

BRÄNDIKÄSIKIRJA 2021

Tämä on
FAAKTIA



Sisällys

Brändikonsepti 04

Logot ja elementit 10

Värit 20

Typografia 23

Kuvamaailma 27

Brändiarkkitehtuuri

LOUNAIS-HÄMEEN KOULUTUSKUNTAYHTYMÄ

FAKTIA

FAI

JOBPARI

BEAUTYFAI

FAIFOOD...

BRÄNDIKONSEPTIT JA -KAMPANJAT

Lounais-Hämeen koulutuskuntayhtymän brändi ohjaa alabrändejä ja konsepteja. Ydinviestit ja visuaalinen ilme määritellään pääbrändin tasolla ja alempien tasojen täytyy olla samassa linjassa sen kanssa.

Alabrändeillä on omat visuaaliset ilmeensä logoineen ja elementteineen. Niiden tulee olla linjassa pääbrändin kanssa, ja omalla ilmeellään tukea sitä. Alabrändien alla olevien brändien taas tulee ilmeellään tukea sekä pääbrändiä että alabrändiä.

Brändikonseptit ovat suoria konseptitason sovelluksia pää- tai alabrändin ydinviesteistä / muista viestinnällisistä konsepteista. Konseptien ilme pohjautuu aina suoraan pääbrändin ilmeeseen.

Brändikonsepti

Tämä on Faktia



Menestyksesi kumppani

Se on Faktia.

Olemme menestyksesi kumppani, olit sitten uraa uurtava tekijä tai bisneksilleen nostetta haluava yritysjohtaja.

Meidän kauttamme saat paljon enemmän kuin pelkän koulutuksen (toki myös pelkän sellaisen jos haluat), sillä me haluamme auttaa sinua kokonaisvaltaisesti. Meillä on tapana pitää kumppaneistamme hyvää huolta ja kulkea heidän rinnallaan koko kehitysmatkan ajan.

Meille on tärkeintä, että sinä onnistut.

Arvolupaukset

1. Rinnallasi kulkeva kumppani
2. Enemmän kuin koulutusta
3. Yksi luukku, monta ratkaisua
4. Onnistutaan yhdessä





**Meiltä harvoin löytyy kahta
samanlaista ratkaisua, sillä kaikki
suunnitellaan aina kumppanin
tarpeiden mukaan.**

**Eräs kouluttaja
kahvipöydässä**

Brändi-identiteetti

Tältä Faktia näyttää ja kuulostaa

Asiantunteva

Faktia tietää mitä tekee ja tuntee asiansa. Se on oman alansa raudanluja ammattilainen, mutta ei tee siitä kuitenkaan erityistä numeroa - sen ei tarvitse todistella sillä sen työ puhuu puolestaan.

Aito

Faktia ei yritä olla muuta kuin mitä se oikeasti on, eikä se pelkää olla oma itsensä. Se on helposti lähestyttävä mukava tyyppi. Se tietää, ettei se ole täydellinen, eikä sitä haluaisikaan - miten tylsää olisi, jos ei olisi mitään missä kehittyä!

Rohkea

Faktia ei pelkää vaan se kohtaa uudet asiat avoimen uteliaana ja tarttuu haasteisiin ennakkoluulottomasti ja epäroimättä. Ei pidä kuitenkaan ajatella, että se olisi ylimielinen jyrä - päinvastoin.

Uudistaja

Faktia on alansa pioneeri, joka uudistaa kumppaniensa ja itsensä lisäksi myös toimintakenttäänsä ja koko koulutusalaan. Myös seudun elinvoiman ylläpito ja uudistaminen ovat sille sydämen asia!

BRÄNDIPERSOONA

Logot

Faktian ja Jobparin logot + niiden käyttö

Faktian logo



LOGO

Faktian logoon kuuluu liikemerkki (F-pallo) ja Faktia -nimen visuaalinen kirjoitustapa. Tunnusta käytetään mallin mukaisena yhdistelmänä.



VISUAALINEN KIRJOITUSTAPA

Faktian visuaalista kirjoitustapaa, eli logoa ilman liikemerkkiä voidaan käyttää harkitusti erillisenä elementtinä, jos se visuaalisen ulkoasun kannalta tarpeen.



LIIKEMERKKI

Myös Faktian tunnuksen liikemerkkiä F-palloa voidaan käyttää harkitusti erillisenä elementtinä.

Jobparin logo



LOGO

Jobparin logoon kuuluu liikemerkki (J-pallo) ja Jobpari -nimen visuaalinen kirjoitustapa. Tunnusta käytetään mallin mukaisena yhdistelmänä.



VISUAALINEN KIRJOITUSTAPA

Jobparin visuaalista kirjoitustapaa, eli logoa ilman liikemerkkiä voidaan käyttää harkitusti erillisenä elementtinä, jos se visuaalisen ulkoasun kannalta tarpeen.



LIIKEMERKKI

Myös Jobparin tunnuksen liikemerkkiä J-palloa voidaan käyttää harkitusti erillisenä elementtinä.

Variaatiot





Logon käyttö

Logon minimileveytenä pidetään 20 mm mahdollisuuksien mukaan. Tavoitteena kuitenkin on toistaa logo mahdollisimman suurena, jotta se erottuisi vaivatta. Logon suoja-alue, eli alue joka logon ympäriltä on jätettävä tyhjäksi, on mahdollista muodostaa logon ympärille logotekstin a-kirjaimen alaosan mukaisesti.



Väritys

Älä muuta logon alkuperäisiä värejä. Logosta on olemassa erilaisia variaatioita eri käyttötarkoituksia varten.



Efektit

Älä lisää logoon varjoa, hehkua tai muita efektejä. Jos logo ei erotu taustasta ilman efektejä, on se väärin asemoitu tai väärän värinen.



Asemointi

Älä asemoi logoa muiden elementtien päälle tai välittömään läheisyyteen. Säilytä siis logon suoja-alue.



Rajaus

Älä rajaa logoa millään tavalla vaan säilytä aina sen alkuperäinen muoto.

Ei näin

Elementit

Markkinointimateriaaleissa käytettävät elementit



Pallot

Liikemerkkejä on mahdollista käyttää visuaalisena elementtinä.



Kuviot

Faktia -kuosi | Jobpari -kuosi

Faktian / Jobparin logon kirjoitustavasta ja tunnusväreistä on johdettu näyttävät Faktia ja Jobpari -kuosit, joita on mahdollista hyödyntää kaikissa markkinointimateriaaleissa.



Kuviot

F -kuosi

Myös Faktian ja Jobparin liikemerkeistä eli F- ja J-palloista on tehty oma kuosi, joita on mahdollista hyödyntää kaikissa markkinointimateriaaleissa. Kuosissa F-pallo toistuu, ja joukossa on mukana yksittäisiä J-palloja.



Värit

Käytettävä värimaailma

Värit

Päävärit



Oranssi

#F88E42
C 0 M 54 Y 82 K 0
R 248 G 142 B 66



Navy

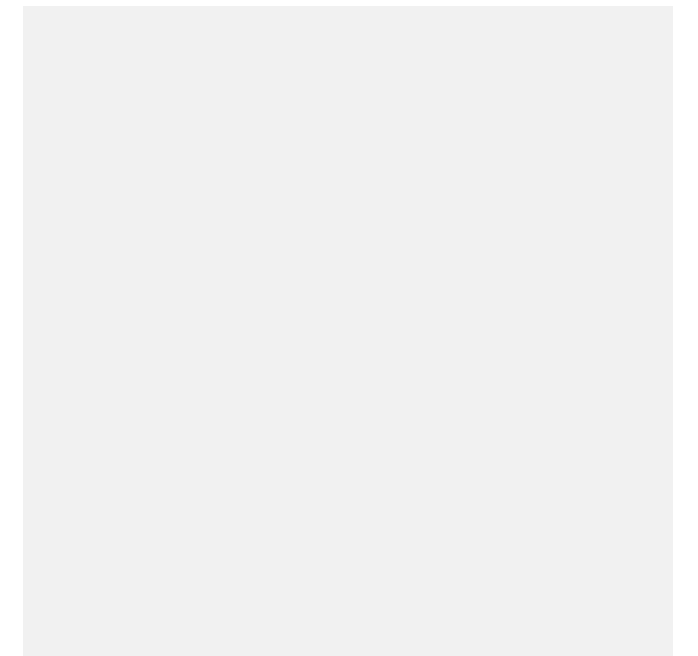
#1D2B42
C 91 M 78 Y 47 K 49
R 29 G 43 B 66

Lisävärit



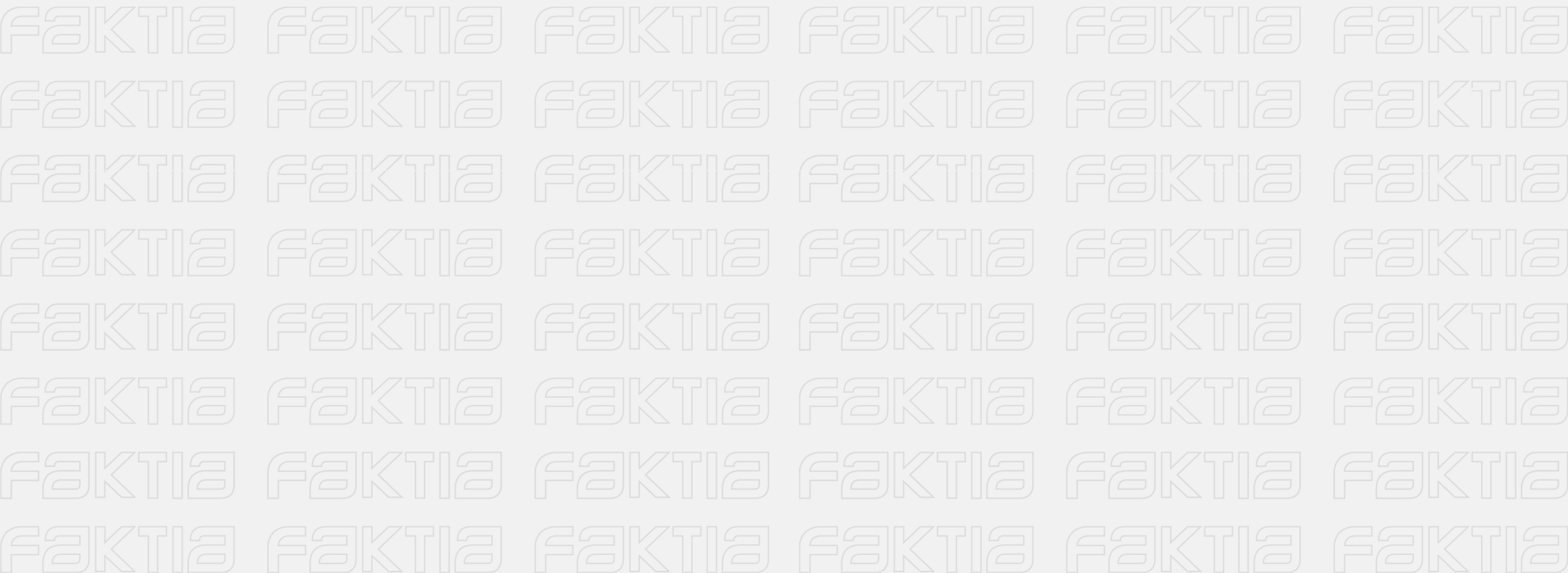
Musta

#212721
C 74 M 52 Y 71 K 90
R 33 G 39 B 33



Hopea

#F1F1F1
C 4 M 3 Y 3 K 0
R 241 G 241 B 241



Typografia

Käytettävät fontit



TULOSSA

Oma Faktia -fontti

Typografia

Ensisijainen

Aa

Inter

Thin

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Regular

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Bold

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Typografia

Vaihtoehtoinen

Aa

HK Grotesk

Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890

Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890

Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890

Kuvat

Kuvamaailma



Keskiössä aidot ihmiset

Markkinointimateriaaleissa käytetään mahdollisuuksien mukaan laadukkaita, aitoja kuvia faktialaisista. Jos sellaisia ei ole saatavilla, valitaan kuvapankista autenttisia kuvia, joiden keskiössä ovat iloiset, tavalliset ihmiset. Kuvien värimaailmassa suositaan brändivärejä ja tarvittaessa hyödynnetään kuvankäsittelyn filttäreitä.



Lisätietoa

Tanja Uusitalo

Viestintäpäällikkö

Lounais-Hämeen koulutus kuntayhtymä

p. 050 3374 723

tanja.uusitalo@lhkk.fi

Menestyksesi kumppani

se on Faktia.