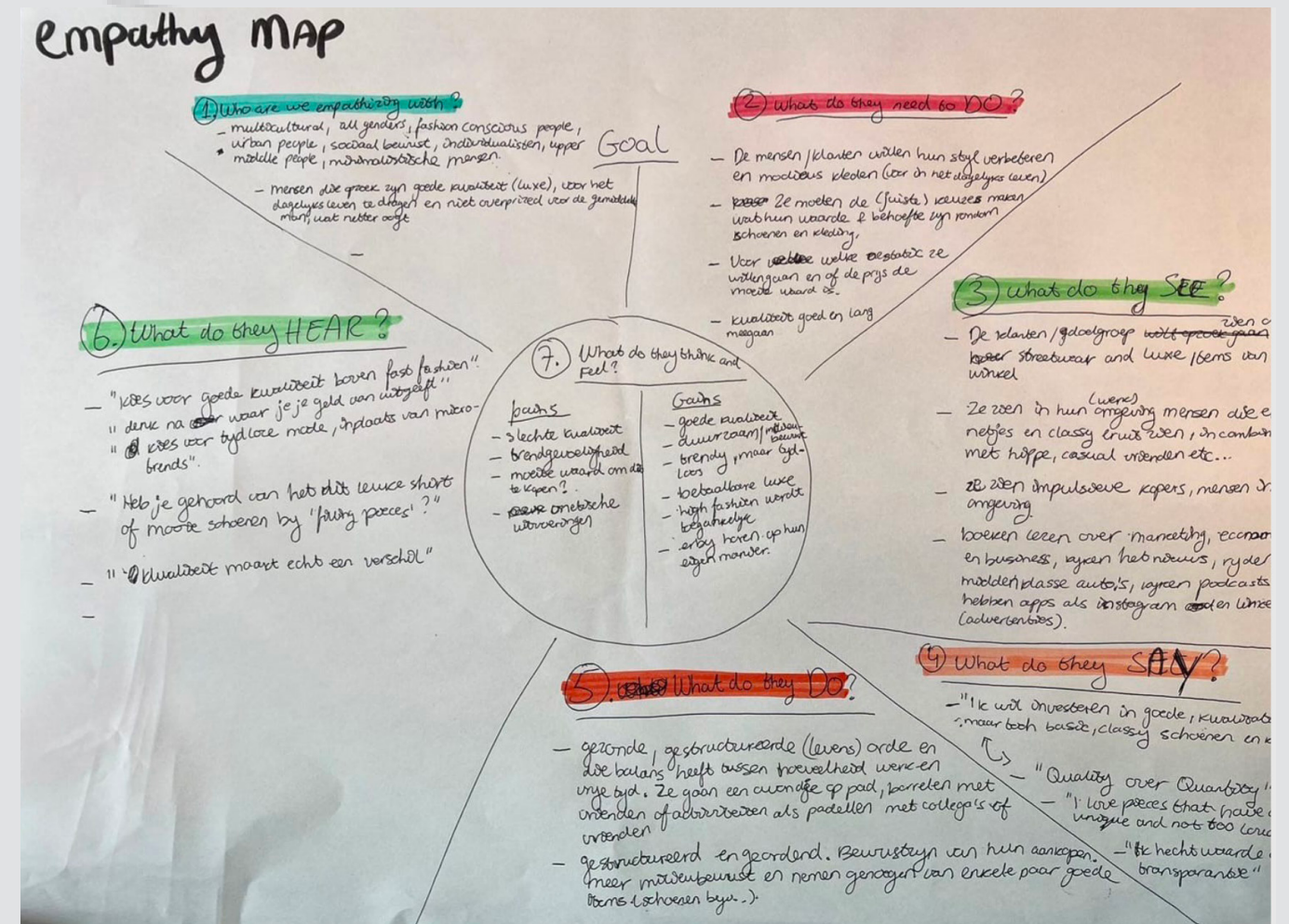
- Genderneutraal student gefocust hoog inkomen
- student, gen z, lgbtq, uit amsterdam, explorer, digitaal, vegan

De genderneutrale student shopt bij Filling Pieces omdat het merk een inclusieve en eigentijdse stijl biedt die perfect aansluit bij hun behoefte aan mode die niet gebonden is aan traditionele gendernormen. Met zijn minimalistische en veelzijdige ontwerpen kan Filling Pieces hen helpen om hun identiteit op een authentieke en comfortabele manier uit te drukken. Ze waarderen de combinatie van luxe en streetwear, die hen de vrijheid geeft om hun persoonlijke stijl te omarmen zonder zich te conformeren aan vaste categorieën. Daarnaast biedt het merk kwaliteit en duurzaamheid, wat belangrijk is voor studenten die bewust consumeren.



Veel geld, weinig sociaal, strak, geordend, lezen, ruler, minimalistisch

A collage featuring a woman in a black coat, a credit card, a laptop, a bottle of wine, and various text labels like 'Stijl', 'Geld', 'Geordend', 'RULER', 'Strak', and 'Minimalistisch'. The background is a textured, stone-like surface. The woman is in the center, looking directly at the camera. The credit card is in the upper left, showing the number 1234 5678 9012 and the name 'Name Surname'. The laptop is in the upper right, showing the Apple logo. The bottle of wine is in the lower right, with a label that says 'OGIO'. The text labels are scattered around the collage, some in bold, some in a stylized font.



WHY, HOW, WHAT

HOW

Door genderneutrale en duurzame kleding te maken en te communiceren met de klant.

WHY

Filling Pieces gelooft dat klanten hun persoonlijkheid en stijl kunnen uitten door het dragen van hun kleding.

WHAT

Door tijdloze kleding en schoenen op een duurzame manier te maken, waardoor de prijskwaliteitverhouding goed blijft.



MISSIE, YISIE

MISSIE

“Every design choice we make is based on quality, responsibility and design, that also counts for where of how we produce. Each material that we source or way to fabricate this, comes with decision making with quality in mind.

To me quality is not only on how durable a product is, but also how it feels, ages and fits. This is our premise.”

YISIE

We believe in unity through diversity, using design as a language to create positive change. At Filling Pieces we champion youth, independence, creativity, inquisitiveness and ambition.

We aim for the highest standards, whilst nurturing young talent and further encouraging the personal growth of our employees. Through our global network of family and friends, we connect like-minded people with the goal to create a better world. Our shared vision of the world is one free from division. We believe that the differences between us as individuals, is what make us stronger collectively.

Filling Pieces encourages those who dare to show initiative and stray from the beaten path, because we believe that only by finding our own way beyond the boundaries set by society can we improve.

Our way of life allows us to experience joy every day, and we wish to share these beliefs with the world.

Bridge the gap.



COMMUNICATIE

Filling Pieces gebruikt eenvoudige maar luxe branding om hun stijl en visie te laten zien. Het logo is strak en modern, vaak in zwart-wit. Labels en verpakkingen zijn minimalistisch, met focus op kwaliteit en details. Op hun website en sociale media vertellen ze verhalen die mensen verbinden, wat past bij hun idee van bruggen slaan tussen werelden zoals streetwear en luxe.



Our offering has continued to evolve, adapting and expanding to now include more innovative footwear silhouettes and a full ready-to-wear collection complete with bags, accessories and eyewear.

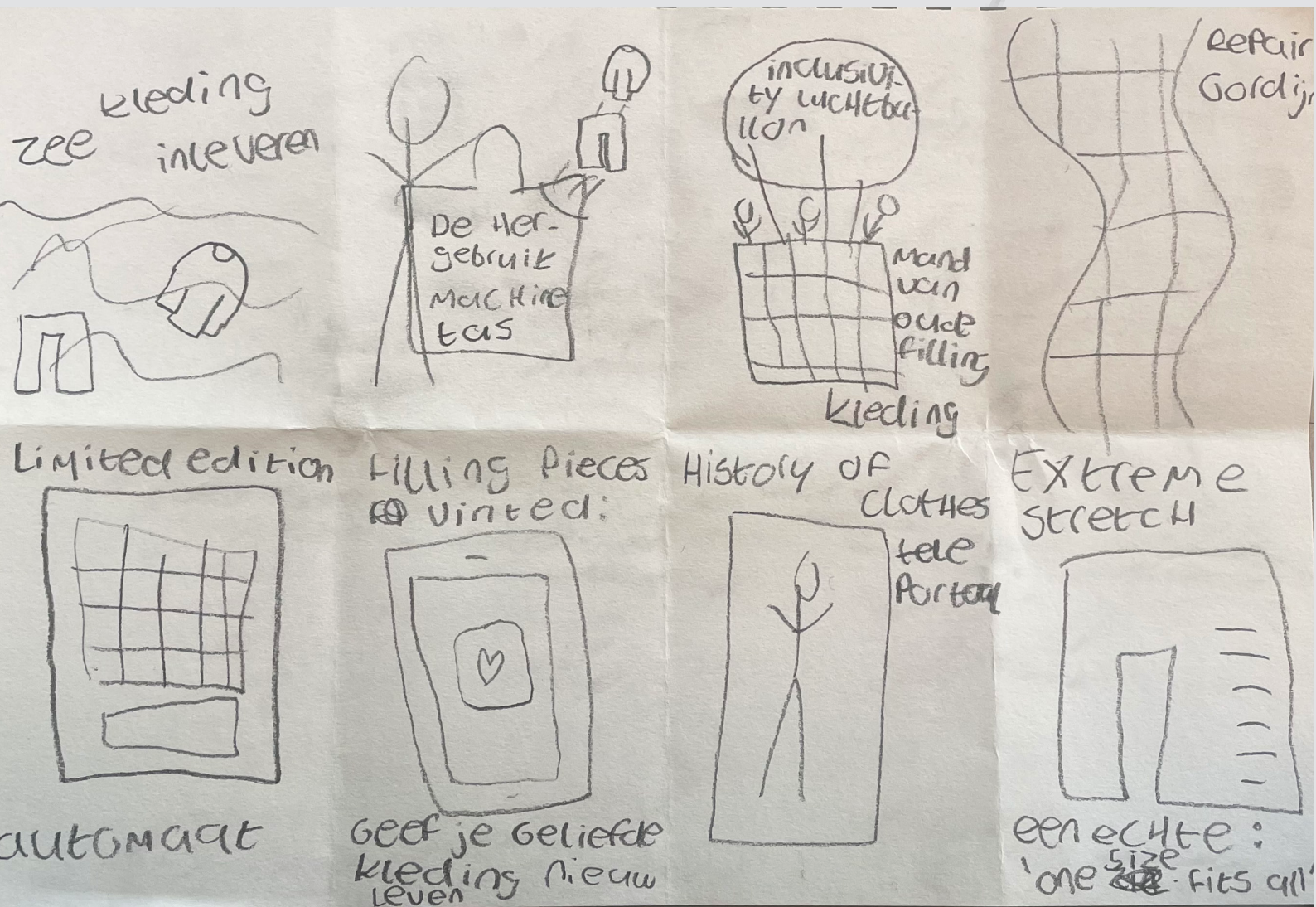
The desire to challenge the status quo and inspire through sheer creativity has never left us. With this mission, Guillaume has continued to push boundaries in the realms of luxury streetwear for over 10 years. Navigating the traditional fashion industry in a way that encourages diversity, inclusivity and representation. Fostering an environment for young creative talent within Filling Pieces itself, and last year on Holland's Next Top Model 2022. Joining the team as a judge, alongside the talented Yolanda Hadid, Philippe Vogelenzang and Loiza Lamers - in search of the next top model within the Netherlands.

HKW-1RAAG

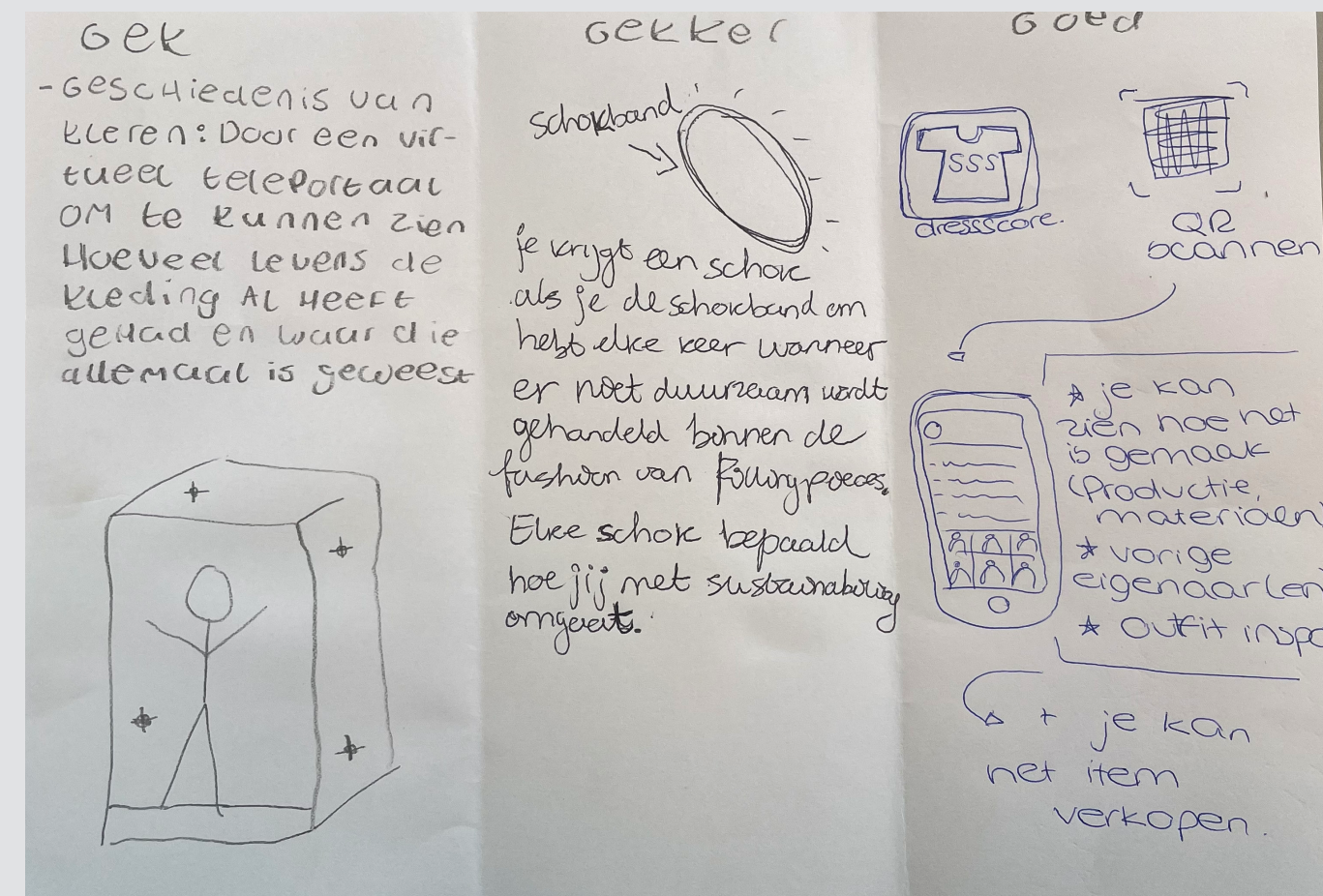


“Hoe kunnen wij modebewuste jongeren inspireren om hun unieke stijl en persoonlijkheid uit te drukken door middel van onze kleding, terwijl we tegelijkertijd een inclusieve en vooral duurzame merkbeleving bieden?”

CRAZY, GEK, GEKKER, GOED



Bij de gek-gekker-goed heb werd ik enorm uitgedaagd om verder te kijken dan mijn neus lang is. Er kwamen zeker interessante ideeën uit, maar uiteindelijk ben ik toch bij mijn eerste idee gebleven, dus de paches. Wel vond ik het heel fijn om nog meer ideeën te bedenken, omdat ik me zanders altijd had afgevraagd of ik nog iets beters zou kunnen verzinnen.



VISUALISATIE, ZEESTER

Een zeester staat symbool voor herstel en regeneratie – eigenschappen die naadloos aansluiten bij het idee van Filling Gaps. Net zoals een zeester zichzelf kan herstellen, geven de patches in deze vorm kapotte kleding een nieuw leven. Bovendien trekt de opvallende, unieke vorm meteen de aandacht en voegt het een speels en stijlvol element toe. Het is niet zomaar een patch, maar een krachtig symbool van duurzaamheid, vernieuwing en creativiteit!



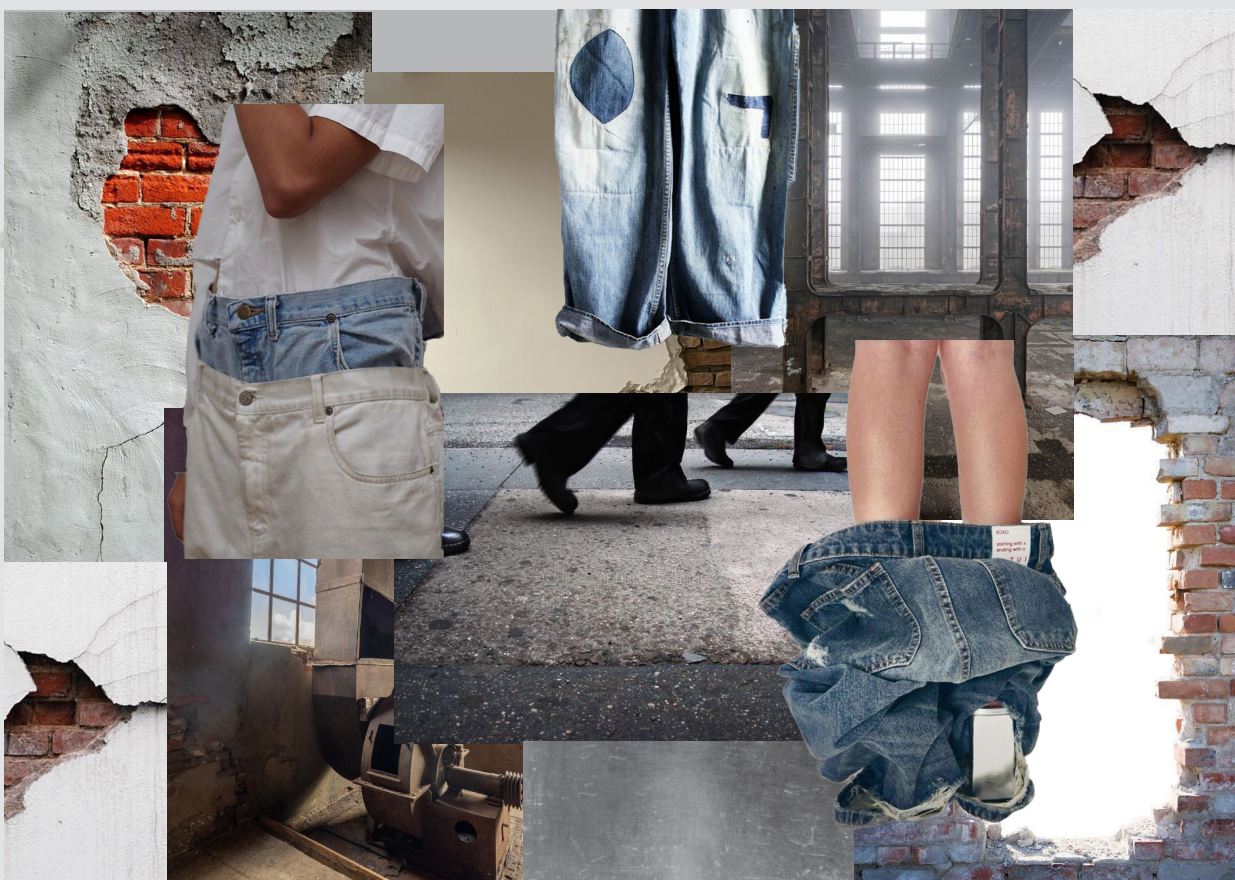


VISUALISATIE, VIDEO



De video draait om het herkennen van elkaar in de broeken die de twee acteurs dragen. De acteurs zijn hele verschillende vrouwen qua uiterlijk en innerlijk en hebben totaal verschillende achtergronden. In de video lopen ze langs elkaar op straat en geven ze elkaar een blik van herkenning omdat ze allebei hun eigen unieke Filling Gaps broek aanhebben. Ondanks hun verschillen voelen ze dus warmte en herkenning bij elkaar, dit verhaal staat weer symbolisch voor de quote van Filling Pieces: 'Bridge the Gap.'

VISUALISATIE, MOODBOARD



Dit benadrukt dat duurzaamheid en creativiteit niet alleen thuis horen in een ambachtelijke setting, maar ook in de snelle, commerciële wereld. Het laat zien dat zelfs in een omgeving die draait om perfectie en efficiëntie, ruimte is voor unieke en bewuste keuzes.

De ruige look van het filmpje past perfect bij de stoere, duurzame uitstraling van de jeans en benadrukt het karakter van het concept: robuust, uniek en gemaakt om lang mee te gaan. De keuze voor de Zuidas, met zijn moderne kantoren en stijlvolle barren, is bewust. Het vormt een krachtig contrast tussen de gepolijste, zakelijke omgeving en de rauwe, creatieve esthetiek van de denim.



CONCLUSIE



De stappen die ik heb genomen om de uitingen te maken, waren nodig om het concept duidelijk en sterk over te brengen. Ik heb in de communicatie vooral de duurzaamheid en het unieke karakter van elk kledingstuk benadrukt. Door de patches centraal te stellen in zowel de ontwerpen als de teksten, komt de boodschap van “Filling Gaps” goed naar voren. Het concept laat letterlijk en figuurlijk zien hoe gaten kunnen worden overbrugd.

Ook heb ik geleerd hoe belangrijk het is om in alle uitingen consistent te zijn. Door een herkenbare stijl te gebruiken, zowel qua beeld als tekst, bleef het concept op alle platforms sterk en duidelijk.

Dit project heeft me geholpen om beter te worden in het ontwikkelen van ideeën en het versterken van een merk. Het liet me ook zien hoe creativiteit een verschil kan maken in duurzaamheid en mode.

Tijdens het ontwikkelen van het concept voor Filling Pieces heb ik geleerd hoe belangrijk het is dat een idee niet alleen mooi is, maar ook inhoudelijk goed in elkaar zit. Het concept draait om het hergebruiken van overgebleven stoffen om unieke patches te maken. Dit liet me zien hoe duurzaamheid en persoonlijke stijl samen kunnen gaan. Het project heeft duidelijk gemaakt dat een goed idee pas werkt als het past bij zowel de visie van het merk als wat de doelgroep belangrijk vindt.