

SCOUTERNAS[®] FOLKHÖGSKOLA

En guide för kommunikation

Uppdaterad oktober 2022

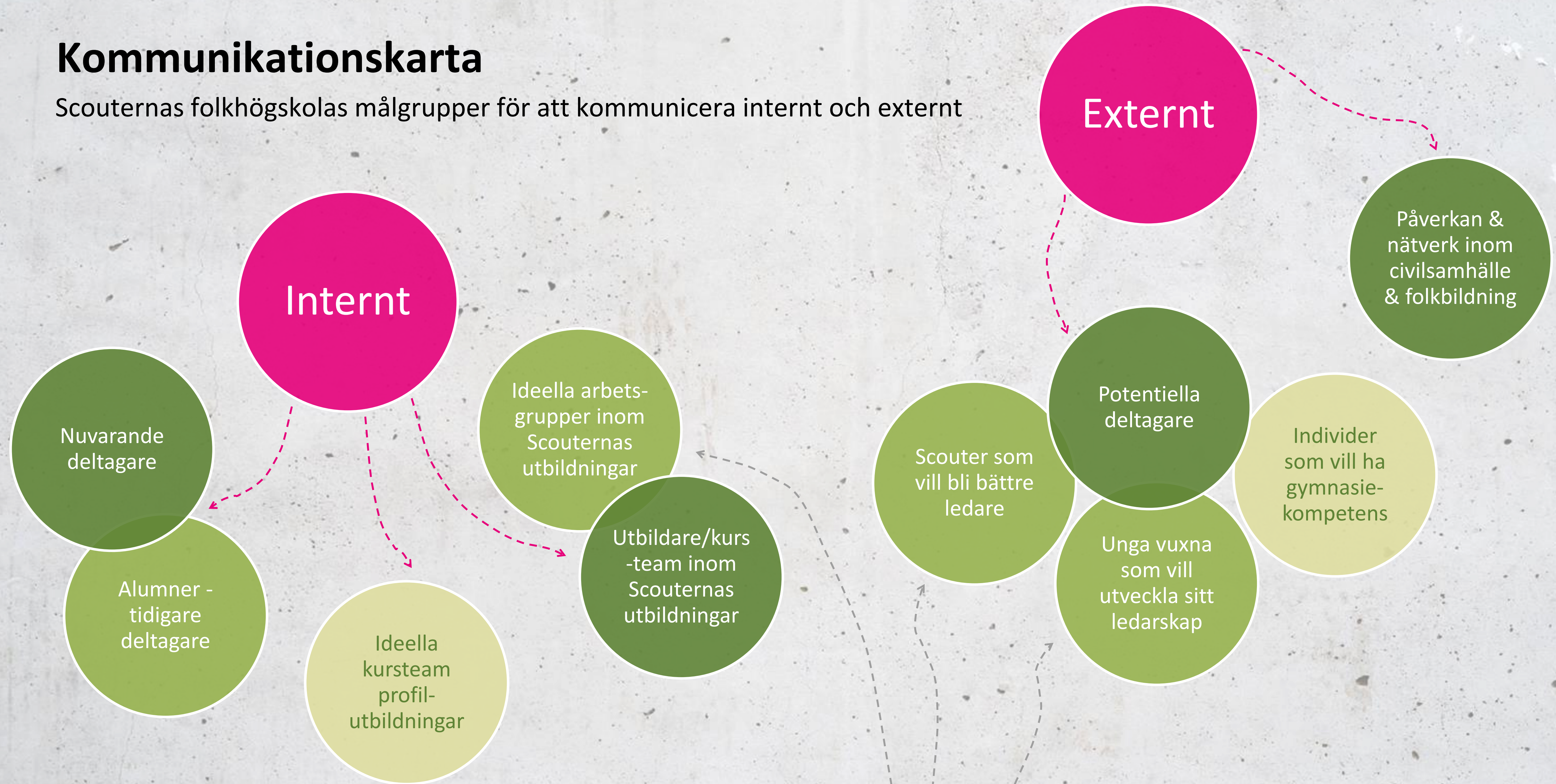
Vårt huvudbudskap

För att uppnå den förändring som behövs i världen krävs nya tankesätt och metoder. Något som Scouternas folkhögskola jobbat med sedan start och därför kan äga över tid. Vi är helt enkelt de som är bäst på att utbilda världsförbättrare!

Vi bildar för en bättre värld!

Kommunikationskarta

Scouternas folkhögskolas målgrupper för att kommunicera internt och externt



Unga vuxna som vill utveckla sitt ledarskap

Vårt löfte: vi ger dig makt, mod och verktyg att förändra världen

Drivkrafter: Vill lära sig mer om sig själv. Vill ha utmaningar. Vill utveckla sitt ledarskap. Vill få verktyg och metoder att övertyga och motivera andra.

Kanaler: Sökmotor Google, Scouternas och folkhögskolans hemsidor, Scouternas och folkhögskolans Facebook och Instagram. Deltagarnas egna kanaler. Samarbeten med andra aktörer. Folkhögskolans annonsering på Facebook och Instagram.

Argument som tilltalar dem: Väx som ledare. Bredda ditt nätverk. Våga utmana dig själv. Skaffa kraft i att förstå din potential som ledare. Led dig själv och andra. Så blir du en bättre förebild och ledare. Mentorsprogram. Metoder som du kan använda direkt. Fyll på ditt CV.



Scouter som vill bli bättre ledare

Vårt löfte: vi ger dig inspiration, verktyg och nätverk

Drivkrafter: Vill vara trygga i rollen som ledare. Vill utveckla förmåga och fylla på erfarenheter som scout och scoutledare tillsammans med andra. Vill vara förebild för andra.

Kanaler: Facebook, Scouternas hemsida, folkhögskolans hemsida, Scouternas Facebook och Instagram, folkhögskolans Facebook och Instagram, deltagarnas egna kanaler.

Argument som tilltalar dem: Byt erfarenheter. Utveckla dig. Använd dina kunskaper på nya sätt. Få nya scoutkompisar. Väx som ledare. Lär dig förklara och motivera på nya sätt. Fördjupa dina scoutkunskaper.



Individer som vill ha gymnasiekompetens

Vårt löfte: tillsammans tar vi dig dit du vill

Drivkrafter: Vill komma vidare i livet. Vill börja på en annan utbildning. Vill skaffa ett nytt nätverk som kan ge stöd och inspiration. Vill ta makten över sin situation.

Kanaler: Sökmotor Google. Webbssidor såsom folkhögskola.nu. Scouternas folkhögskolas hemsida. Skolan och deltagarnas egna kanaler på Facebook och Instagram. Berättelser mun-till-mun. Annonsering på Facebook och Instagram.

Argument som tilltalar dem: En miljö som är inkluderande och ger dig en ny chans. Här kan du få högskolebehörighet på distans. Flexibla lösningar och engagerade lärare. Kom som du är, så hjälper vi dig dit du vill. Här får alla vara sig själva.



Logotypen

Scouternas folkhögskolas logga vill signalera kraft, mod och energi. Formmässigt är den inspirerad av typiska ”collegetypsnitt” för att ge en direkt association till utbildning. Samhörigheten med Scouterna visas med scoutsymbolen som är placerad som en varumärkessymbol.

SCOUTERNAS[®]
FOLKHÖGSKOLA

Primärt används den rosa versionen av logotypen. Till exempel för korrespondens, som header på webbsidor, mailutskick och presentationer, som avsändare i tryck-saker, på profilplagg med mera. Den kan även användas mot en svart-vit fotografisk bild.



Den vita varianten av logotypen används när den placeras mot en färgad bakgrund eller i en fotografisk färgbild.

Logotypen kan också användas i svart i de fall då färgtryck eller färgutskrift inte är möjligt.

Färger

Scouternas folkhögskolas primära färg är den rosa som hämtats från logotypen. Den används för att signalera, i exempelvis logo, färgplattor, ramar, accentuerade huvudrubriker, profilplagg med mera.

De kompletterande färgerna används på samma sätt som den rosa men mer sparsamt. Dessa färger är till för att bryta det rosa totalintrycket och skapa bredd och mjuka upp. Färgerna nedan anges i olika färgsystem. För att kunna använda beroende på sammanhang, tryck och digitala produktioner.

RBG 230 – 0 – 122 CMYK 0 – 100 – 0 – 0 Hex #e6007b PANTONE Process Magenta C	RBG 40 – 39 – 39 CMYK 20 – 20 – 20 – 100 Hex #282727	RBG 95 – 132 – 54 CMYK 67 – 28 – 95 – 13 Hex #5f8436	RBG 223 – 222 – 160 CMYK 17 – 6 – 46 – 0 Hex #dfdea0
		RBG 151 – 179 – 78 CMYK 49 – 13 – 83 – 1 Hex #97b34e	RBG 245 – 245 – 240 CMYK 0 – 0 – 2 – 4 Hex #f5f5f0

Typografi för Office

För att underlätta för dem som mestadels jobbar i Officeprogrammen har vi valt att använda oss av typsnitt som finns förinstallerade i Office-paketet i de flesta versioner. Detta gör att alla dokument som hanteras och distribueras kommer att se likadana ut oavsett vilken dator man öppnar dem i och vi eliminerar risken att det bli fel i dokumentens utseende om inte rätt specialfont finns installerad i datorn.

För rubriker och mellanrubriker använder vi Franklin Gothic Book i två versioner, Regular och Medium. För brödtext i till exempel brev, handlingar och andra längre texter används Garamond. Behöver någon del av texten accentueras används kursiv. Är det mindre mängd brödtext i dokumentet kan Franklin Gothic Book Regular användas som alternativ. Bildtexter och fotnötter i små grader skrivs med Franklin Gothic Book Regular.

FRANKLIN GOTHIC BOOK REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 +!/?#%€@* ,./”

FRANKLIN GOTHIC BOOK MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 +!/?#%€@* ,./”

GARAMOND

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÅÄÖ abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 +!/?#%€@* ,./”

GARAMOND ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÅÄÖ abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 +!/?#%€@* ,./”*

Typografi för layout och design

För att hålla ihop vårt grafiska utseende använder vi i layoutprogrammen och på sociala medier samma typsnitt som i Office men i lite mer utvecklade versioner för att få bredare formgivningsmöjligheter.

Till bilder med grafik använder vi Tee Franklin som skapades av den finske formgivaren Tomi Haaparanta 2004. Det är en moderniserad version av det klassiska typsnittet Franklin Gothic, ritat av Morris Fuller Benton i början av förra seklet. De vikter som används är TeeFranklin Bold (till rubriker och citat) och Tee Franklin Book (till undertexter).

TEE FRANKLIN BOOK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 +!/?#%€@*,./”

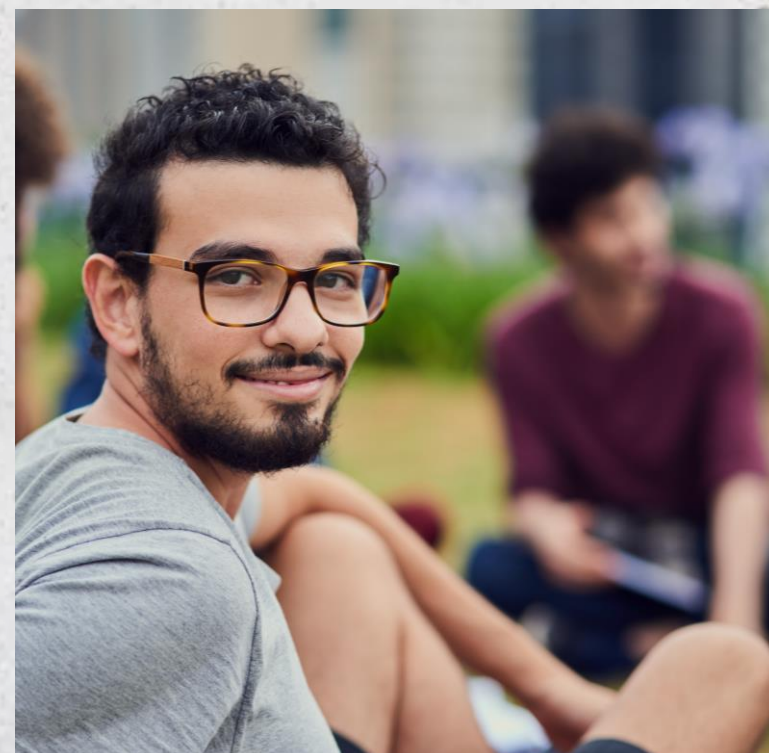
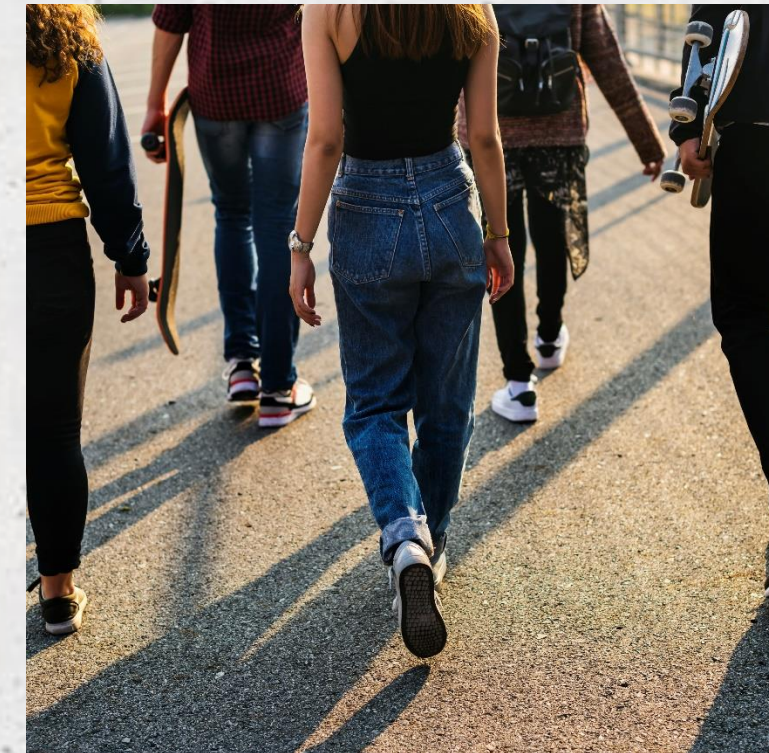
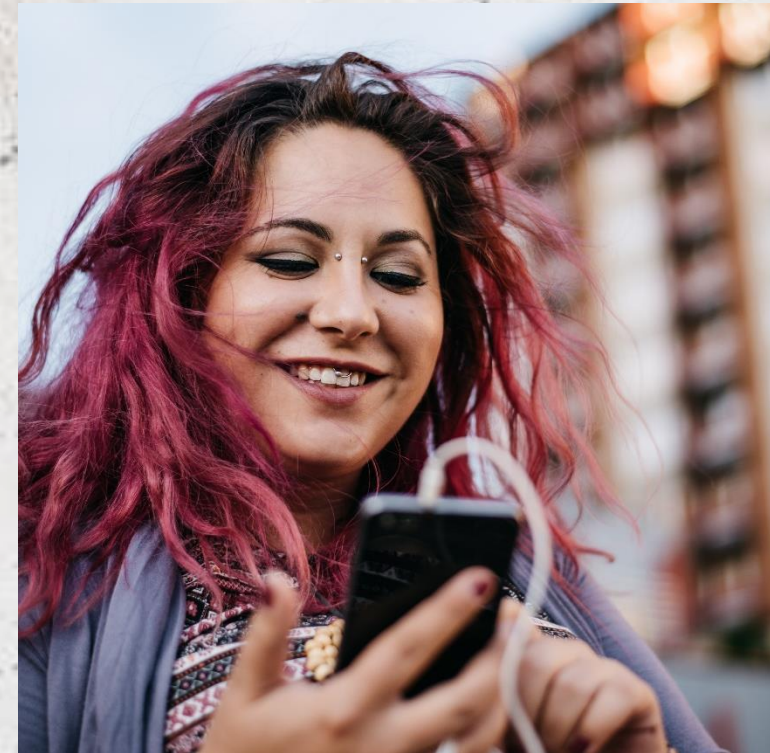
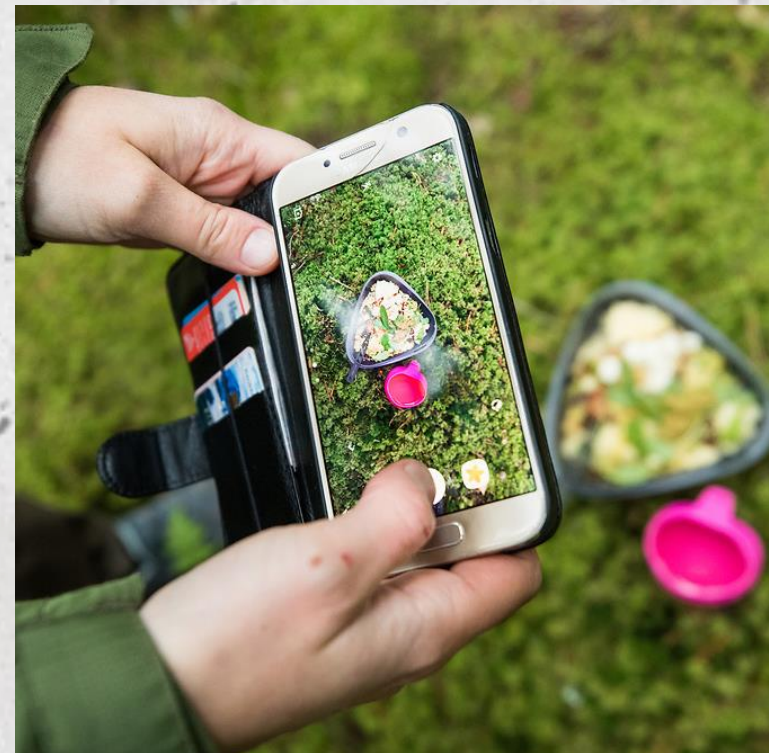
TEE FRANKLIN BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 +!/?#%€@*,./”



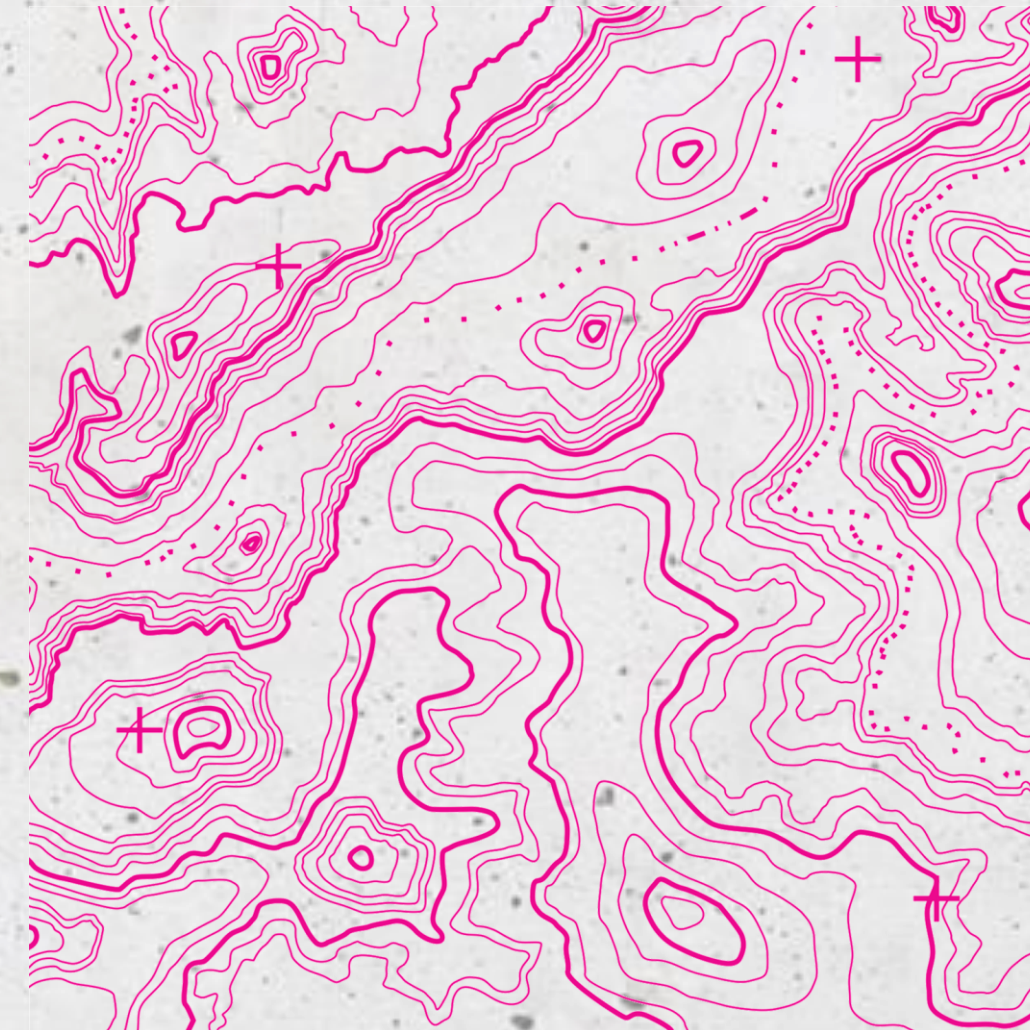
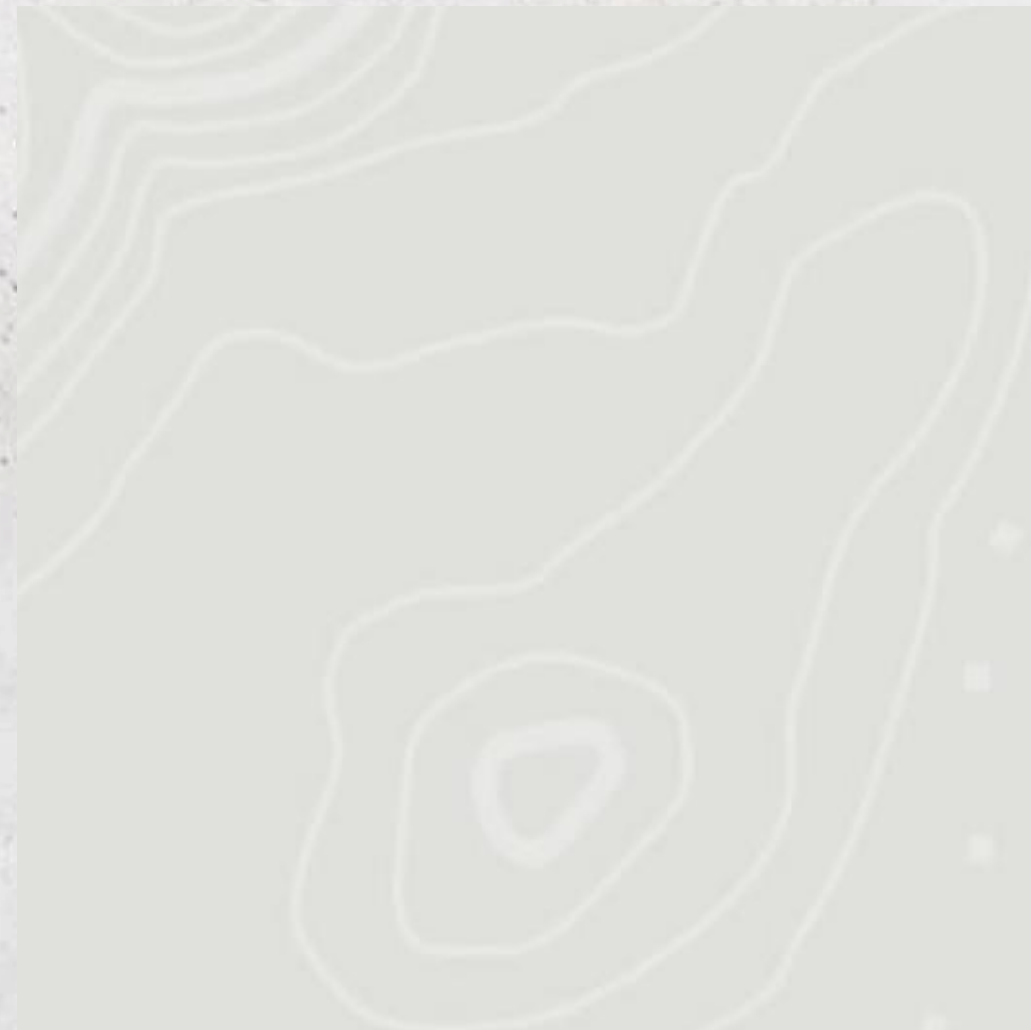
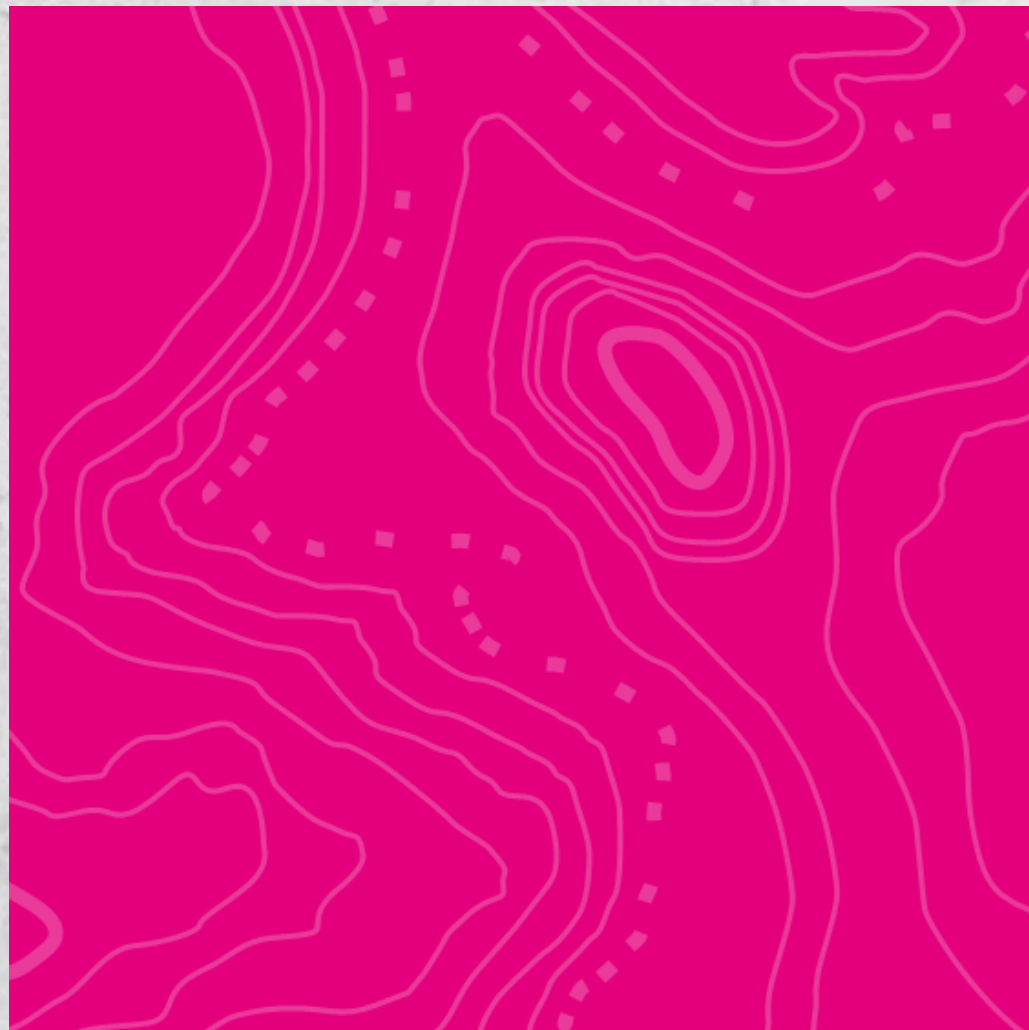
Bilder

Våra bilder ska signalera ögonblick fångade i steget, unga vuxna och vuxna som interagerar med varandra, glädje och engagemang, mångfald och minnesvärda stunder. Ibland scoutklädsel och profilplagg. Rosa detaljer som sticker ut.



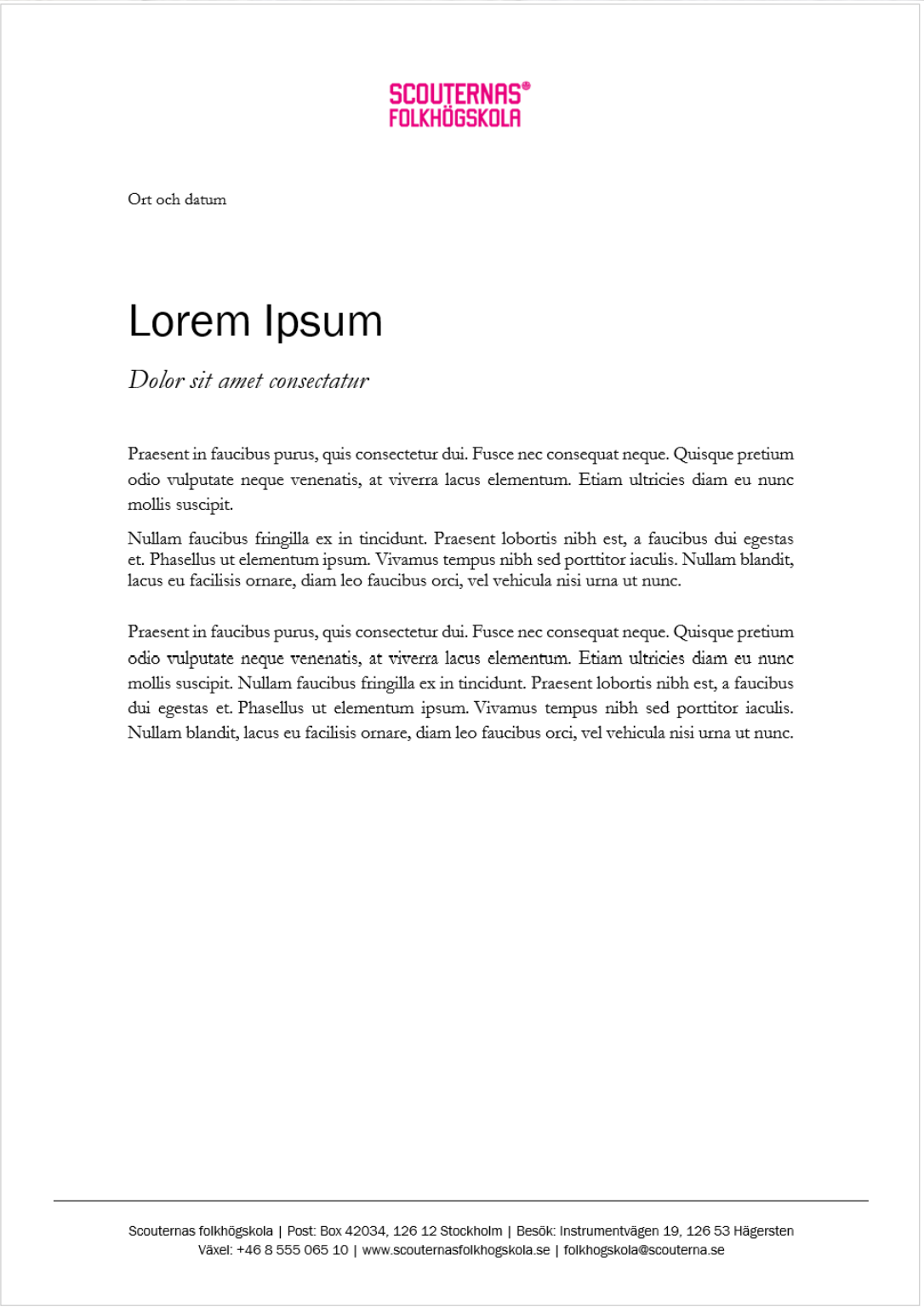
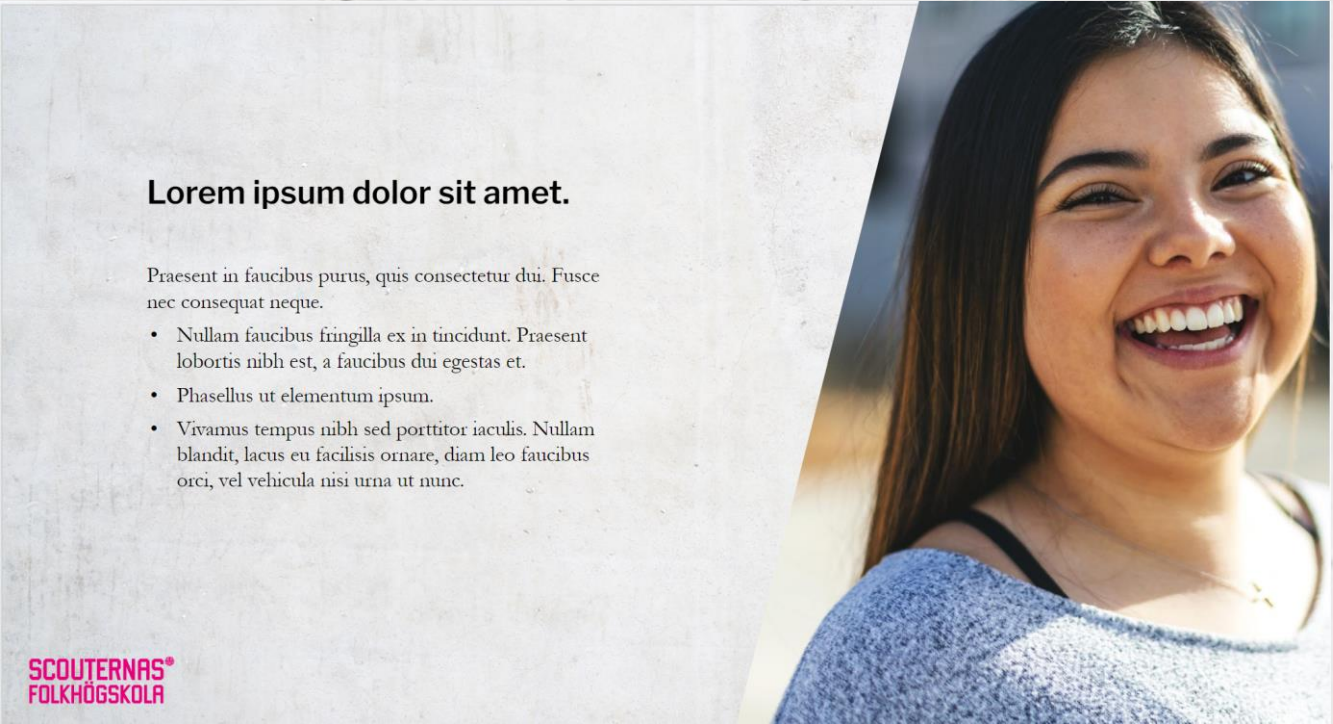
Kartmönstret

Kartmönstret är vår signalement och används relativt begränsat i vår dagliga kommunikation. Mönstret återkommer som en igenkänningsfaktor på t.ex. trycksaker såsom broschyrer och mappar samt på vår hemsida. Det finns även med som fotnot i vår powerpoint-mall. Mer än så ska vi inte använda mönstret, för att inte "slita ut det".



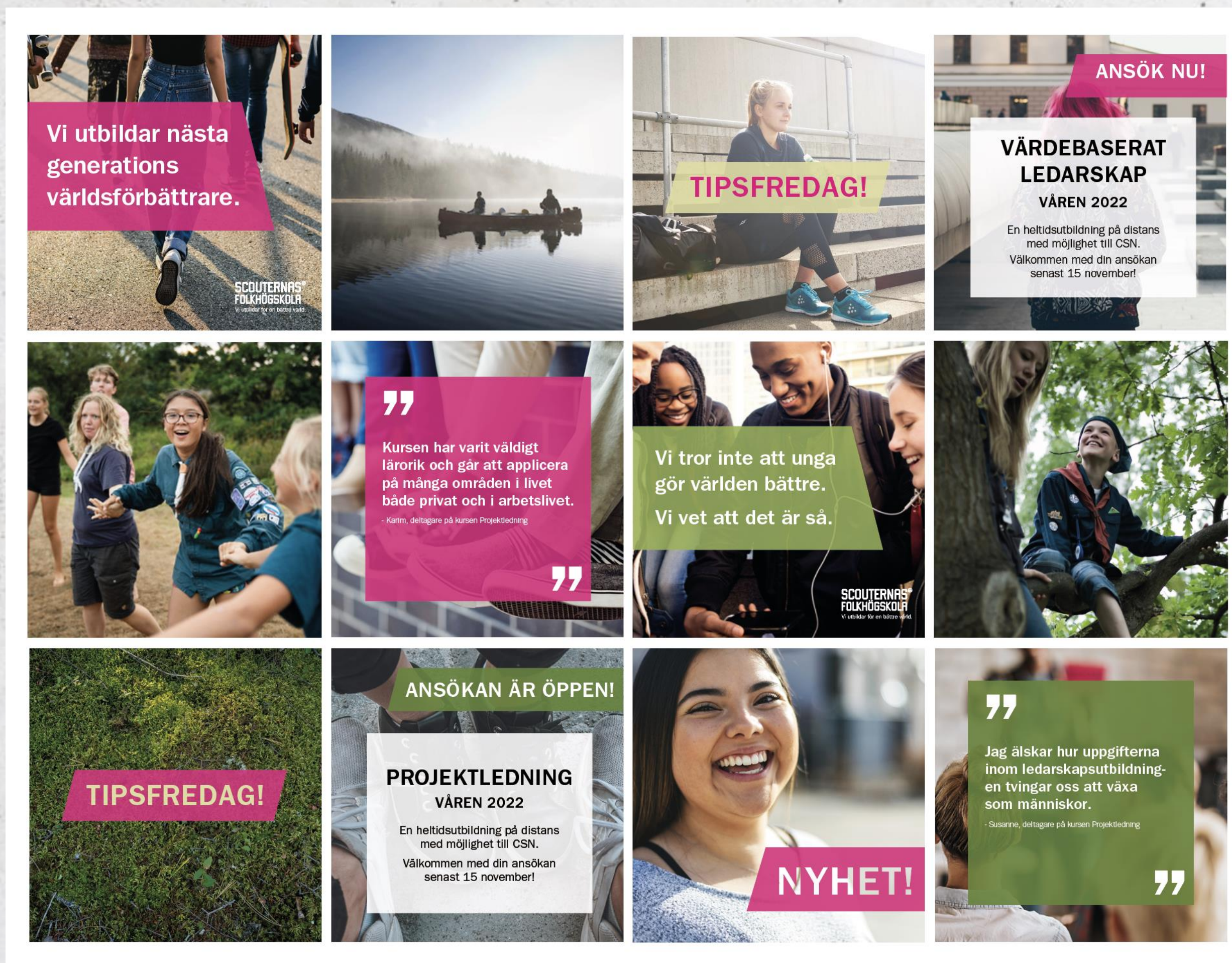
Mallar för Microsoft Office och Google Drive

För att underlätta för anställda, ideella och deltagare som på en enhetligt sätt vill kommunicera Scouternas folkhögskola finns mallar för presentationer (Powerpoint och Google Slides) och ordbehandlingsprogram (Word och Google Docs).



Sociala medier

Det är viktigt att balansen mellan färgerna återfinns i vår flöde. Den rosa ska alltid återkomma regelbundet men den behöver inte förekomma i varje inlägg. (I vissa fall kan även vit användas men då i kombination med någon av de andra färgerna.)



Färgplattor

För att skapa tydliga grafiska element som är användbara tillsammans med textinformation används färgplattor. Dessa plattor ska alltid hålla samma opacitet. Plattorna är snedskurna för större dynamik och sammanhållning med webbsidan. (Större platta med mer information behöver inte vara snedskuren.)

Opacitet: 90 procent

Vinkel: 15 grader

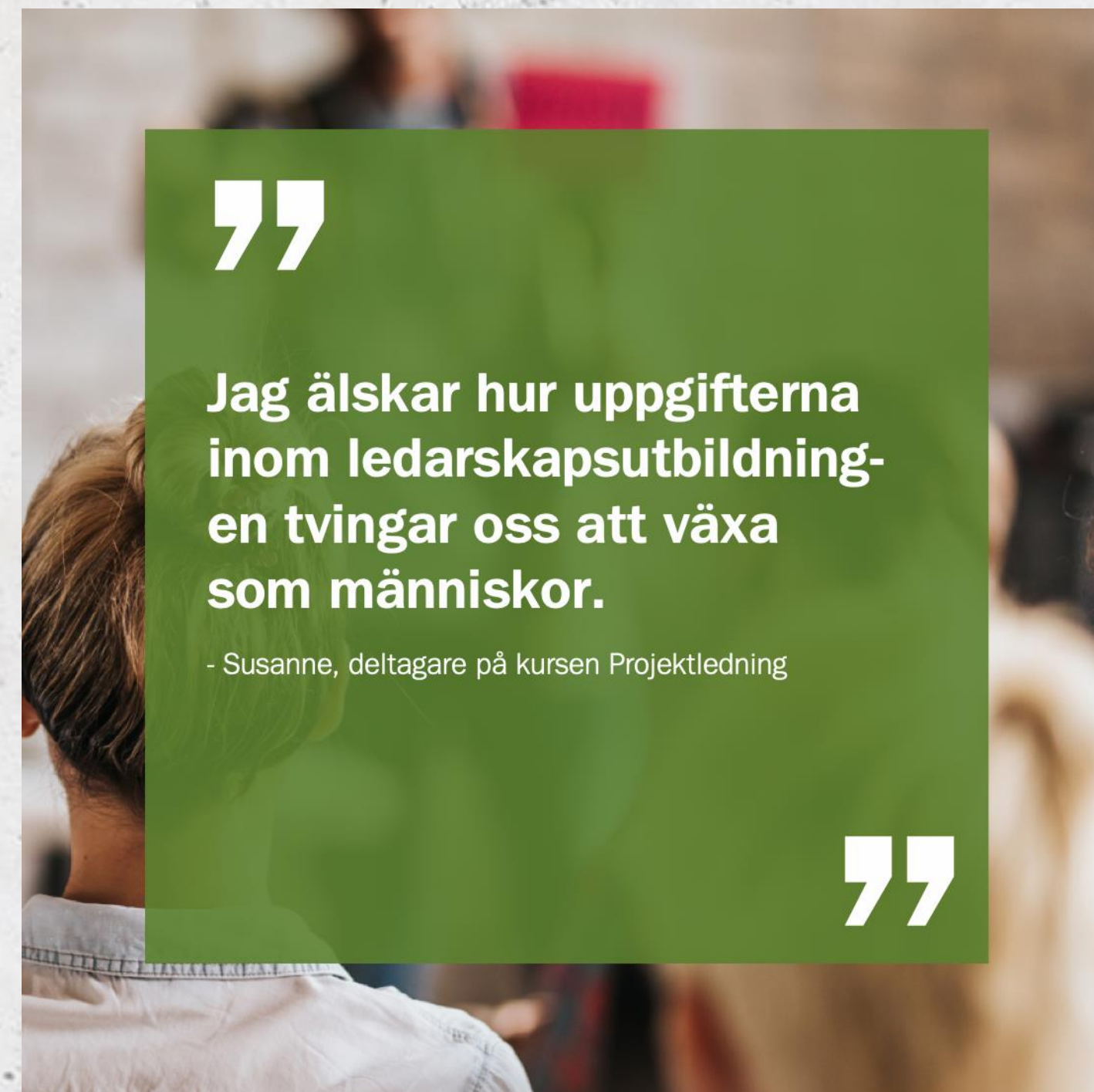
Exempel:



Citat

Att använda citat från nöjda deltagare är ett bra sätt att marknadsföra SF:s utbildningar. Bilder med citat bör hålla samma formspråk för att skapa tydlighet och sammanhållning i flödet.

Exempel:



Tipsfredag

Ett återkommande inlägg är *Tipsfredag*. "Loggan" skapar igenkänning och kan användas i olika färgställningar för variation.

Exempel:



Annonsens hierarki

En annons består av olika byggstenar som tillsammans ger oss vår identitet

Huvudrubrik med syfte att fånga betraktaren.

**Världen behöver en ny
form av tänkare som inte
alla är stöpta i samma form.**

Logotyp eller avsändare.
Dvs vem ska jag vända mig till.

**SCOUTERNAS[®]
FOLKHÖGSKOLA**
Vi utbildar för en bättre värld.

Ett bildmanér som skapar den känsla vi vill bli förknippade med.

En färgplatta som hjälper oss att särskilja oss.

Tagline som förtydligar och förstärker bilden av varumärket.

Kommunikativa nivåer

Det är viktigt med rätt budskap mot rätt målgrupp vid rätt tidpunkt i rätt kanal

1. Positionerande material (skiljer oss från konkurrenterna)

2. Intygsannonsering (skapar trygghet)

3. Utbud (våra kurser/utbildningar)

Exempel på positionerande material

Innehåll som lyfter blicken och skiljer oss från våra konkurrenter



Vi utbildar nästa generations världsförbättrare.

SCOUTERNAS[®] FOLKHÖGSKOLA
Vi utbildar för en bättre värld.



Vi tror inte att unga gör världen bättre. Vi vet att det är så.

SCOUTERNAS[®] FOLKHÖGSKOLA
Vi utbildar för en bättre värld.

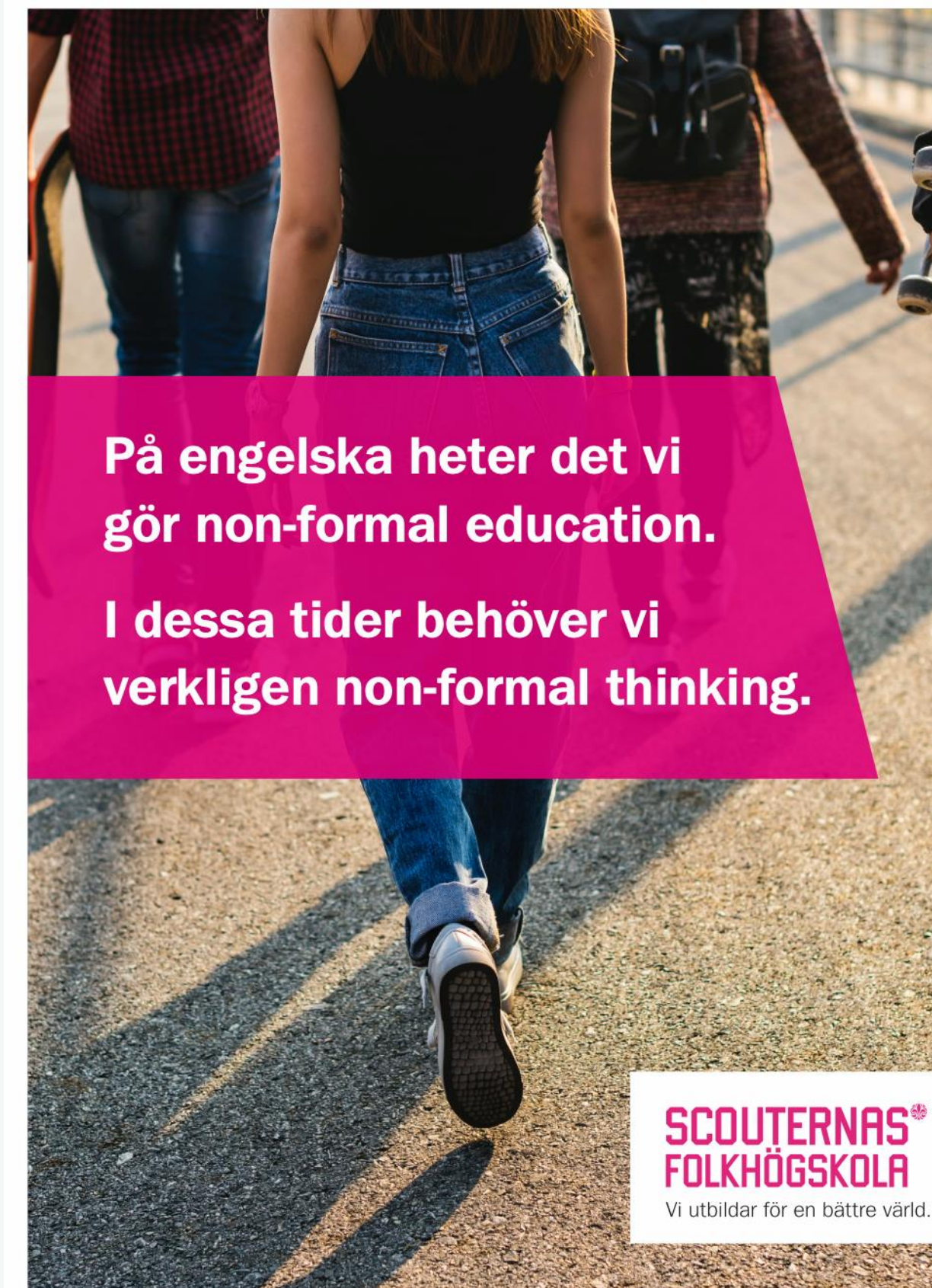


Världen behöver en ny form av tänkare som inte alla är stöpta i samma form.

SCOUTERNAS[®] FOLKHÖGSKOLA
Vi utbildar för en bättre värld.

Exempel på positionerande material

Innehåll som lyfter blicken och skiljer oss från våra konkurrenter



Exempel på intygsannonsering

Syftet med intygsannonsering är att skapa trygghet hos betraktaren



”

Kursen har varit väldigt lärorik och går att applicera på många områden i livet både privat och i arbetslivet.

- Karim, deltagare på kursen Projektledning

”

SCOUTERNAS[®]
FOLKHÖGSKOLA
Vi utbildar för en bättre värld.



”

En av de bästa ledarskapskurser jag gått, även i jämförelse med näringslivets. Bra upplägg med röd tråd och övningar som ledde framåt.

- Ali, deltagare på kursen Ditt personliga ledarskap

”

SCOUTERNAS[®]
FOLKHÖGSKOLA
Vi utbildar för en bättre värld.

Exempel på utbudsannonsering

På den här nivån berättar vi tydligt vilka kurser och utbildningar vi har



ANSÖKAN ÄR ÖPPEN!

PROJEKTLEDNING
VÅREN 2022

En heltidsutbildning på distans
med möjlighet till CSN.
Välkommen med din ansökan
senast 15 november!

SCOUTERNAS[®]
FOLKHÖGSKOLA
Vi utbildar för en bättre värld.

The advertisement features a background image of a person's legs and feet wearing sneakers. A magenta banner at the top contains the text 'ANSÖKAN ÄR ÖPPEN!'. Below it, a larger magenta box contains the course title 'PROJEKTLEDNING' and 'VÅREN 2022', followed by a description of the course and the application deadline. The Scouternas logo is in the bottom right corner.



ANSÖKAN ÄR ÖPPEN!

**VÄRDEBASERAT
LEDARSKAP**
VÅREN 2022

En heltidsutbildning på distans
med möjlighet till CSN.
Välkommen med din ansökan
senast 15 november!

SCOUTERNAS[®]
FOLKHÖGSKOLA
Vi utbildar för en bättre värld.

The advertisement features a background image of a person with pink hair wearing a patterned jacket. A magenta banner at the top contains the text 'ANSÖKAN ÄR ÖPPEN!'. Below it, a larger magenta box contains the course title 'VÄRDEBASERAT LEDARSKAP' and 'VÅREN 2022', followed by a description of the course and the application deadline. The Scouternas logo is in the bottom right corner.