

# PROCESBOEK

TIJME BRANSEN / DJOURNEY

# ***Debrief: Djourney***

35 jaar geleden introduceerde Djoser de andere manier van reizen met een reis naar Egypte. Het land van de farao's is altijd de specialiteit van het huis gebleven, tegenwoordig bestrijkt het programma alle continenten. Djoser organiseert meer dan tweehonderd verschillende reizen naar zo'n honderd landen.

De meeste reizigers komen uit de leeftijdsgroep van 35-55 jaar, maar kinderen tussen 6 en 20 kunnen ook mee met de ouders.

In deze lessenserie ga je aan de slag met het maken van een logo en huisstijl voor een onderneming. Met behulp van kenmerken van de diensten of het product, maar ook met kernwaarden van de onderneming en belangrijke uitgangspunten.

Djoser wilt een zusterbedrijf op richten speciaal voor de mensen tussen de 18 en 35 omdat 'het andere reizen' voor iedereen is die veel individuele vrijheid wil combineren met het gemak van een groepsreis van plusminus 8 personen.

- **Debriefing**
- **Procesboek**
- **Logo**
- **Briefpapier**
- **EA5 vensterenvelop**
- **Visitekaartje (85-55 mm)**
- **Style guide**
- **Folder**
- **App**

# *Djourney*

Een nieuwe onderneming voor een jongere doelgroep

De meeste reizigers van Djoser komen uit de leeftijdsgroep van 35-55 jaar. Naast het merk Djoser wil de reisorganisatie nu ook een reismerk voor jongeren van 18 t/m 35 gaan opzetten onder de naam Djourney. 'Het andere reizen' wat Djoser doet is voor iedereen die veel individuele vrijheid wil combineren met het gemak van een groepsreis van ± 8 personen. Reizen om de wereld te ontdekken op een actieve manier.

Dat willen ze terug brengen in Djourney.

Kenmerken doelgroep

Sportieve instelling

Aanpassingsvermogen

Interesse in andere culturen

Interesse in natuur

Ongeveer 18 – 35 jaar

# Beeldonderzoek



**Bedrijf:** Hier in deze foto zie je jongeren op reis als een groep. En dit is wat het bedrijf Djourney ook wilt gaan doen. Groepsreizen maken organiseren voor jongeren.



**Branche:** Hier in deze foto zie je een groep jongeren naast elkaar zitten het uitzicht te bekijken van de zee met mooien bergjes op een eiland. Zulk soort reizen wil Djourney gaan organiseren en dat is dan ook hun branche.

**shoestring**  
hoe v er kun je gaan?

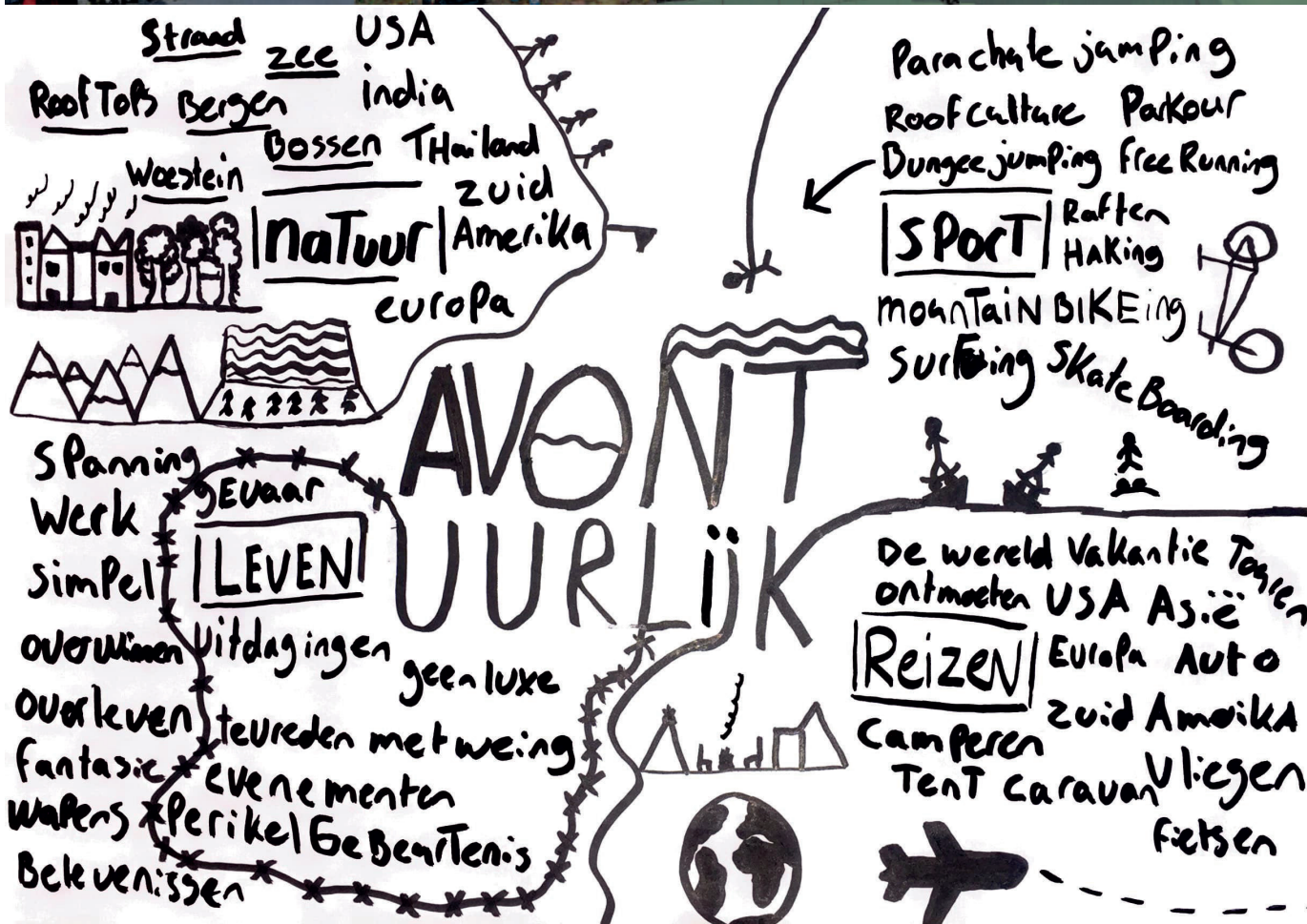
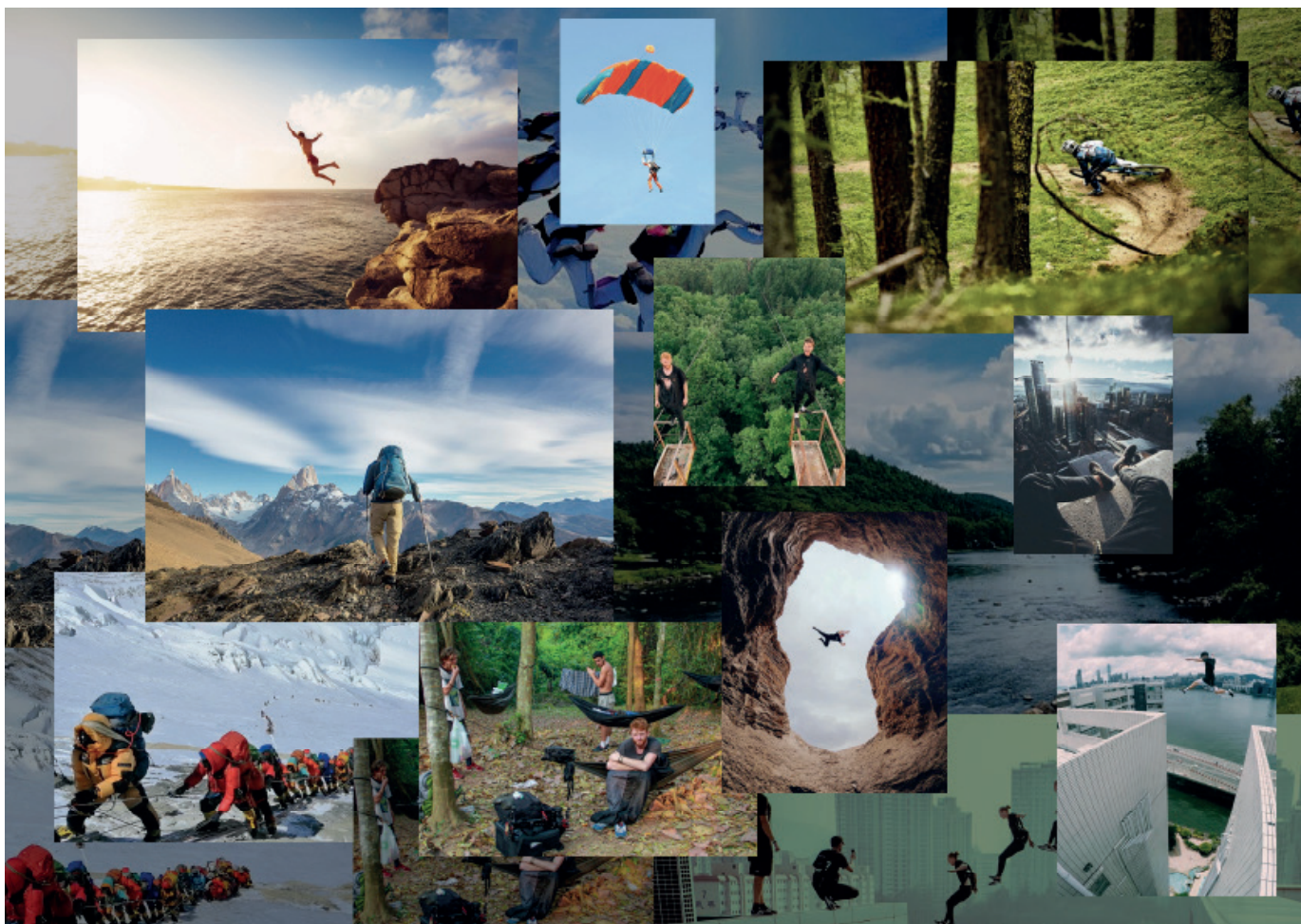
**koningaap**

 cht op reis!

**Concurrentie:** Hier in deze foto zie je de logos van shoestring en koning aap. Dat zijn 2 van de concurrenten die ze hebben.



**Doelgroep:** Hier in deze foto zie je 6 mensen (waarschijnlijk koppels) van rond tussen de 20 & 30. Dit is de doelgroep die Djourney wilt te gaan bereiken. Mensen van tussen de 18 & 35.





Doeltreffend Hardwerkend  
 Krachtig energiek Werkzaam  
 Doorzettingsvermogen uitdagingen  
~~training~~ Trainen  
**Sport Lichaam**  
 Spelen Workout Fitness

Expeditie Spektakel  
 altijdte doen Belevissen  
 onverwacht spanning in slaap zijn  
 werk veel doen  
 stress **Leven** geen luxe  
 overleven uitdagingen gevaar



# Actief

alles geven

workout trainen voeding diët gewicht

Klimen Hardlopen Wandelen turnen

zwemen **SPORT** fietsen

FreeRunning skateboarden kajakken

schaatsen atletiek Roeien Boksen

Parkour Muay Thai expeditie gewicht  
 7 dagen in de week Heffen



Formule 1

Ball Rugby  
 basket



epke zonderbrod  
 mohammed ali

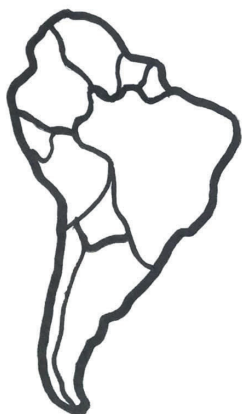


Expeditie fietsen Asie USA  
 Europa **REIZEN** camping  
 Tent Camperen Uliegen  
 touren vakantie



werk Bij gelover tradities  
 dieren **CULTUREN** Ukeuren  
 Landen eten india Afrika europa  
 goeds diensten asië USA

# ONTMOETEN



Bier clubs de stad meiden jongens  
 wijn **uit gaan** Disco  
 wodka Drinken  
 Werk Dans uloeer Utrecht Dansen muziek  
 Eindhoven amsterdam  
 gezelligheid flirten spanning







**Sunweb**  
**corendon.**

**LOCAL**  
**HERO**  
**TRAVEL**

**shoestring**  
↳ hoe véér kun je gaan?

**SAWADEE**  
vakanties voor reizigers



*Better*  
*Places*

**Singha** Reizen  
Sri Lanka reisspecialist

Original *Asia*

**koningaap**

écht op reis!

**VÁMONOS**

**noSun**

 **D-reizen**

**FOX**  **VERRE REIZEN**  
VAN ANWB

 **Riksja Travel**

 **nrv**

  
**SUNNY TRAVEL & TOURS, INC**

 **SIMI REZEN**  
*actieve jongerenvakanties*

  
**BEVER**

ROOD

Sunweb  
*corendon.*

koningaap

écht op reis!



Riksja Travel

ORANJE



「Singha Reizen  
Sri Lanka reisspecialist

 ***-reizen***

BLAUW



# GEEL



**LOCAL  
HERO  
TRAVEL**

**shoestring**  
↳ hoe v er kun je gaan?

**SAWADEE**  
vakanties voor reizigers

**noSun**

# Top 3



**Riksja Travel**

***corendon.***

# Top 3 slechtste

**SAWADEE**  
vakanties voor reizigers

*Better  
Places*





# ***Beeld logo***

## **TUI logo**

**Wat zie je?** Ik keek er blijkbaar anders na dan andere ik zag gelijk dat je een U vormig beeld heb met aan de U ook een T en een I wat TUI vormt.

**Kun je aan het logo aflezen welk product of dienst dit bedrijf aanbiedt?**

Aan het beeld zelf vind ik nee want je ziet alleen het logo TUI dus je moet TUI eerst kennen voor dat je pas weet wat zij doen als bedrijf.

**Kun je bedenken welke doelgroep met dit logo wordt aangesproken?**

Ik denk een grote doelgroep omdat TUI ook normale reizen/vakantie aanbied maar zelf als ik naar het logo kijk vind ik het een heel kinderlijk logo.

**Welk verhaal kun je bij dit logo vertellen?** Bij mij komt er iets kinderlijk naar boven door de kleur rood en gwn beetje de overal feeling van het logo vind ik kinderlijk

**Wat zouden de kernwaarden van dit bedrijf kunnen zijn?**

Reizen, Ontmoeten, Kindvriendelijk

# *Tekst logo*

## **Local Hero Travel logo**

**Wat zie je?** Ik zie local hero travel staan onder elkaar staan. En bij de O van hero hebben ze volgens mij een locatie icoontje van gemaakt.

**Kun je aan het logo aflezen welk product of dienst dit bedrijf aanbiedt?**

Ja er zit het woord travel in en daar kan je van aflezen dat het over reizen gaat. En misschien ook nog wel een beetje door die O waar ze een locatie icon van hebben gemaakt.

**Kun je bedenken welke doelgroep met dit logo wordt aangesproken?**

Ik denk een hele brede doelgroep. Je kan niet specifiek zien naar wie het bedoeld is. Alleen dat het om een doelgroep gaat die wilt gaan reizen.

**Welk verhaal kun je bij dit logo vertellen?** De kleur geel komt er in voor. Ik zou niet weten waarom ze voor die kleur hebben gekozen, maar ik heb ook varianten gezien in het rood en groen. Maar het duidelijkste vind ik de O die ze hebben om getoverd tot een locatie icon.

**Wat zouden de kernwaarden van dit bedrijf kunnen zijn?**

Reizen, Touren, Lokaal

# ***Beeld & Tekst logo***

## **Bever logo**

**Wat zie je?** Ik zie in het geel een bever en daar onder in het groen bever staan (het woord).

**Kun je aan het logo aflezen welk product of dienst dit bedrijf aanbiedt?**

Vind ik niet. Ik zie een bever en dan zou ik niet direct aan een reisbureau denken maar meer naar een bedrijf die iets met bevers te maken heeft.

**Kun je bedenken welke doelgroep met dit logo wordt aangesproken?**

Ik denk een hele brede doelgroep. Je kan niet specifiek zien naar wie het bedoeld is.

**Welk verhaal kun je bij dit logo vertellen?** De kleur geel komt er in voor. Ik zou niet weten waarom ze voor die kleur hebben gekozen. Maar de bever vind ik erg goed gelukt. Hij is mooi simpel gehouden maar toch zie je heel duidelijk dat het een bever is.

**Wat zouden de kernwaarden van dit bedrijf kunnen zijn?**

Reizen, Touren, Bevers

# Top 3



**BEVER**



**Riksja Travel**

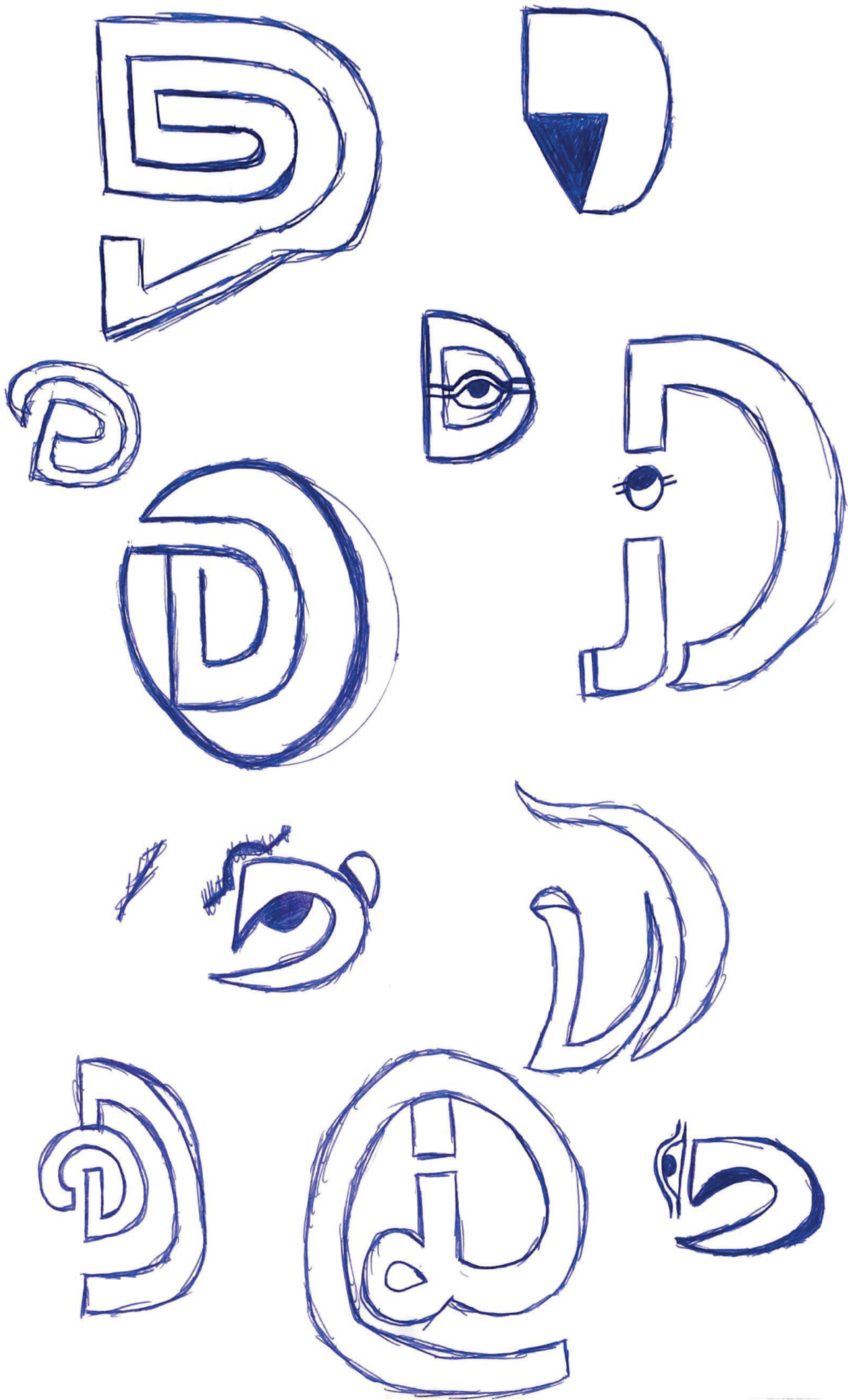
***corendon.***

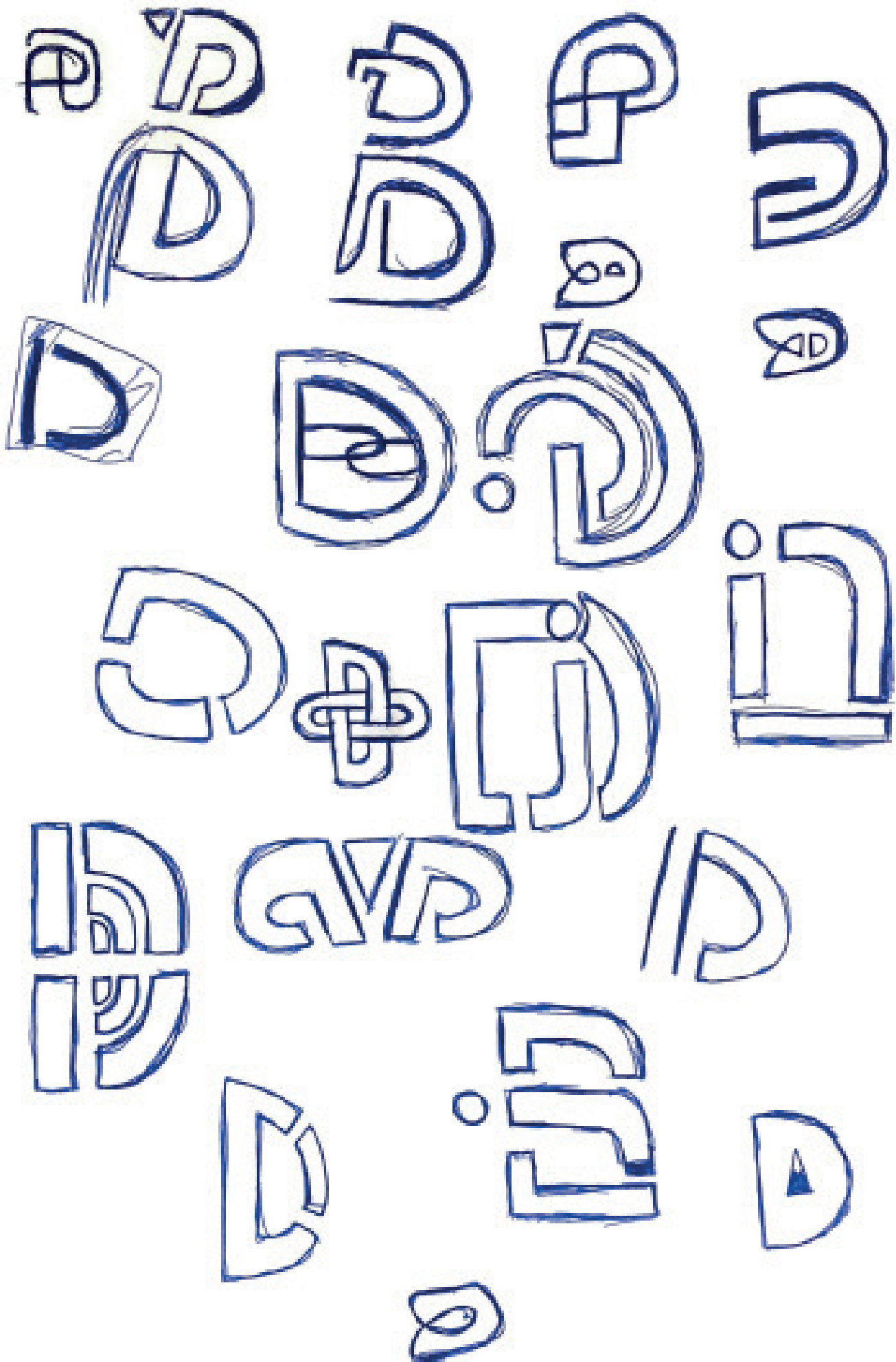
# Top 3 slechtste

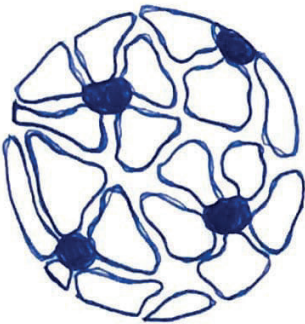
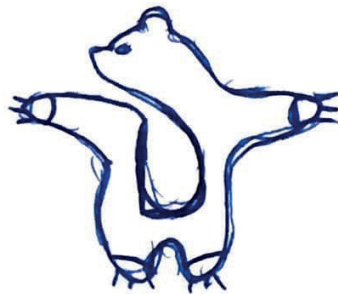
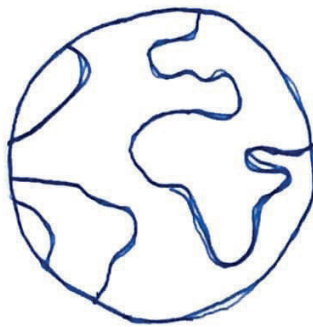
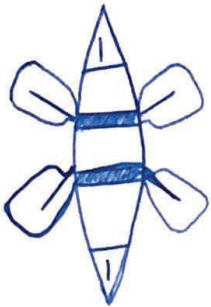
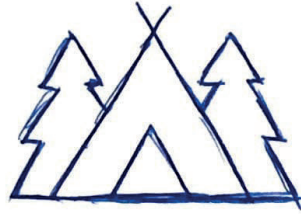
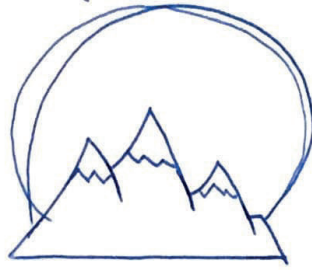
**SAWADEE**  
vakanties voor reizigers

*Better  
Places*













**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**DJΘVR&ΠΣΨ**  
HET ANDERE REIZEN

**Djourney**  
het andere reizen

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

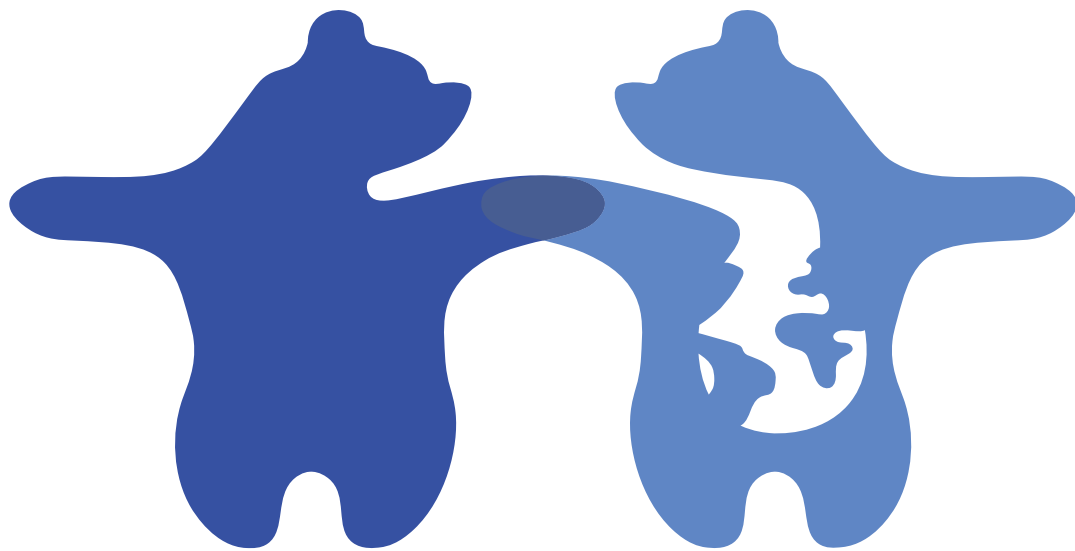
**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

**Djourney**  
het andere reizen

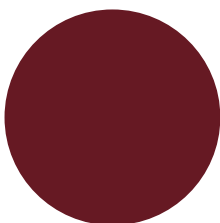
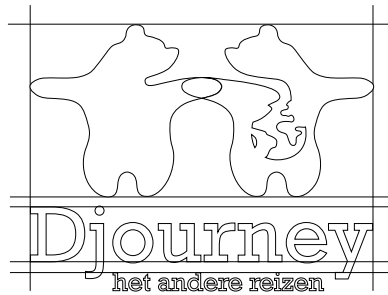
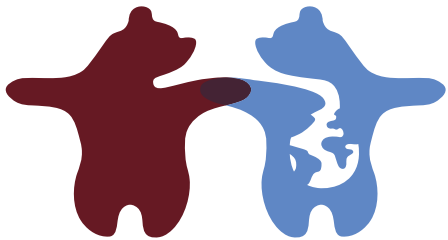




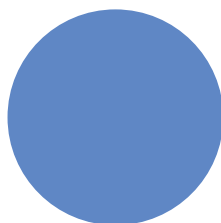
Djourney  
het andere reizen



STYLEGUIDE / Djourney



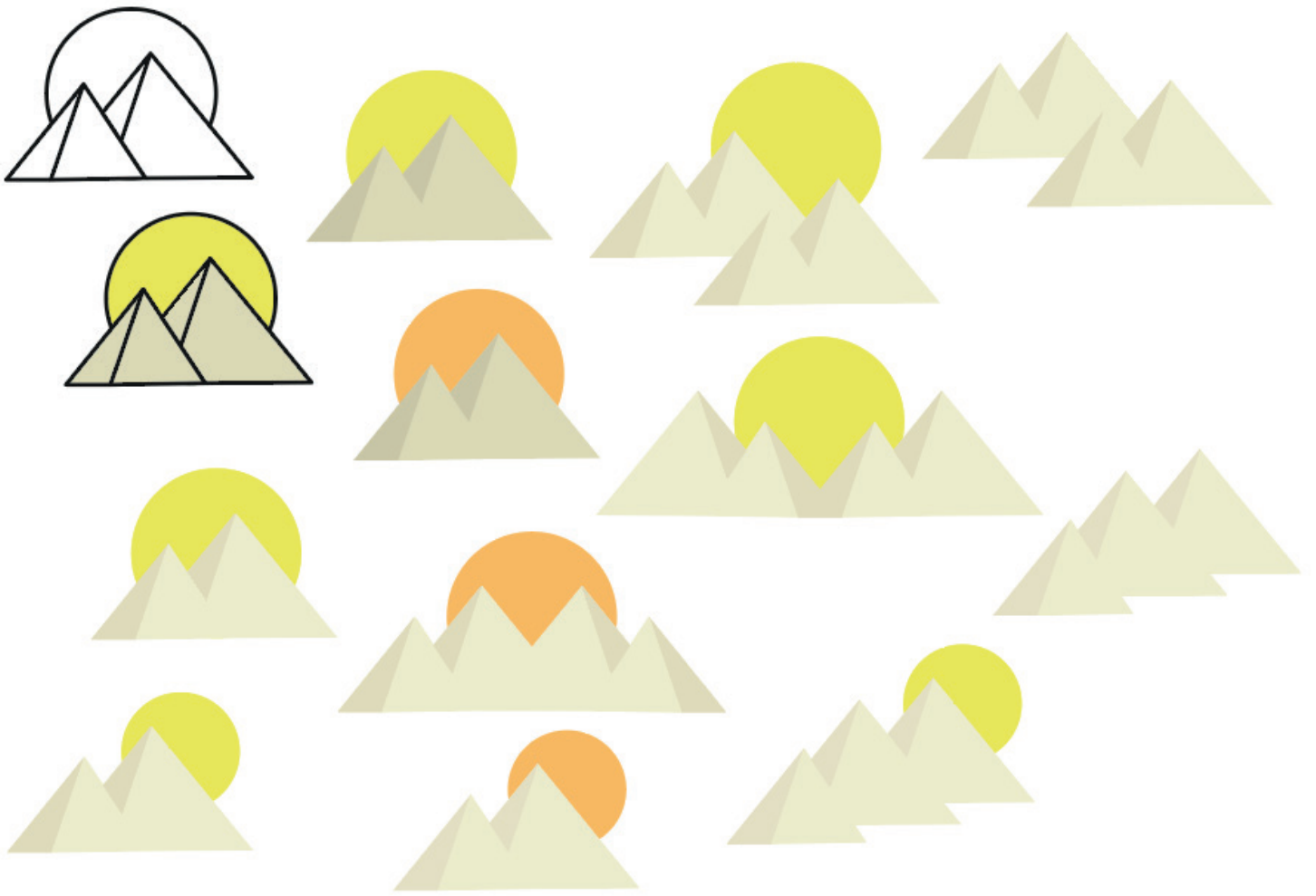
#6D2223  
1807 U



#6290E7  
2727 U

Rockwell

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
!@#\$%^&\*() 1234567890



**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

*Djourney*  
het andere reizen

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**Djourney**  
het andere reizen

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

*Djourney*  
het andere reizen

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

*Djourney*  
het andere reizen

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

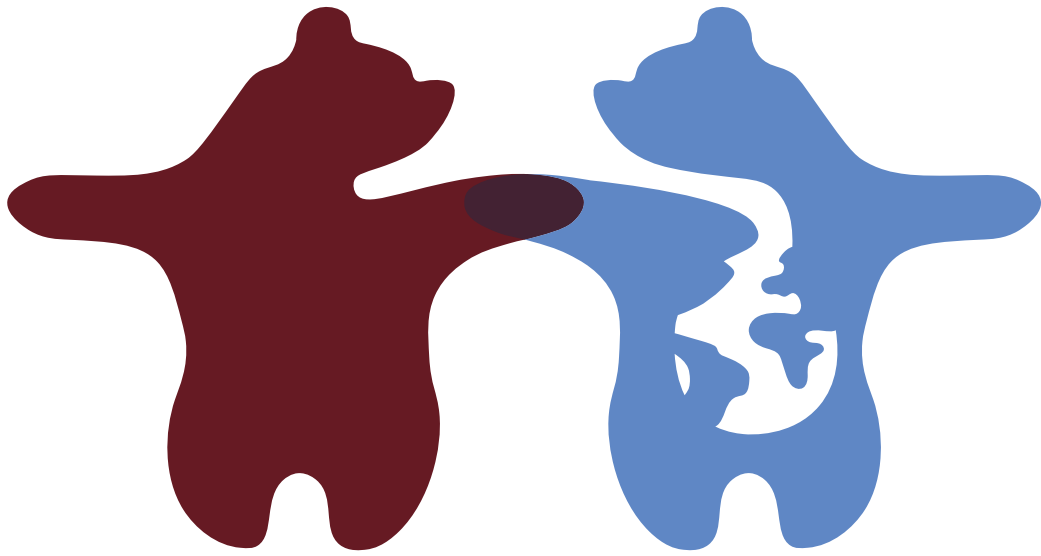
**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN

*Djourney*  
het andere reizen

**DJOURNEY**  
HET ANDERE REIZEN





**Djourney**  
het andere reizen





Koninginnenlaan 196  
7910 GR Utrecht  
030 654 18 68

info@djourney.nl  
www.djourney.nl

IBAN NL18 RABO 3651 0658 34  
KvK 30073042  
BTW NL901598331B01

Guias Consectorum  
T.a.v. Osam Dolupta  
Turemol Orporisquiuavitas 135  
8756 GF Uiaerumim

Datum: 17 oktober 2020

Onderwerp: Nempori beatiossi tem quidellupta

Geachte Osam Dolupta,

Vent a non cus es doluptatia nonsequia voluptatem quam nes dolupici dolorio. Sed est eius, si qui invenis repudio rehendam ellandit quam quae est lautaeris ut 23 plabo. Ut qui doluptatum aditiam, totam lacepudam dolupistota volum et.

Aut omniam et mo omnihit magnatio volorum alit alis aut lition consequese esecepe ruptaqui consequisini cori nat omnis et, sa dit dolorem quia qui re volor sum veleser umquis natem nam etur se latecum re pro.

Dolestium de mostibus alis quam nimenis quodigendis rereribus ut hariat accullo omniaestibus elesti quam ex ea sed molupist eos magniam, quodigent, ommo volupta tinisit, captur aditate ent ut pos dolor assitiis dolendit quiatquas eosae sit iuntiis sequiatis pos magnihi caest,.

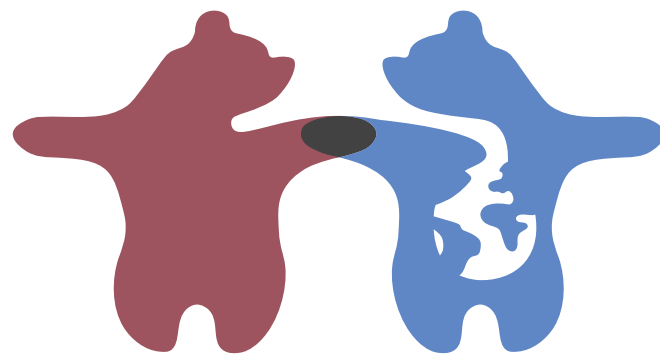
Tenitatur aciist, te sedis est laccullabo. Quiducil enis sum everi te eic tem senitae peribusaped quam labore corum que et que eum que es dolo to mos ant dunt ulpa et rem. Um ius, aut omnis est odigenti con ex enis dem namus re laborior assumtum elendunt et landae omnit lab .

Met vriendelijke groet,

Marijn de Jong



Guias Consectorum  
T.a.v. Osam Dolupta  
Turemol Orporisquiavitas 135  
8756 GF Uiaerumim



**Djourney**  
het andere reizen

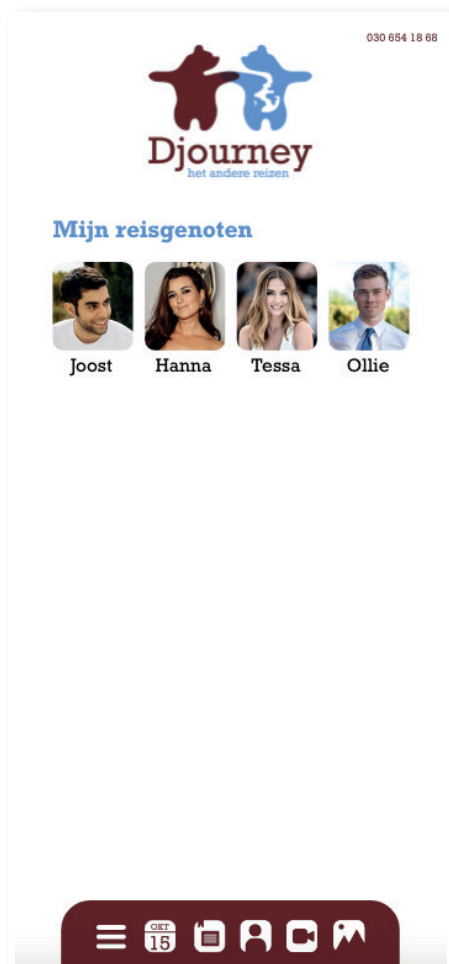
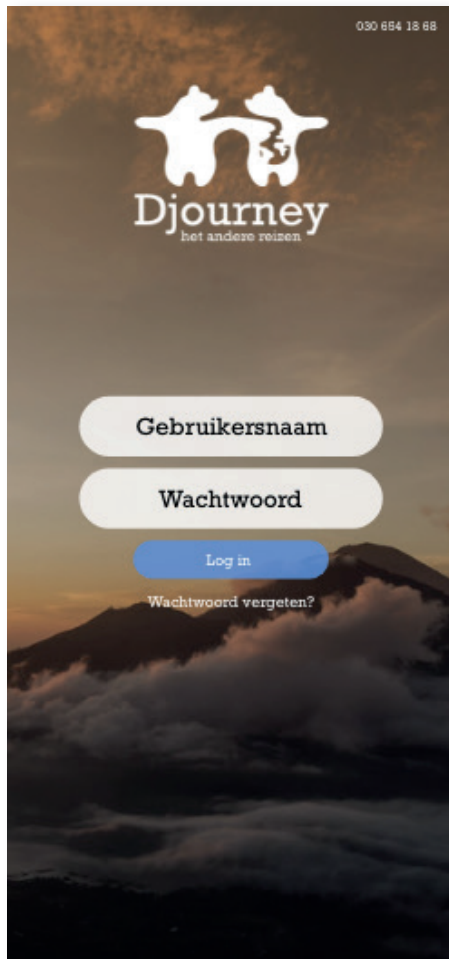
**Marijn de Jong**  
Directeur

06 54 71 27 66  
[m.dejong@djourney.nl](mailto:m.dejong@djourney.nl)

Koninginnenlaan 196  
7910 GR Utrecht

(030) 654 18 68

[info@djourney.nl](mailto:info@djourney.nl)  
[www.djourney.nl](http://www.djourney.nl)





## Checklist voordat je op reis gaat

### Checklist reisdocumenten

- Vliegticket of E-ticket**  
Meer informatie over de vlucht ontvang je ongeveer 2 weken voor vertrek.  
*Print voor de zekerheid je E-ticket*
- Paspoort**  
Bij aankomst in Indonesië is je paspoort nog minimaal 6 maanden geldig.
- Visum**  
Een gratis visum is verkrijgbaar op de luchthavens van Jakarta, Medan en Denpasar. Met dit gratis visum kun je maximaal 30 dagen in Indonesië verblijven. Indien je langer dan 30 dagen verblijft, dien je het visum voor vertrek bij de ambassade in Nederland aan te vragen.
- Djourney app gedownload**

### Checklist Geldzaken

- Contant**  
**Rupiah:** Neem lokale valuta mee op reis. In Indonesië wordt er betaald met de Indonesische Rupiah (IDR). Kijk voor een actuele koers op oanda.com.  
**Euro:** we adviseren een bedrag van € 80,- tot € 100,- mee te nemen voor noodgevallen.
- Pinnen**  
Mogelijk in vrijwel alle plaatsen.  
**Contant:** we adviseren een bedrag van € 50,- tot € 100,- mee te nemen voor noodgevallen.
- Richtbedrag persoonlijke uitgaven**  
Bijvoorbeeld maaltijden, entreegelden, facultatieve excursies en persoonlijke uitgaven geldt minimaal € 200,- per persoon per week.
- Foelen**  
Het is gebruikelijk om foelen te geven voor verleende diensten. Om te voorkomen dat je steeds foelen uit moet delen, wordt aan het begin van de reis een foienpot ingesteld, waaruit de (gezamenlijke) tips aan de chauffeurs, gidsen, hotelpersoneel e.d. worden betaald. De richtlijn voor de foienpot voor deze reis bedraagt € 35,-.

### Checklist Gezondheid



## Dagen 1 t/m 9

- 1 **Amsterdam – Denpasar**
- 2 **Aankomst in Denpasar**
- 3 **Canggu Beach**
- 4 **Lovina Beach**
- 5 **Lovina Beach - Gitgit-watervallen  
Ulun Danu Bratan - Ubud**
- 6 **Ubud**
- 7 **Ubud, excursies Gunung Kawi  
en Tirta Empul**
- 8 **Ubud - Denpasar - Amsterdam**
- 9 **Aankomst Amsterdam**



## Foto's

### Dag 1,2 en 3



### Op weg met Djourney

De reisroute voor de verschillende reizen staat van dag tot dag in de brochure genoemd en staan vast.

De excursies worden uitgevoerd in overleg met de groep en zijn afhankelijk van de belangstelling.

Er is ruim gelegenheid om je eigen plan te trekken en er zonder de groep op uit te gaan en de Indonesische gastvrijheid en behulpzaamheid te ervaren en op plaatsen waar andere toeristen nooit komen.

### Denpasar - Canggu Beach

Dag 1 Amsterdam – Denpasar  
Dag 2 aankomst Denpasar – doorreizen naar Canggu surfstrand  
Dag 3 Canggu Beach

Laat in de middag arriveren we in Denpasar.

Denpasar, in de koloniale tijd geschreven als Den Pasar, is de hoofdstad van Bali sinds 1958 en de provincie Bali, Indonesië. De "mascotte" van de stad is de bunga jempiring, een Gardenia-soort.

De witte zandstranden liggen op behoorlijke afstand van het centrum van de stad. Daar staan met de meeste hotels. We reizen door naar een van de bekendste surfstranden Canggu Beach.

In Canggu beach kun we onszelf op het strand vermaken met bijvoorbeeld surfen of surflessen. En 's avonds zijn er voldoende restaurantjes om kennis te maken met Balinese gerechten.

