Lions Clubs Internationalin ohjeet klubeille brändin käyttämisessä

Miten edustaa maailman hienointa palvelujärjestöä.

Miksi brändiohjeilla on merkitystä?

Brändiohjeet auttavat Lions Clubs Internationalia näyttämään maailmalle keitä me olemme ja mitä me teemme parhaiten. Kun kaikki klubimme käyttävät samantyylistä kieltä, samoja logoja, värejä ja kuvatyylejä, me luomme yhtenäisen ja helposti tunnistettavan julkisivun maailman johtavalle palvelujärjestölle.

Nämä brändin käyttämiseen liittyvät ohjeet auttavat meitä myös säilyttämään järjestömme tavaramerkit ja viestit kuten ‘We Serve™’, jotta lionit voivat käyttää niitä edelleen tulevina vuosina.

Sisällysluettelo

1.0 // Sanalliset ohjeet

1.1 Lionismin kieli

1.2 Vakioteksti

2.0 // Tunnus ja nimi

2.1 Tunnuksen ja nimen käyttäminen

2.2 Oikein ja väärin

3.0 // Designiin liittyvät perusasiat

3.1 Värit

3.2 Typografia

4.0 // Valokuvat

4.1 Miten ottaa hyviä kuvia

4.2 Oikein ja väärin

4.3 Kuvien käyttö

5.0 // Designiin liittyvä inspiraatio

5.1 Digitaaliset esimerkit

5.2 Painetut esimerkit

5.3 Esimerkkejä kodin ulkopuolelta

5.4 Sosiaaliset esimerkit

6.0 // Brändi ja maailmanlaajuiset avustuskohteemme

6.1 Kuvien tulkitseminen

7.0 // Brändiin liittyviä kysymyksiä

7.1 Brändin käytön yhdenmukaisuus

1.0 //Kielenkäyttöön liittyvät ohjeet

1.1 Lionismin kieli

Järjestömme nimi

Ensimmäinen vaihtoehto: Lions Clubs International

Toinen vaihtoehto: Lions International

Seuraavat sanavalintoihin liittyvät ohjeet koskevat lähinnä englanninkielisiä tekstejä. Käytä sanaa ”organisaatio” kun puhut Lions Clubs Internationalista.

Vältä seuraavia termejä kun puhut organisaatiosta (englanti):

- Lions Clubs
- Lions
- LCI

Lions

”Lions” viittaa jäseniin, ei organisaatioon ja se tulisi aina olla isoilla kirjaimilla (englanniksi).

Käytä ”Lions” (lionit) puhuttaessa kollektiivisesta määritelmästä (esim. lionien palvelu, lionien myötätunto, lionien sitoutuminen).

Käytä ”Lions club” ja “Lions clubs” pienillä c-kirjaimilla silloin kun viitataan klubeihin. (Vain englanti)

1.2 Vakioteksti

Miten käyttää vakiotekstiä?

Organisaatiomme vakioteksti on laadittu käytettäväksi lehdistötiedotteissa, muissa tiedotteissa ja tiedotusvälineille annetuissa vastauksissa, jotta määrittelemme Lions Clubs Internationalin toiminnan yhdenmukaisesti.

Esimerkkejä:

- Paikallinen sanomalehti haluaa kirjoittaa artikkelin palveluprojektista, jonka klubisi äskettäin järjesti. Lähetät palveluprojektin tiedot sanomalehteen ja mukana on myös vakioteksti, joka antaa taustaa siitä, keitä olemme organisaationa.
- Kirjoitat lehdistötiedotetta uudesta yhteistyösuhteesta klubinne ja toisen paikallisen organisaation välillä. Vakioteksti on lehdistötiedotteen lopussa antamassa lisätietoja.

Lions Clubs Internationalin vakioteksti

Lions Clubs International on maailman suurin palveluklubijärjestö. Jäseniä on 1,42 miljoonaa yli 48 000 klubissa yli 200 maassa ja maantieteellisellä alueella. Vuodesta 1917 lionit ovat vahvistaneet paikallisyhteisöjä käytännön palvelu- ja humanitaarisilla hankkeilla, ja pystymme laajentamaan palvelumme vaikutusta Lions Clubs Internationalin säätiön anteliaalla tuella. Olemme keskittyneet näkökyvyn, nälän helpottamisen, ympäristön, lapsuusiän syövän ja uuden maailmanlaajuisen kohteemme, diabeteksen, tukemiseen auttaaksemme vastaamaan joihinkin ihmiskunnan suurimmista haasteista. Olemme asettaneet kunnianhimoisen tavoitteen palvella 200 miljoonaa ihmistä per vuosi jotta pystymme palvelemaan entistä useampia ihmisiä. Lisätietoja Lions Clubs Internationalista saa osoitteesta lionsclubs.org.

2.0 // Tunnus ja nimi

2.1 Logon ja nimen käyttäminen

Tunnus

Lions Clubs Internationalin logoa tulee käyttää vain kuten alla on kuvattu. Sen käyttäminen oikein auttaa meitä suojelemaan tavaramerkkejämme kaikkialla maailmassa. Kun käytät tunnusta kuten tässä kuvassa näkyy, autat meitä säilyttämään tärkeimmän symbolimme lionien tuleville sukupolville.

Organisaation nimi

Nimeä on käytettävä oikeassa muodossa kaikissa markkinointimateriaaleissa. **Tunnusta** voidaan käyttää yksin, mutta **nimeä** tulisi käyttää vain tunnuksen rinnalla. Kun tunnus ja virallinen nimi esitetään yhdessä, se on ikään kuin organisaation virallinen **allekirjoitus**.

TUNNUS

Lions Clubs International

NIMI

Lions Clubs International

ALLEKIRJOITUS

2.2 Oikein ja väärin

HYVÄKSYTTÄVÄ

Lions Clubs International

EI HYVÄKSYTTÄVÄ

Älä vääristä.

Lions Clubs International

Älä muokkaa osia uudelleen.

Lions Clubs International

Älä muuta värejä.

Lions Clubs International

Älä suojaa taustavärejä.

Lions Clubs International

Älä muuta kirjasintyyliä.

Lions Clubs International

Älä rajaa allekirjoitusta.

Lions C

Älä kallista.

Lions Clubs International

Älä laita tunnusta kuvion päälle.

Lions Clubs International

3.0 // Designiin liittyvät perusasiat

3.1 Värit

KELTAINEN

Pantone® 7406
0C 17M 100Y 0K
235R 183G 0B
HTML #EBB700

SININEN

Pantone® 287
100C 72M 2Y 12K
0R 51G 141B
HTML #00338D

HARMAA

Pantone® Cool Gray 11
65C 57M 52Y 29K
85R 86G 90B
HTML #55565A

Päävärit

Lions Clubs Internationalin pääväripaletti koostuu keltaisesta, sinisestä ja harmaasta.

Ensisijaista palettia on tarkoitus käyttää suurilla väritäytealueilla, typografisissa käsittelyissä ja korostuksina.

Pantone® 660
75C 47M 0Y 0K
64R 124G 202B
HTML #407CCA

Pantone® 289
98C 84M 45Y 51K
13R 34G 64B
HTML #0D2240

Pantone® Cool Gray 5
13C 9M 10Y 27K
179R 178G 177B
HTML #B3B2B1

Pantone® 2612
64C 100M 11Y 2K
122R 38G 130B
HTML #7A2582

Pantone® 3405
100C 0M 82Y 0K
0R 172G 105B
HTML #00AB68

Pantone® 171
0C 79M 81Y 0K
255R 92G 53B
HTML #FF5B35

Toissijainen värivalikoima

Lions Clubs Internationalin toissijainen väripaletti täydentää ensisijaista värivalikoimaa. Nämä värit laajentavat brändiä ja niitä tulisi käyttää säästeliäästi.

Toissijaiset värit toimivat hyvin korostusväreinä ja ovat tapa lisätä energiaa ja painotusta.

3.2 Typografia

Ensisijainen kirjasintyyppi

Helvetica Neue on valittu Lions Clubs Internationalin viestinnän ensisijaiseksi kirjasintyypiksi. Tämän kirjasintyypin eri vahvuudet mahdollistavat joustavuuden ja luovan ilmaisun tekstissä ja näytöllä.

Helvetica Neue -kirjasinperhe

Me autamme monin eri tavoin

Toissijainen kirjasintyyppi

Adobe Caslon on valittu Lions Clubs Internationalin viestinnän toissijaiseksi kirjasintyypiksi. Tätä kirjasinlajia tulisi käyttää pidemmissä tekstialueissa otsikoiden alla. Sitä ei tule käyttää otsikoissa tai alaotsikoissa.

Adobe Caslon -kirjasinperhe

Me autamme monin eri tavoin

Käytettävät kirjasintyypit

Helvetica, Arial ja Times on valittu Lions Clubs Internationalin viestinnässä käytettäviksi kirjasintyypeiksi.

Niitä tulisi käyttää tekstinkäsittelyyn tai kun ensisijaista ja toissijaista kirjasintyyppiä ei ole saatavana.

Helvetica-kirjasinperhe

Me autamme monin eri tavoin

Arial-kirjasinperhe

Me autamme monin eri tavoin

Times-kirjasinperhe

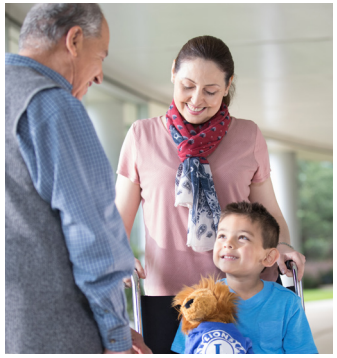
Me autamme monin eri tavoin

Ei-latinalaiset kirjasintyypit

Ei-latinalaista kirjaimistoa käyttävissä kielissä tulee valita sopiva kirjasintyyppi, joka täydentää valitsemaamme kirjasintyyppiä tai sellainen kirjasintyyppi, joka toimii parhaiten omalla alueellanne. Suosittelemme fontteja, jotka toimivat hyvin yksinkertaisten sans-serif-kirjasimien kanssa, jotka eivät ole liian koristeellisia.

4.0 // Valokuvat

4.1 Miten ottaa hyviä kuvia



Valo ja fokus

Hyvä valaistus on avain onnistuneeseen valokuvaukseen. Valokuvien ottaminen ulkona päivänvalossa on aina suositeltavaa, koska päivänvalo täyttää kuvan luonnollisella valolla ja tekee yksityiskohdista helposti näkyviä. Yritä välttää salaman käyttöä puhelimessa tai kamerassa. Valokuvan aiheen tulisi aina näkyä selvästi.

Kokoonpano

Kohteen keskittäminen on tärkeä osa hyvää valokuvaa. Suosittelemme, että tutustut kolmanneksen sääntöön, jota noudatettaessa kuvat ovat miellyttävämpiä katsella koska kohteet ovat sijoitettu strategisesti. Joissakin kameroissa on ruudukko näytössä, joka auttaa noudattamaan kolmanneksen sääntöä ihanteellisen kokoonpanon varmistamiseksi.

Toimintakuvat

Toimintakuvat kohteista, jotka ovat vuorovaikutuksessa luonnollisesti, ovat tehokkaampia kuin “poseeratut” tai “lavastetut” kuvat. Valokuvat lioneista, jotka palvelevat heidän yhteisöään, ovat loistava paikka aloittaa. Luonnolliset ”toimintakuvat” luovat positiivisen tunnelman ja ne korostavat lioneita tekemässä sitä mitä he tekevät parhaiten.

4.2 Oikein ja väärin

Oikein

- Valokuvissa käytetään luonnollista valoa ja ne ovat kirkkaita ja värikkäitä.
- Valokuvan aihe on tarkennettu.
- Valokuvissa on lioneita toiminnassa.

Väärin

- Alarivin valokuvat ovat huonosti valaistuja - liian tummia ja liian vaaleita.
- Yläkuva on lavastettu ja poseerattu, eikä se kuvaa sitä, mitä lionit tekevät.

4.3 Kuvien käyttö

Vältä kuvanhakukoneita

Voi olla helppoa käyttää vain kuvia, jotka löydät hakukoneiden kuten Googlen tai Pinterestin kautta. Mutta tiesitkö, että saatat rikkoa tekijänoikeuksia tekemällä niin? Verkosta löydetyt valokuvat ja grafiikat voivat olla ladattavissa ilmaiseksi, mutta se ei tarkoita, että voit käyttää niitä ilman tekijän tai kuvan omistajan lupaa. Hakukoneiden kautta löydetyt kuvat näytetään yleensä sen verkkosivun ulkopuolella, jossa ne alun perin julkaistiin, eivätkä ne välttämättä ole vapaasti käytettävissä.

Tutki ensin

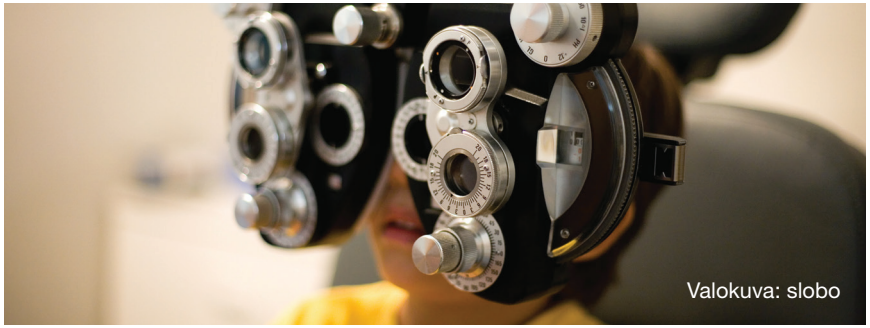
Tekijänoikeuslaki vaihtelee maittain. Ennen kuin käytät kuvia, joita et ole itse ottanut, tutki asianmukaiset lait, jotka koskevat kuvien omistamista ja tekijänoikeuksia.

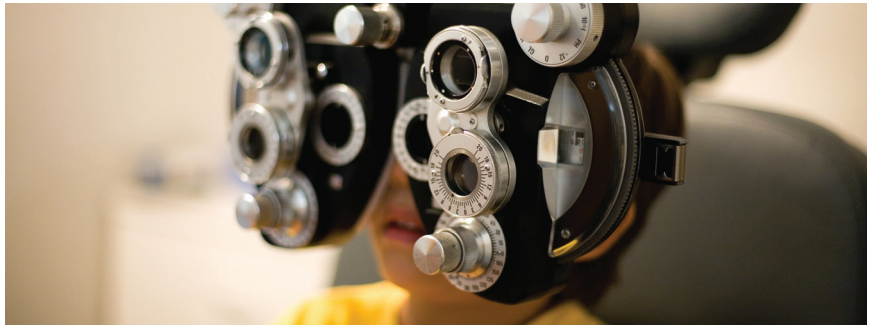
Mistä etsiä kuvia

Kun etsit arkistokuvia, käytä vain verkkosivustoja, jotka tarjoavat kuvia julkisesti tai ilman tekijänoikeusrajoituksia. Yksi verkossa oleva lisensoinnin muoto on Creative Commons -lisenssi. Nämä lisenssit antavat tekijöille mahdollisuuden jakaa teoksia, kuten valokuvia, verkossa, samalla kun ilmoitetaan myös selvästi minkälaiseen käyttöön tekijä antaa luvan. Suurin osa Creative Commons -lisenssillä varustetuista teoksista on vapaasti käytettäviä, mutta joskus ne vaativat tekijän nimen ilmoittamista julkaisun yhteydessä. Voit hakea tällaisia kuvia Creative Commons -sivustolta. Mutta muista aina tarkistaa lisenssi ennen kuin käytät valokuvaa.

Ilmoita tekijän nimi

Jotkut kuviin liittyvät lisenssit vaativat, että ilmoitat alkuperäisen tekijän nimen. Tee tämä yksinkertaisesti lisäämällä tekstirivillä kuvan ottajan nimi joko kuvan sisäpuolelle tai sen alle.



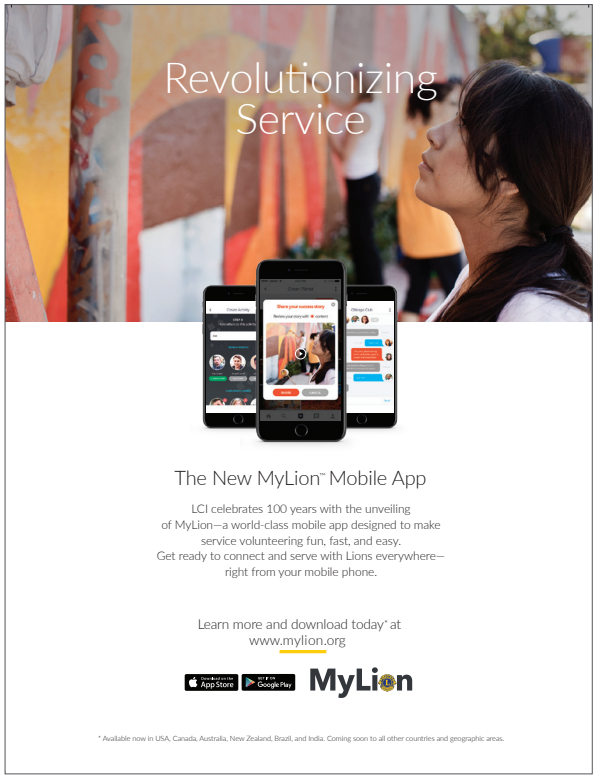


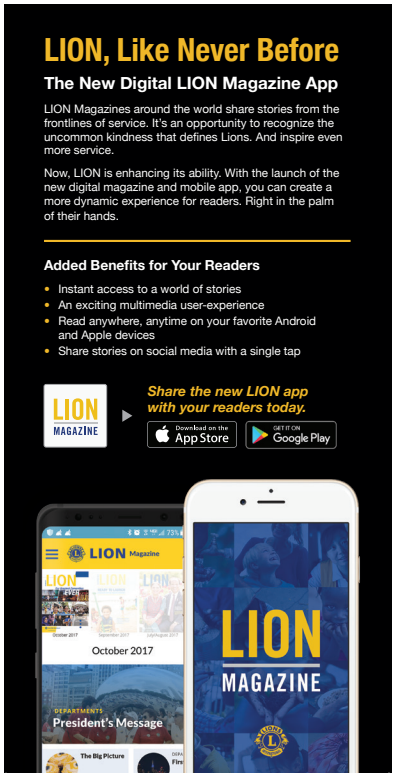
Valokuva: slobo

5.0 // Designiin liittyvä inspiraatio

5.1 Digitaaliset esimerkit

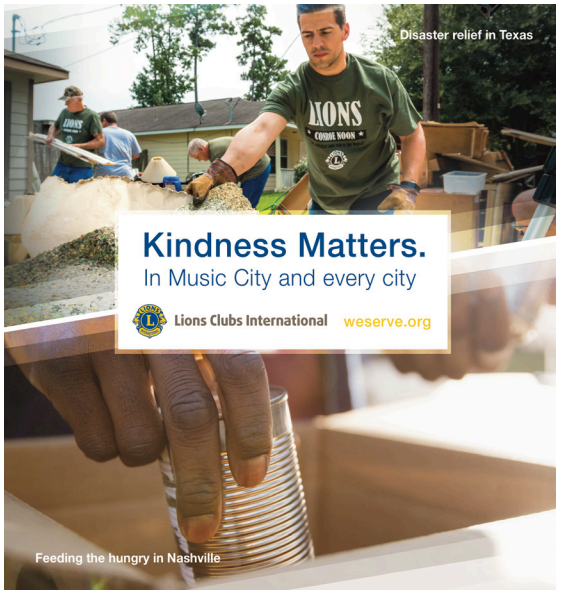
5.2 Painetut esimerkit





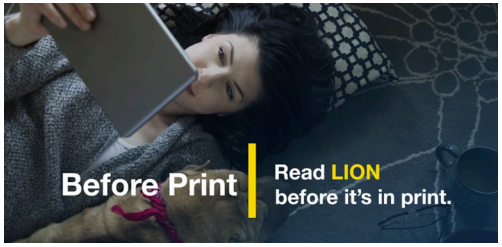
Valitse mainokset ja monisteet

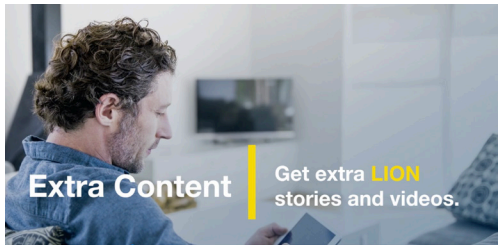
5.3 Esimerkkejä kodin ulkopuolelta

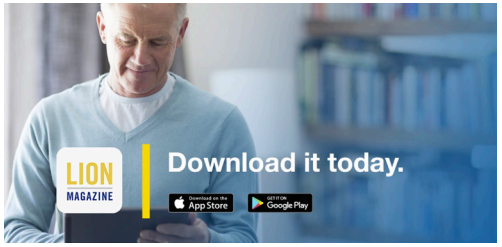


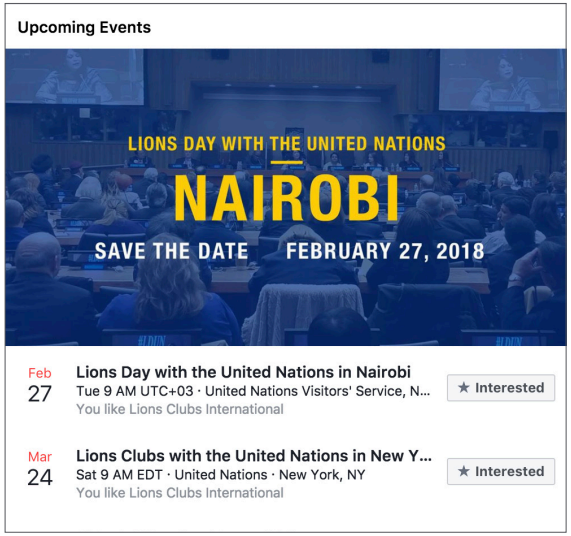
Ympäristöön liittyvät esimerkit (mainostaulut, bussikatokset, jne.)

5.4 Sosiaalisen median esimerkit









Videomainonta ja Facebook-viestit

6.0 // Brändi ja maailmanlaajuiset avustuskohteemme

6.1 Kuvakkeet

DIABETES

YMPÄRISTÖ

NÄLÄN HELPOTTAMINEN

NÄKÖKYKY

LAPSUUSIÄN SYÖPÄ

Jokaisella kohteella on oma kuvake

Jokaisella maailmanlaajuisella avustuskohteellamme on oma kuvake.
Näitä käytetään kaikessa yksittäisten avustuskohteiden markkinoinnissa, jotta varmistetaan yhtenäinen brändi.

Kun esitellään kaikki kohteet, tulee käyttää joko kaikkia kuvakkeita tai ei yhtään.

7.0 // Brändiin liittyviä kysymyksiä

7.1 Brändin käytön yhdenmukaisuus

Brändin käytön yhdenmukaisuus

Yhtenäisen brändin käyttäminen luo johdonmukaisen identiteetin lioneille ja Lions Clubs Internationalille sekä paikallisella että globaalilla tasolla. Jos sinulla on kysyttävää brändin käyttämisestä liittyvistä ohjeista tai yleisesti brändistä, ota meihin yhteyttä osoitteessa **lionsbrand@lionsclubs.org**.