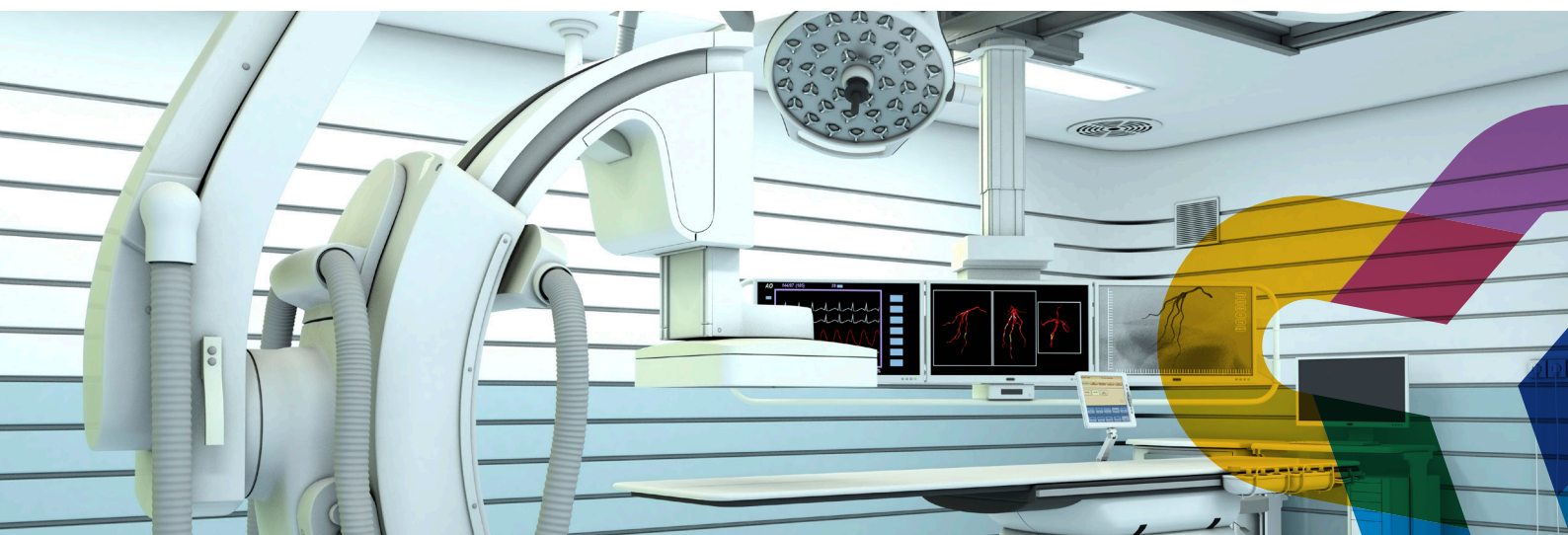




Profil &
varumärke

Innehåll

Varumärke

- 3 Vårt varumärke
- 4 Bakgrund
- 5 Mission och vision
- 6 Värdeord

Profil

- 7 Introduktion
- 8 Basenheter
- 9 Logotyp
- 10 Payoff
- 11 Att placera och hantera en logotyp
- 12 Identitetsbärande teckensnitt
- 13 Profilfärger
- 14 Logo-symbol
- 15 Symboler och illustrationer
- 16 Fotografier
- 17 Visitkort
- 18 Kuvert
- 19 Signatormall
- 20 Wordmall
- 21 PowerPoint-mallar
- 22 Roll-up
- 23 Tonalitet i texter
- 24 Papper



Swedsoft

Ett varumärke är en kombination av en unik design, symbol, tecken och ord för att kommunicera specifik information om en organisation, produkt eller tjänst och skilja det från andra aktörer på marknaden. Ett varumärke bär ett "löfte" om de kvaliteter och egenskaper som gör organisationens tjänst unik. Ett solitt varumärke kommunicerar tydligt vårt budskap och bygger vår trovärdighet gentemot våra många intressenter.

Detta dokument är ett verktyg för att säkerställa att du och resten av vår organisation skickar samma signaler och "löfte" till nya och befintliga intressenter när de möter oss vid seminarier, evenemang och möten.



Bakgrund

Swedsoft är en oberoende, ideell förening som arbetar för att öka svensk mjukvaras konkurrenskraft i världen. Vi grundades 2007 på initiativ från ABB, Ericsson, Saab AB, Volvo AB samt högskolor i Sverige.

Våra medlemmar är företag, akademi och offentlig sektor som är intresserade av utveckling av svensk mjukvara. Vårt mål är att göra Sverige till ett innovationscenter för mjukvaruintensiva system och på så sätt bidra till att stärka välfärd, industriell konkurrenskraft och Sveriges akademiska status i världen.

Mission & vision

Mission

Swedsoft vill verka för att göra Sverige till ett innovationscenter för området och bidra till att skapa tillväxt i alla domäner: samhällsliga, industriella och vetenskapliga.

Made in Sweden – Svenskutvecklade mjukvaru-intensiva system skall i den internationella konkurrensen betraktas som innovativa, högkvalitativa och kostnadseffektiva.

Vision

Sverige skall vara världsledande på innovationer baserade på mjukvaru-intensiva system – genom gränsöverskridande samverkan mellan företag, offentlig sektor och akademi.

Värdeord

Vi har tydliga varumärkesvärden för våra medarbetare, samarbetspartners och medlemmar.

Syftet med dessa värden är inte själva orden. De representerar den position som vi vill ha på marknaden genom att förmedla de värdena i allt vi gör. När vi använder och upprepar dessa värden i kommunikation, presentationer, på webben, i affärsmöten och visar det i hur vi bedriver vår verksamhet samt hur vi löser kundernas och samarbetspartners behov genom hela värdekedjan.

Framgångsfaktorerna är att förmedla samma värderingar om och om igen, aktivt och konsekvent tillsammans med vår strategi och våra kärnvärden. Du som är kommunikatör är därför en mycket viktig kanal för vårt koncept.

Djärv

Inspirerande

Trovärdig

Grafiska riktlinjer

Detta är riktlinjer i marknadsföringen för Swedsoft. Målet är att genom en bra förståelse för varumärket och en tydlig och gemensam profil skapa en stark attraktionskraft för nya kunder, politiker, finansiärer, samarbetspartners och anställda.

Förutom en orientering om Swedsofts varumärke så är dokumentet ett verktyg för dig som arbetar med kommunikation inom Swedsoft. Den reglerar bland annat användningen av vår logotyp, vilka färger som ska användas i olika medier, vilka teckensnitt som är tillåtna och hur brev-papper och visitkort ska se ut. Här ges också exempel på hur olika reklamenheter kan designas.

Använd dessa riktlinjer som en källa för information när du förbereder säljmaterial och presentationer samt en informationskälla för att justera dina argument och din strategi.

Basenheter

I rutorna nedan finns de grundläggande byggstenarna i vår visuella identitet.

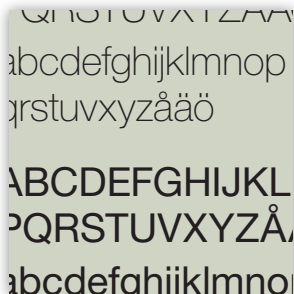
Alla delar är separata verktyg, men bygger tillsammans en visuell igenkänning på sikt. Dessa delar ska i kombination skapa ett unikt och särskiljande visuellt uttryck för Swedsoft.

När alla delar jobbar ihop och nyttjas till sin fulla potential uppnås den största effekten. Dessa riktlinjer bör användas i alla sammanhang för kommunikation, såväl digitala som analoga, när Swedsoft är avsändare.

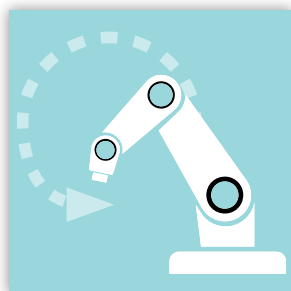
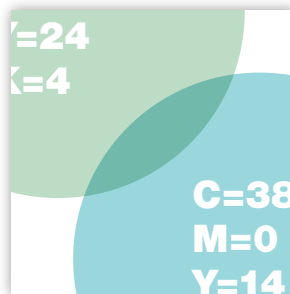
Logotyp



Teckensnitt



Färger



Symboler & illustrationer



Bildspråk

Logotyp

Vår logotyp med företagsnamn är formgiven specifikt för Swedsoft och får inte förändras på något sätt. Logotypen ska finnas med på alla enheter. En stark visuell identitet bygger på ett konsekvent användande av logotypen och dess färgsättning. Föreskrifterna gäller för samtliga logotyper.

Olika filformat för olika ändamål

Välj alltid originalfilerna när du ska använda logotypen. Filerna kan fås från marknadsansvarig på Swedsoft.

Varje original finns i tre olika filformat:

- EPS är en vektorfil (skalningsbar) som används till tryck, print, skyltar, stripning.
- JPG är en rasterfil (pixlad, dvs bör endast skalas ned, inte upp) som används främst till kontorsprogram som PowerPoint och Word.
- PNG är en rasterfil (pixlad, dvs bör endast skalas ned, inte upp) som används främst för digitala produktioner.



Payoff

Logotypen kan även användas med vår payoff "Samlar svensk mjukvara." enligt nedan. Originalfiler för logotyp med payoff kan fås direkt av marknadsansvarig på Swedsoft.



SWEDSOFT

SAMLAR SVENSK MJUKVARA

Att placera och hantera en logotyp

Logotypen kan med fördel placeras mot vit eller färgade bakgrunder för att synas på bästa sätt. Undvik för mörka bakgrunder där logotypen inte syns tydligt.

Logotypen mot olika bakgrunder

För att logotypen och dess färger ska upplevas på ett likartat sätt i olika miljöer finns regler för hur bakgrunden ska se ut. Syftet är att:

- Logotypen ska synas ordentligt utan konkurrens från andra grafiska element.
- Logotypens delar ska gå att urskilja tydligt, med en god kontrast mot bakgrunden.
- Upplevelsen av logotypens bestämda färger ska inte påverkas av konkurrerande färger.

OBS!

Logotypen får aldrig ändras, delas eller manipuleras. Se exempel på felaktig hantering.

Ändra inte färgen i logotypen:



Förvräng aldrig den ursprungliga:



Rotera inte logotypen:



Identitets- bärande teckensnitt

Helvetica Neue LT Std och **Adobe Caslon Pro** är Swedsofts identitetsbärande teckensnitt.

Helvetica Neue LT Std används i rubriker och i kortare texter. Adobe Caslon Pro används i längre brödtext.

De ska användas närhelst det är tekniskt möjligt, det vill säga i nästan alla sammanhang: kontorsmaterial, foldrar, utställningar, annonser med mera.

Undantaget är PowerPoint-presentationer och enklare digital användning där systemen inte kan hantera dessa typsnitt.

Helvetica Neue LT Std 35 Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzääö

Helvetica Neue LT Std 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzääö

Helvetica Neue LT Std 75 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzääö

Helvetica Neue LT Std 95 Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzääö

Adobe Caslon Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzääö

Adobe Caslon Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzääö

Teckensnitt, digital användning

Vid digital användning såsom Officeprogrammen (PowerPoint, Word, Excel) ska **Arial** användas i rubrik och kortare text samt **Times New Roman** i längre brödtext.

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
PQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzåö

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
PQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzåö

Times New Roman Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
PQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzåö

Times New Roman Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
PQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
qrstuvwxyzåö

Profilfärger

Swedsofts färgskala bygger på följande fem ljusa färger. Färgerna är gjorda så att logotypen inte försvinner i för mörka eller starka färger. Färgerna används i bakgrundsplattor, diagram, symboler och i andra sammanhang där färg behövs. (Logotypens färger används bara i logotypen).



Logo-symbol

Logotypens symbol får också användas frikopplad från själva logotypen. Då ska den alltid ligga "multiplicerad" på bilder eller bakgrundsfärger eller sticka ut från ex broschyrens sida (så den blir kapad). **OBS! Delar av symbolen måste alltid ligga på vit bakgrund.**

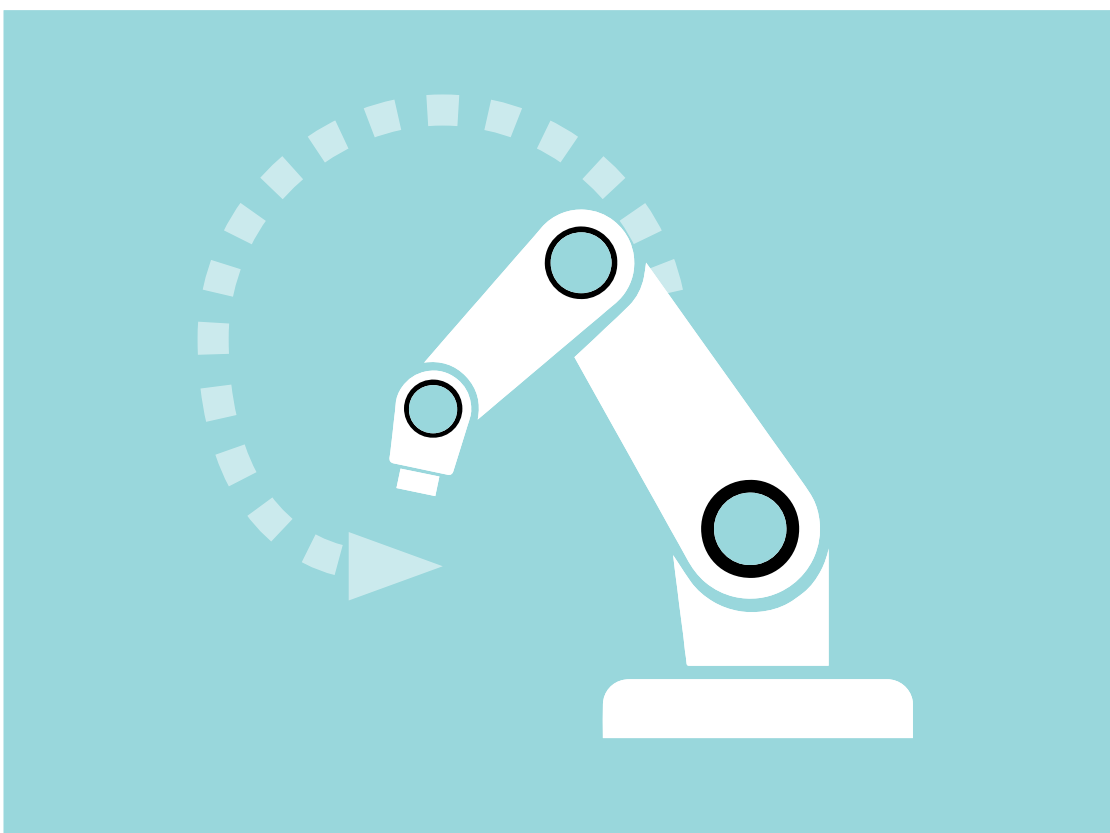
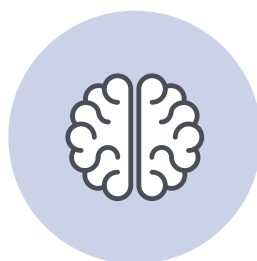
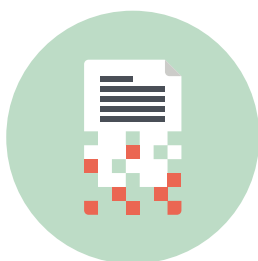
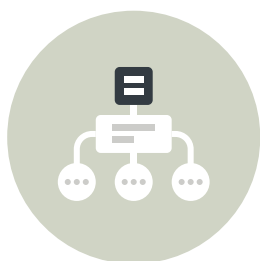


Nonsequuntur sequi dolupiducia
dolentem quiam, ullam dolupta
iliatia qui iunt alicit, quis resequ
ped et ab ipic torion cusdam
hicille stiori omnis eum dolorum
volorporpore vene acipsam
alitatur aut volorro rendiaecae
labo. Ut quaes comnitatum
ipsamus quia poressum aut aut
quo to officimagnim accatem.

Symboler & illustrationer

Vi använder ett gemensamt grafiskt språk för ikoner, diagram, grafik och illustrationer. Ikonerna är grafiska i pictogramform

Stäm gärna av dina lösningar med ansvarig på Swedsoft.



Fotografier

Bilderna utgör en del i Swedsofts kommunikations-
språk. Vi blandar svartvita bilder på "tillämpad
mjukvara" (där mjukvaran finns i någon typ av
hårdvara) och färgbilder där människor interagerar
med mjukvara. De svartvita bilderna kan även
multipliceras på en av profolfärgerna.



Visitkort

Alla visitkort i organisationen följer samma mall. Logotypen ligger placerad uppe till höger med 5 mm avstånd till topp och 9 mm till kant. Egen-
namnet skrivs i 8,5 pt Helvetica Neue LT Std
75 Bold.

Format
85x55 mm
Papper
Scandia 2000 White 300 g

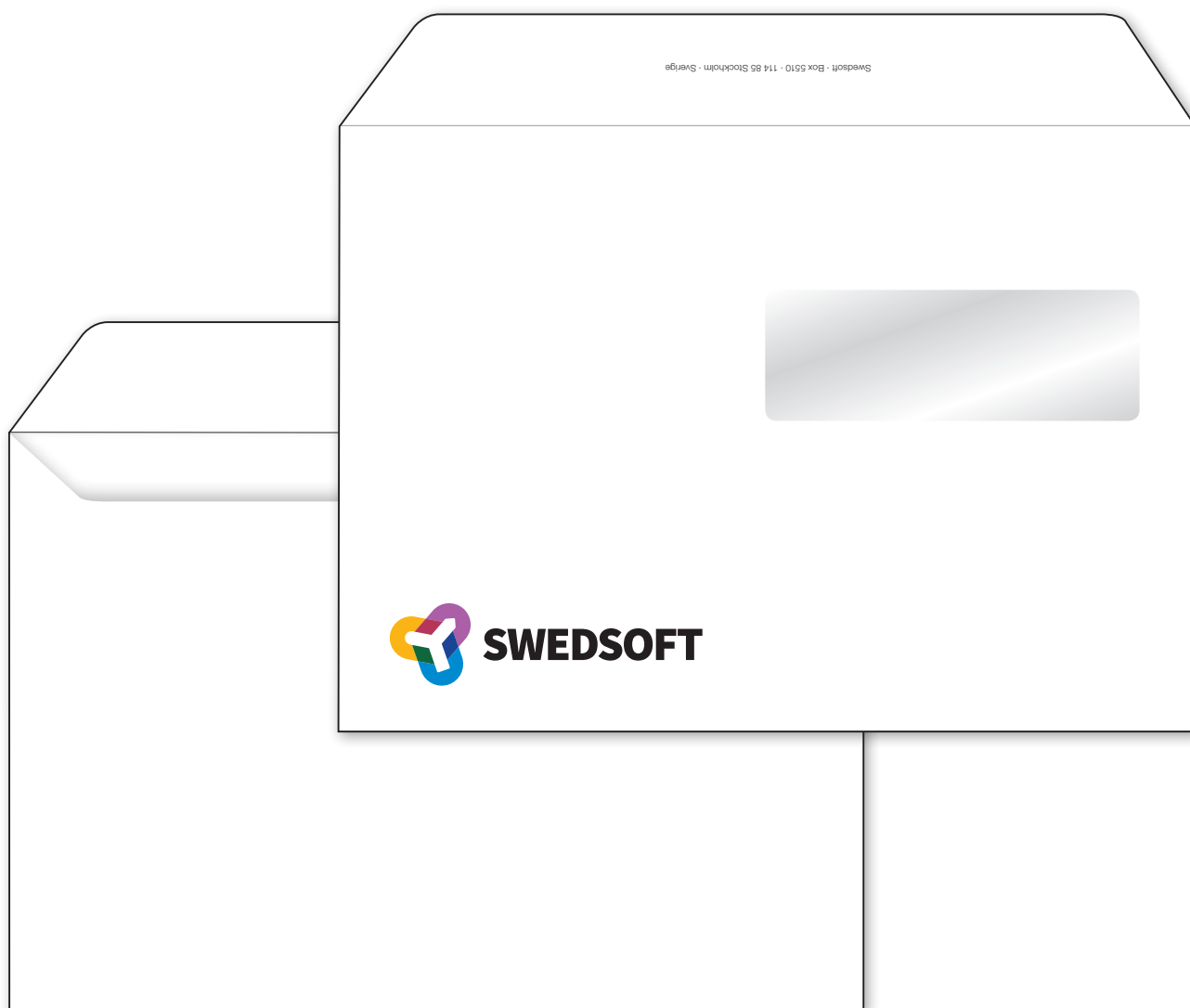


Kuvert

Kuvertet kan även förses med en genomskinlig fönsterruta, med placering svarande mot på inlagan anbringad mottagaradress. Fönsterstandarder är V2, H2 och H3. Vanligaste kuvertstorleken är C5 och C4.

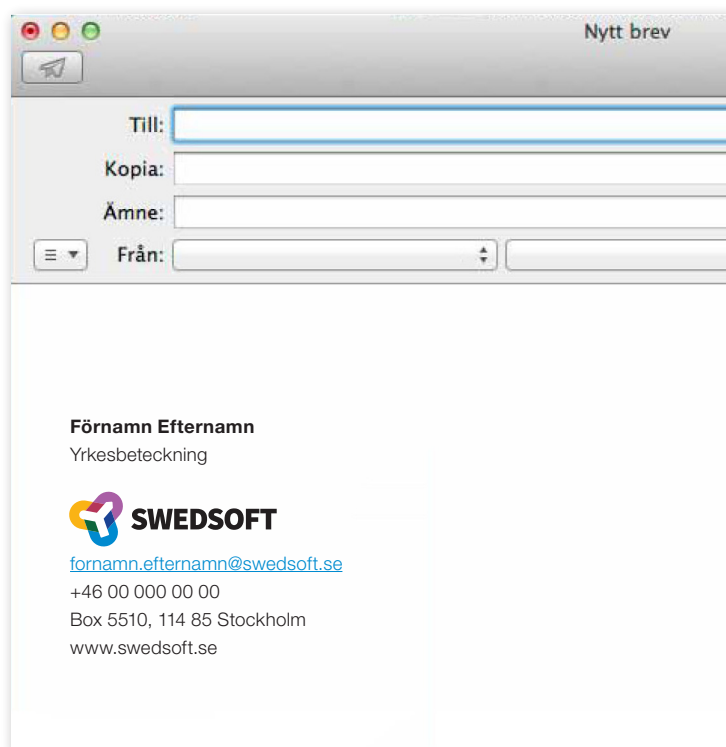
Format
C5/C4

Papper
Scandia 2000 White



Signaturmall

I all mail korrespondens från Swedsoft ska signaturmallen finnas med som avsändare.



The image shows a screenshot of a 'Nytt brev' (New email) window. The window has a title bar with standard macOS window controls (red, yellow, green buttons) and a title 'Nytt brev'. Below the title bar is a toolbar with a paper plane icon. The main content area is divided into two sections. The top section contains fields for 'Till:' (To), 'Kopia:' (Cc), 'Ämne:' (Subject), and 'Från:' (From). The 'Från:' field has a dropdown menu. The bottom section contains a signature template. The template includes the text 'Förnamn Efternamn' followed by 'Yrkesbeteckning'. Below this is the Swedsoft logo, which consists of a stylized 'S' made of three overlapping circles in blue, yellow, and red, followed by the word 'SWEDSOFT' in bold. Under the logo is the email address 'fornamn.efternamn@swedsoft.se' in blue, followed by the phone number '+46 00 000 00 00', the address 'Box 5510, 114 85 Stockholm', and the website 'www.swedsoft.se'.

Brevmall & rapportmall

En färdig brevmall i Microsoft Word finns att få från marknadsansvarig. Färdiga teckensnitt finns definierade i dokumenten och de går att skriva ut direkt på färgskrivare.



Datum: 2016-03-15

Mottagarens namn
Företag
Adress 1
Adress 2

Handläggare: För- och Efternamn
Ärendenummer: Ärendenummer

Hej Mottagare,

Här börjar din text.

Hälsningar,

Namn Efternamn
Titel

Swedsoft • +46 8 782 09 79 • info@swedsoft.se • www.swedsoft.se • Box 5510 • 114 85 Stockholm

1[1]

PowerPoint-mallar

PowerPoint-mallarna används för Swedsofts egna presentationer. Textformaten i PowerPoint-mallarna är Arial i följande storlek:

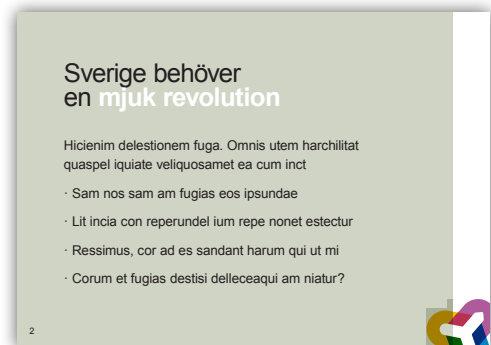
Titelrubrik: 64 pt
Sidrubrik: 46 pt
Brödtext: 24 pt
Sidnumrering: 16 pt

Textstorleken anpassas med formateringspaletten. Där skapas också punktlistor etc.

Färger på tonplattor kan varieras (se avsnittet färg). Grundmallen kan ha färgplatta eller färgbalk, se exempel till höger.



Startsida



Grundmall



Grundmall



Slutskärm

Roll-up

Så här kan eventmaterial se ut där de olika grafiska elementen nyttjas för att skapa intressant och tydlig kommunikation.



Tonalitet i texter

Vårt språk är:

- Visionärt
- Inspirerande
- Passionerat
- Värderingsdrivet

...men samtidigt:

- Koncist
- Rakt på sak
- Lättbegripligt
- Grundat i fakta

Vi undviker:

- Svävande påståenden
- Försiktiga formuleringar
- Onödigt krångligt, invecklat eller akademiskt språk
- "Politiskt språk" fyllt av klyschor.

Vilket papper ska jag välja?

Visitkort

Scandia 2000 White, 300 g

Brevpapper

Scandia 2000 White, 90 g

Kuvert

Scandia 2000 White

Broschyrer och foldrar

Scandia 2000, 150–200 g

Mappar

Scandia 2000, 300 g

Allmänt

Scandia 2000 är ett extra vitt, obestruket, ytlimmat papper. Pappret är uppbyggt av kemisk klorfri massa, TCF, och fyllmedlet är högvit krita. Tillsammans med neutrallimning ger det ett åldringsbeständigt papper vad gäller ljushet och styrka samt en hög opacitet. 80, 90 och 100 g är godkända för OCR och anpassade för laser. Till Scandia 2000 hör ett omfattande kuvertsortiment.

Användning

Scandia 2000 passar till allt från designprogram till direktreklam, broschyrer, tidskrifter, böcker och illustrerade kataloger. Den neutrala vitheten ger pappret naturtrogen bildåtergivning, bra läsbarhet och hög kvalitetskänsla. Ytvikterna 80-100 g är anpassade för laser och godkända för OCR.

Repro

Rastertäthet: Till Scandia 2000 rekommenderas 133 linjer/tum (54 cm/tum). För bästa resultat använd underfärgsborttagning.

Total färgmättnad max 260 procent.

Tryckning

Scandia 2000 lämpar sig framför allt för tryckning i offset, i ytvikter över 150 g även för screen. I ytvikter upp till och med 115 g är Scandia 2000 pre-printanpassat.

Efterbearbetning

Bindning: Scandia 2000 är väl lämpat för trådhäftning, klammerhäftning och limbindning.

Ytbehandling: kontakta din leverantör av ytbehandling.

Källa: www.antal.se



SWEDSOFT