



**ERWIN
WEBER**

INTERACTION
DESIGNER

PORTFOLIO

INTRODUCTIE



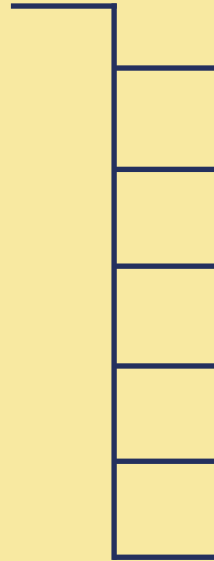
Wat leuk dat je interesse hebt in mijn werk, in dit document zal ik zo goed mogelijk mijn vermogen tot het creëren van (digitale) kunstwerkjes tentoonstellen.

Wil je me eerst even leren kennen?

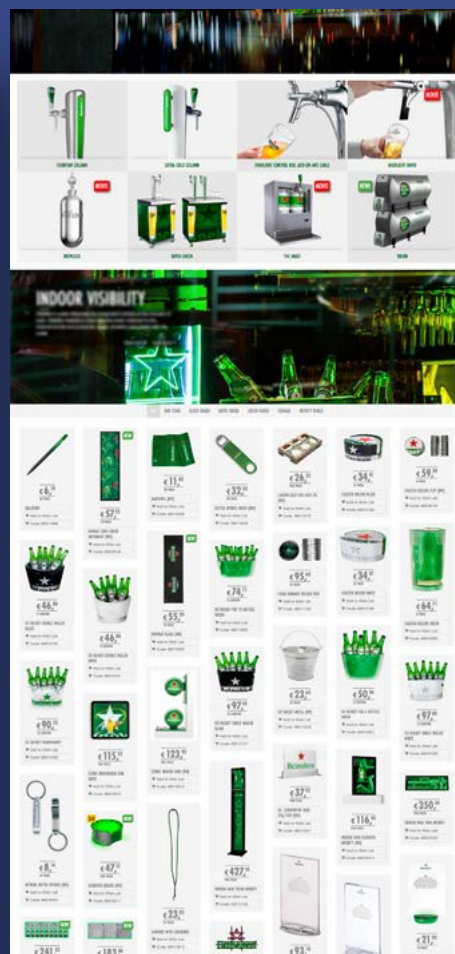
- Ik ben geboren in 1982. Ik ben opgegroeid in Hoofddorp met Telekids, de Turtles, G.I. Joe, de eerste Gameboy en een BMX.
- Ik woon tegenwoordig in Haarlem met mijn vrouw, Eva. Ze is niet alleen mijn steun en toeverlaat, maar ook Privacy Officer en rugbyspeelster.
- Ik ben een Marvel fanaat. Er hangt zelfs een Captain America schild op mijn werkkamer.
- Mensen die mij al enige tijd kennen noemen mij 'Er-WIN'. Waarom? Omdat ik al heel wat mooie prijzen heb gewonnen. Een paar van de mooiste: Een weekend naar het Cannes Filmfestival, een weekend Monaco, een snowboard en een barbeque.
- Ik ga graag met Eva en/of met vrienden naar de bios, uit eten of een feestje.
- Ik probeer zo vaak mogelijk te hardlopen of te fitnessen, maar ga het liefst snowboarden, wakeboarden of suppen.
- Ik heb al heel wat van de wereld mogen zien (Thailand, Australië, Nieuw-Zeeland, Hawaï), maar de 'wanderlust' is er niet minder om geworden :) Hoog op mijn lijstje staan Japan en Canada.
- En ik wil me natuurlijk verder ontwikkelen als UX/UI specialist. Ik haal mijn inspiratie van Pinterest, Instagram.
- Ik beheers heel wat programma's uit Adobe's Creative Cloud. Adobe Xd is nog redelijk nieuw voor me, maar ik leer snel!



INHOUD



HEINEKEN CORE MERCHANDISE PORTAL



DOEL:

Heineken zocht een manier om hun zakelijke merchandise op een overzichtelijke manier aan horeca ondernemers van over de hele wereld onder de aandacht te brengen.

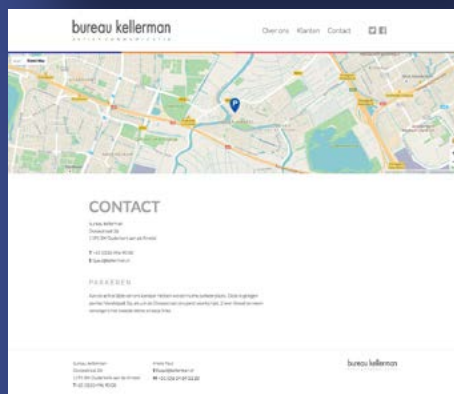
AANPAK:

De PDF's die voorheen verstuurd werden zijn omgebouwd naar één grote 'one-pager'. Met carrousels, 'waterval' en 'box' layouts werd er voor elke categorie een passende uitstraling gevonden. Tweewekelijkse sessies met de klant leverde goede feedback en nieuwe inspiratie op.

RESULTAAT:

De site is zo goed bevallen dat we verder konden gaan met de vormgeving en bouw van diverse digitale 'Commitment Rounds' ('tijdelijke' merchandise pagina's voor o.a. Desperados, Affligem en de Formule 1 merchandise van Heineken).

BUREAU KELLERMAN WEBSITE



DOEL:

De eigen site van Bureau Kellerman was nodig aan een update toe. Duidelijk moest zijn dat Kellerman werkt voor mooie merken en daarvoor nog mooiere campagnes maakt.

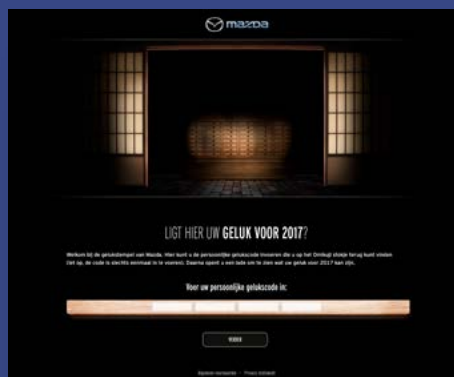
AANPAK:

Omdat de eigen site altijd veel interne discussies oplevert heb ik deze zelf gebouwd. Met grote foto's en overzichtelijke cases probeerde ik niet alleen (potentiële) klanten te overtuigen, maar ook mijn collega's.

RESULTAAT:

Een visuele site met veel visuele stimulatie die zowel klanten als collega's konden waarderen. De beelden op de homepage worden 'random' op de site geplaatst, dus geen tweede bezoek is hetzelfde.

MAZDA OMIKUJI 2017 NIEUWJAARSLÓTERIJ



DOEL:

Mazda organiseert elk jaar een loterij voor zijn klanten. In 2017 wilden zij deze loterij digitaliseren.

AANPAK:

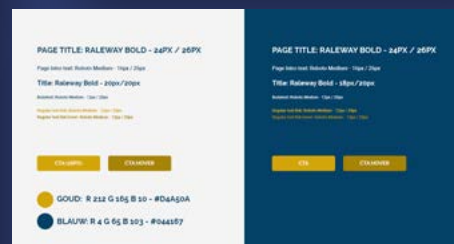
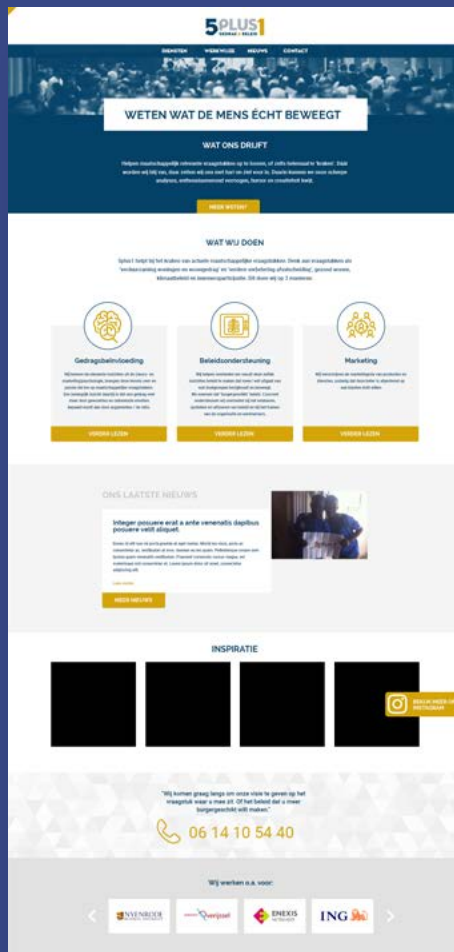
We bedachten voor het Japanse merk de Omikuji actie: In Japan kunnen stokjes uit kokers geschud worden om zo een gelukswens voor het komende jaar te ontvangen. Wij stuurden zo'n stokje met een code naar klanten.

Door de code in te vullen op de site konden deelnemers mooie prijzen winnen, waaronder een weekend rijden in een Mazda naar keuze, een Applewatch en een diner bij Ron Gastrobar.

RESULTAAT:

Een goed ontvangen eerste versie van de digitale nieuwjaarsloterij, die in 2018 met succes is herhaald.

5PLUS1 WEBSITE



DOEL:

Een overzichtelijke, moderne website, zonder te veel poespas.

AANPAK:

Doordat de klant eigenlijk weinig van internet en social media afwist heb ik ze aan de hand meegenomen door dit project. De site moest te bouwen zijn door een jonge developer, dus de layout is redelijk recht toe, recht aan.

RESULTAAT:

De developer is voor het eerst binnen zijn uren gebleven en 5plus1 is meer dan tevreden over het resultaat.

WHIRLPOOL ACTIESITES



Whirlpool €100,- RETOUR OP INBOUWAPPARATURE

VAAWASSER WP 207 MAGNETRON AMW 507

Bij aankoop van een Whirlpool inbouwactiemodel in de periode van 16 januari t/m 29 februari 2016 ontvangt u €100,- retour.

CLAIM JE CASHBACK OP WHIRPOOLACTIES.NL

VAAWASSER WP 207

ONTDEK DE N°1 IN AFWASSEN EN DROGEN IN SLECHTS EEN UUR.

€100,- RETOUR

MAGNETRON AMW 507

ONTDEK DE SUPERIEURE KOOKERVARING MET DE MAGNETRON

€100,- RETOUR

Whirlpool Bespaar van 12 maart tot 30 april tot €75,- op uw Whirlpool wasmachines.

ZENsationeel tot **€75,- CASHBACK!**

Cashback claimen? Ga naar whirpoolacties.nl

WASMACHINES MET ZEN

State of the art technology

Hoe stil is ZEN eigenlijk?

Wasmachine model	77-79 dB	73-75 dB	66-69 dB
------------------	----------	----------	----------

HOOR HET VERSCHIL!

ZEN DE STILSTE WASMACHINE OOK!

LIFETIME WARRANTY

DOEL:

De internationale site van Whirlpool voldeed niet aan de wensen van Whirlpool Nederland om te koppelen aan hun acties. Ik maakte de actiepagina's omtrent diverse acties voor dit doel.

AANPAK:

Binnen de huisstijl van Whirlpool heb ik diverse 'one-pagers' opgezet met een unieke url.

RESULTAAT:

Dankzij korte lijnen met het marketingteam kon ik snel en overzichtelijke actiepagina's opleveren, waar in korte tijd veel bezoekers hun keuze voor Whirlpool maakten.

EN NOG VEEL MEER!



Website for Pijper, featuring a top navigation bar, a main image of a person, and sections for 'WIL JE FITTER EN SOEPLEER WORDEN?' and 'ONTWIKKELING EN TRENDS'.

Website for Politie, featuring a top navigation bar, a main image of a person, and sections for 'WAT KAN JIJ VOOR ONS DOEN?' and 'Duurzame inzetbaarheid Flex'.

Website for FLEX Congress 2017, featuring a top navigation bar, a main image of a group of people, and sections for 'Duurzame inzetbaarheid Flex' and 'Onze sprekers'.

Website for associates, featuring a top navigation bar, a main image of a person, and sections for 'Our services' and 'News'.

Website for MEETS, featuring a top navigation bar, a main image of a person, and sections for 'MEETS' and 'MEETS'.

Website for Green Ventures, featuring a top navigation bar, a main image of a person, and sections for 'We build green companies', 'Investment focus', and 'Portfolio'.

Website for 'MAAK KANS OP EEN WOK ALONG', featuring a top navigation bar, a main image of a person, and sections for 'MAAK KANS OP EEN WOK ALONG' and 'DOE MEE IN WOK KANS'.

Website for 'DIASSANG IS WORLD'S LEADING CORN', featuring a top navigation bar, a main image of a person, and sections for 'DIASSANG IS WORLD'S LEADING CORN' and 'INVESTMENT BUSINESS'.

FILM ANIMATIE EN EDITS

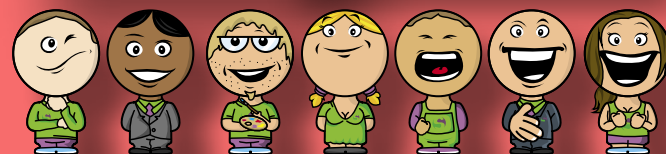


Premiere en After Effects: met deze programma's heb ik al heel wat projecten afgerond. Digital Out of Home voor o.a. Burger King, Servero en Hornbach. LED boarding in de Arena voor Huawei en hele producties voor o.a. Wellant, Looye en Lee Kum Kee.



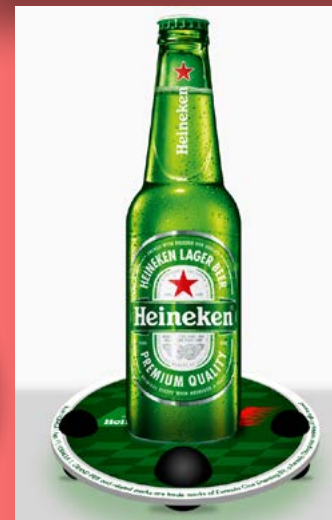
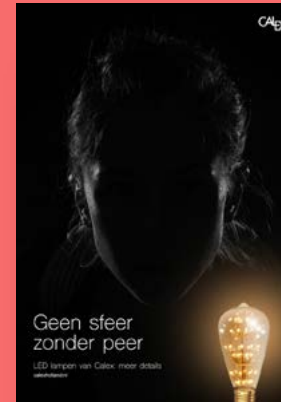
VISUALS / LOGO'S

Photoshop of Illustrator: ik heb er al heel wat uurtjes aan besteed. En ik haal nog steeds heel veel plezier uit het maken van illustraties en beeldmateriaal.



CONCEPTING

Naast de 'dagelijkse' werkzaamheden vind ik het leuk om mee te denken aan nieuwe manieren voor klanten om zich te profileren. Zo bedacht ik de 'Heineken rollercoaster', Fleurop Bloememory en de wrap flyer.





Dit was 'm voor nu even. Ik hoop dat je een goede indruk hebt
gekregen van mijn kunnen. Keertje kennis maken? Koffie, biertje?
Geen probleem! Bel, app of mail gerust. Gezellig!

ERWINWEBER@OUTLOOK.COM

06 30 65 39 09