

grafisk manual

ZAP 10

innehåll

Presentation..... 01

- Vilka är vi
- Introduktion
- Vision
- Mission
- Värdeord
- Tonalitet
- Riktlinjer
- Tips

Tryckdesign 25

- Visitkort
- Kuvert och brevpapper
- Roll-up
- Badge
- Fakturamall
- Korrkort
- Skyltar
- Poster

Grafiskt 09

- Logotyp
- Färger
- Typsnitt
- Grafiska element
- Mönster
- Bildmanér

Digitalt 19

- Sociala medier
- Webbida
- Presentations mallar

presentation

Förmedlar evangeliet på sociala medier med fokus på att utrusta och utmana unga att vara med och göra Sverige till en bättre plats.

you are great

introduktion

ZAP 10s verksamhet tillgodoser ett behov hos unga människor att på sociala plattformar inspireras, utrustas och glädjas i sin tro. För att vara en motpool till dagens ideal och hjälpa ungdomar att i vardagen rikta sitt fokus på Jesus och stärka sitt egenvärde.

1. Tänk på att variera innehållet med bilder och grafiskt.
2. Utrymme och marginaler mellan text, bilder, symboler och logotyp.
3. Håll det enhetligt, följ färger, typsnitt och bilduttryck.
4. Gör det med hela ditt hjärta för Jesus.

I denna manual hittar du allt du kan behöver för att du ska ha rätt förutsättningar för att skapa innehåll som är enhetligt och målgruppsanpassat. Är det något du undrar över eller saknar, hör av dig till vår AD (Art Director) Lovisa Catoni.

vision

Vår vision och vårt uppdrag är att nå ungdomar som ännu inte hört evangeliet om Jesus men vi vill även finnas som en uppmuntran för Sveriges kristna ungdomar över alla samfund. Unga som växer upp idag blir överösta av intryck från olika håll via nätet och i media, där vill vi finnas och influera med ett positivt budskap.

mission

Vi vill ge ungdomar en plattform med redskap för att växa i sin tro men även en plattform där ungdomar kan få sann bild av sitt egenvärde. Vi vill vara en plattform som enar Sveriges kristna ungdomar och som även ger dom ett hopp och en frimodighet att dela med sig evangeliet vidare för att fler ungdomar ska få uppleva kärleken från Jesus.

trygghet

kramar
regelbundenhet
enhetligt
röd
grön
gemenskap
utgivande

gemenskap

lila
omhändertagande
vi
tillväxt
människor
relationer
uppmuntran

glädje

humor
energi
sprudlande
explosivt
skratt
färgstarkt

inspiration

utrustande
inbjudande
kreativitet
idéermänniskor
färger
uppmuntrande

värdeord

Våra primära värdeord är trygghet, gemenskap, glädje och inspiration, under dessa står även ord som beskriver – hur vi visuellt kan visa på våra värdeord. Ord som vi kopplar ihop med våra värdeord för att det ska underlätta för dig att använda dem och förstå hur vi vill förmedla dessa genom vår grafiska identitet.

OBS!

Detta innebär inte att vi alltid måste förmedla just dessa ord i text utan detta ska genomsyra allt det vi gör.

gör såhär

vi/du
frälst/kristen
inte kristen
till exempel
troende/inte troende
ZAP 10

gör inte såhär

ni
ofrälst/okristen

t.ex osv. förkorta alltså inte

ZAP10
zap10
Zap10

tonalitet

För att underlätta i textskrivandet kommer här några saker att tänka på när vi skriver text, vilka ord vi använder och vilka vi inte använder. Vi vill fortfarande använda våra värdeord i textskrivandet också. Här kommer lite riktlinjer hur vi gör och inte gör med ord och uttryck.

OBS!

Detta för att vi inte ska trampa någon på tårna/köra över någon. Vi vill hålla en ödmjuk ton i allt vi skriver.

Detta är inte dina privata kanaler – du reppar alltid ZAP 10, därför lägger du inte in dina personliga värderingar och tankar i inlägg som publiceras i ZAP 10s sociala kanaler.

riktlinjer

Några viktiga saker att tänka på när du gör grafiskt innehåll för sociala medier och webb är att all text som görs i bilden behöver skrivas i plattformen du använder. Det är också viktigt att tänka på mottagaren, hur det kan tolkas inte alltid tänka att det ska vara snyggt utan att tänka utifrån SWOT. Strengths, Weaknesses, Opportunities och Threats. Alltså ibland tänka över hur inläggen uppfattas och även titta på statistik i efterhand. För att se vad som går bra och vad som går mindre bra för att anpassa sitt innehåll till det.

tips

Instagram.....

Stories/Händelser

Du kan med fördel skriva text för ett inlägg på story i valfritt verktyg du använder för ditt kreativa skapande. Däremot bör du tänka på att då lägga all text i Instagrams skrivverktyg också. För att man ska kunna översätta och lyssna på texten. Då kan du göra den skrivna texten så liten att den inte längre syns. Eftersom att texten ändå finns i inlägget du har skapat så kan den nu även läsas av människor med funktionsvaritioner.

Inlägg

Det finns olika format för inlägg

Reel: 1080px X 1920px

Porträtt: 1080px X 1350px

Kvadrat: 1080px X 1080px

Första måttet som anges är bredd, det andra är höjd.

Här är det därför viktigt att tänka på vart du placerar det viktigaste innehållet eftersom att det i ditt flöde (när man besöker @zap10) endast visas kvadratiska bilder.

Läs mer på sida 20-21.

TikTok.....

Videos

Det som går bra

- När man pratar inte bara videoklipp med ljud
- Kortare videos MAX 15 sekunder
- #foryou #fördig
- Vloggar 30 sekunder

FaceBook.....

Här hänger inte vår primära målgrupp därför behöver innehållet här anpassas till mer informativt och för att berätta om vårt arbete och varför man borde vara med och bidra med bön och finansierande gåvor.

grafiskt



logotyp

ZAP 10 använder sig av tre logotyper som används på olika sätt som anges i manualen. Den kan med fördel användas i stort över en bild ensamt. Mer om placering ser du på sid. 10. Logotypen finns i tre olika färgvarianter på ytterkanten: vit, svart och "humbly".

Tanken bakom

ZAP står för namnet på organisationen. 10 är för att det är kopplat till "Kanal 10" samt att playknappen finns där för att det primärt är en playfunktion och videomaterial plus att det blir en "pil" som pekar lite uppåt.

Marginaler - primärlogotypen

På alla sidor ska det finnas lika mycket tomt utrymme som symbolen. Detta varierar beroende på hur stor logotypen är.

Primär

tre olika varianter och de används på liknande sätt som anges.

Marginaler: pilens höjd



Sekundär

denna används endast mot företag.

Marginaler: pilens höjd



en del av Kanal 10



en del av Kanal 10

Tertiär

används endast på våra livesändningar

Marginaler: 100% av loggans höjd åt alla håll



Gör såhär



Gör inte såhär



gör såhär

Skala logotypen skalenligt, se till att de är skalenliga

Logotypen placeras i linje med kanter, alltså vrider vi inte logotypen på något sätt.

De olika logotyperna placeras alltid enskilt, inte tillsammans.

När "logo-market" används fristående är den aldrig roterad.

Placering

Nederkant höger – mitten – vänster

Mitten centrerad [större]

#COD345
humblly

C 33%
M 0%
Y 84%
K 0%

R 192
G 211
B 69

#524E9C
guiding

C 80%
M 75%
Y 0%
K 0%

R 82
G 78
B 156

#EC6839
loving

C 0%
M 70%
Y 80%
K 0%

R 236
G 104
B 57

#8ABBD7
trusting

C 50%
M 15%
Y 10%
K 0%

R 138
G 187
B 215

#F3EEF7
kind

C 5%
M 7%
Y 0%
K 0%

R 243
G 239
B 248

#20201F
bold

C 73%
M 63%
Y 60%
K 80%

R 32
G 32
B 31

färger

Varje färgval är avväg mot värdeordens innebörd i kombination. Tanken är att dessa fyra färger ska återkomma och användas tillsammans under fria tyglar med riktlinjer. Färgerna går i trenden "youthfull look". Dessa kan med trygghet användas tillsammans och enskilt men tänk på kontraster mellan bakgrund och text.

OBS!

Illustrerade objekt använder samma färg i samma bild däremot kan andra objekt skifta. Se sidan 19.

Tänk också på att färgerna primärt används för att förstärka och leka med till olika illustrationer och att primärt använda svart eller vit text. Färgad text går jättebra men då använder vi svart eller vit bakgrund.

Aa *rubrik*
noto serif display
bold italic

Rubriker skrivs gärna helt i gemener typsnittet gärna och kan med trygghet vara två rader vi önskar att alla med lika stor betydelse är lika stora. Text rubriker på hemsidan är lika stora om de är lika viktiga. Rubriker skrivs vänsterjusterade eller centraljusterade här bestämmer brödtexten.

Webb guidelines
weight: 600
Min size: 36pt

typsnitt

Varje typsnitt är avvägda mot varandra i kombination och mot färgerna samt bildmanéret. Alla typsnitt är gratis att ladda ner på fonts.google.com undvik små marginaler underrubriker och brödtexter samt små marginaler till kanter. Däremot kan man i vissa fall "spränga" igenom en bild men då med råge så man ser tydligt att det är meningen.

Aa *brödtext*
outfit
extra light

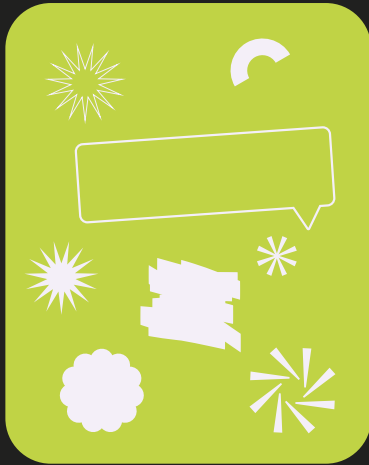
Brödtexter skrivs gärna marginaljusterade åt vänster eller endast vänsterjusterad i enstaka fall centraljustead då är kravet att det inte är mer än två rader med text eller att det är ett citat.

Webb guidelines
weight: 400
min size: 16 pt

Aa *underrubriker*
outfit
medium

Underrubriker skrivs gärna vänsterjusterade i enstaka fall centraljustead mot huvudrubriken, men det gäller främst framsidor på presentationer annars vänsterjusterad under huvudrubrik.

Webb guidelines
weight: 400
min size: 21 pt



grafiska element

Grafiska element används för att förtydliga "youthfull look". Dessa kan med trygghet användas tillsammans. Samma objekt kan använda olika färger men undvik att använda alla färger och fler än tre olika symboler i samma bild.

OBS!

I vissa fall kan regeln om samma färg brytas men detta sker sällan och då ska det finnas flera olika objekt alltså inte bara linjer eller bara bågar eller stjärnor. Se exempel på sidan: 16



grafiska element

exempel

Ovan kan du se exempel hur illustrationer/ikoner kan användas. Men våga testa och är du osäker så skicka iväg en fråga till Lovisa så kan ni bolla med varandra.

bakgrunds färg: "kind"
mönster opacitet: 25%

mönster & bakgrunder

Vi jobbar med två olika mönster, det första används gärna på sättet som anges under bilden. Detta för att skapa lite mer liv på en vitbakgrund eller på webben. Det andra mönstret kan med fördel användas som det är men också med en tilläggsruta i antingen färgen "bold" eller "kind" som linjeras mot rutorna. Rutmönstret kan även användas med endast ytterkonturer.

OBS!

Var noga med marginalerna på rutmönstret om du lägger en ruta ovanpå men också tänk på färgvalen till och håll illustrationerna till ett minimum på båda mönstrena.



bildmanér

Alla bilder ska förmedla minst två av våra värdeord; trygget, gemenskap, glädje och inspirerande. Vi gillar bilder med människor, kort skärpedjup och förgrund. Dessa gillar vi svart/vita, ibland gillar vi bilder i färg då är det dock lite mörkare bilder från studion, men endast ibland så får studioljus med fördel vara med i bakgrunden. Bilder kan med fördel publiceras med och utan text samt att bilder kan kombineras i bildsvep där bild ligger på en annan bild. Se då till att den övre bilden inte skymmer något i fokus samt att det inte ser för rörigt ut. Vi vill förmedla äkthet genom våra bilder därför bör bilder som ska se ut som "in-the-moment-bilder" också tas "in-the-moment" vi vill undvika det stela som kommer synas och upplevas om bilderna blir för uppstyrd. De olika grafiska elementen kan med fördel användas på bilderna.

digital



sociala medier

Vi älskar färg och ett mixat flöde. Våga gå lite crazy (inom de riktlinjer som anges i denna manualen). Däremot är det viktigt att tänka på hur bilderna hamnar i flödet så man inte får "floder" av liknande inlägg som färg eller innehåll.

OBS!

Här är det bara viktigt att tänka på att all text som skrivs i bilden också skrivs i caption så att de som inte kan läsa kan få det uppläst och översatt med mera. Det är också superviktigt att tänka på att reels också kommer synas i flödet och därför tänka på att de behöver en omslagsbild som passar in både i "vanliga-flödet" och reels-flödet. Tänk också på att det som visas i manualen endast är ett exempel för att se variation på färg och form.

att tänka på

Byta omslag på Reels

Hur du gör

1. Välj din reel och gå till sidan där du ska publicera och lägga in text.
2. Klicka på "Redigera omslag"
3. Klicka på "Lägg till från kamerarullen"
4. Välj bild från kamerarullen som du har producerat
5. Klicka på "Klart" i högra hörnet
6. Skriv din text och publicera din reel.

Anpassa inlägg för feed

Hur du gör

1. Placera en 1080x1080px ruta över dina inlägg som du sedan tar bort för att du ska se att du inte får några fula kanter eftersom att bilderna huggs i flödet. Samma gäller inlägg som är 1080x1350px.
2. Däremot syns dina reels i sin helhet 1080x1920px i flödet bland dina reels-så där behöver du också tänka på att det ska funka där också.

Trendig musik

Hur du gör

1. Du får inte använda vilken musik som helst, det kan vara bra att titta på trendiga låtar för att få större spridning.
2. Tänk på texten eller låttitel så den passar in i våra värdeord.
3. Ibland finns det en styrka i att inte ha låtar med text oavsett om det är lovsånger eller inte.



webbsida

Webben ska vara tydlig och även här ska vi jobba med "youthfull-look". Vi älskar färg men gillar svart/vita bilder. Då vi kan jobba med glädjebilder men ändå hålla oss enhetliga.

OBS!

Illustrerade objekt är helt okej att slänga in.



presentationssmall

Eftersom att presentationer primärt kommer vara mot företag och på event. Så försöker vi hålla oss till så få detaljer och illustrationer som möjligt för att få fram den information vi vill. Däremot i de fall som vi ska presentera mot vår målgrupp finns det stora möjligheter att använda färger och illustrationer.

OBS!

Illustrerade objekt är helt okej att slänga in även på presentationer mot företag men håll det då till ett minimum så fokuset är på informationen.

tryckdesign



visitkort

Alla visitkort printas med svart framsida. På baksidan skrivs för och efternamn samt kontaktuppgifter till personen. Här finns även logotypen till vänster finns en tunn ruta där man ska ha möjlighet att skriva ner saker man pratar om vid mötet.



kuvert och brevpapper

Avskalat både kuvert och brevpapper, för att innehållet är det viktiga och kuvert behöver kunna sorteras korrekt, därför låter vi bara det viktigaste vara med på dessa och inte för mycket detaljer och illustrationer, det kan användas för att lyfta innehållet i brevet istället. Logotypen kommer även printas på framsidan av kuvertet i nedre vänstra hörnet.

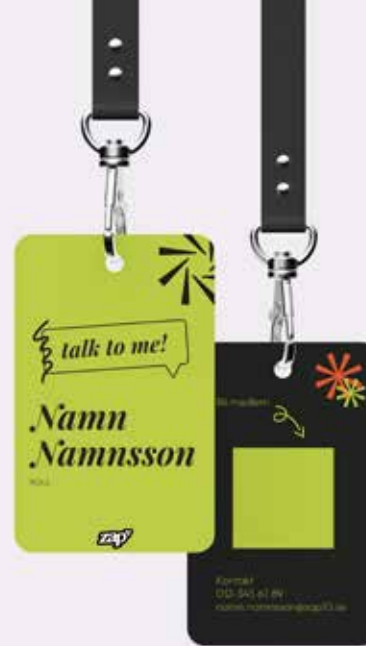


roll-up

Under tillfällen där vi monterar, ska det finnas olika typer av material som visar vilka som står där, bland annat en vepa eller en roll-up. Beroende på hur stor monter vi har tillgång till och vilka förutsättningar som finns på monterplatsen.

OBS!

Ovan visas bara ett förslag på känsla, när det är aktuellt kommer det att skapas en roll-up efter behov och syfte.



badge

Alla badgar printas med fram och baksida antingen beställs i plast eller skrivs ut på tjockare papper och lamineras eller läggs i plastfickor. Därför finns det inga mått på denna, då det kan variera.

På baksidan finns det en QR-kod detta visas i den grafiska manualen genom en grön kvadrat.

fakturamall

Vid tillfällen där faktura skickas är detta ett förslag, men detta justeras efter vilket fakturaprogram de använder.

zap Faktura

Adress:
Adress:
Postadress:

Kundnummer: 001
Offertnummer: 001
Behandlingsnr: 001

Summa excl. moms: 8000.00 SEK

Produkt/Tjänst	Antal	Ägpris/Ekonomie	Rabatt	Belopp
Produkt	1	8000.00	0.00	8000.00

Summa inkl. moms: 8000.00
SUMMA TOTALT: 8000.00 SEK

Adress: Adress: Adress:
Adress: Adress: Adress:
Adress: Adress: Adress:

korrkort

Vid tillfällen där vi montrar kan det vara bra att ha framme lite korrkort för att kunna skriva anteckningar både för oss och de vi möter. För att kunna ta vidare eventuell kontakt.

Riktlinjer

Storlek: A6

Tjocklek: 160g





posters

Här visas bara ett exempel på hur man skulle kunna annonsera om att ZAP 10 skulle starta en poddcast. Detta är endast exempel och podd är inget som ligger i pipelinan just nu.

