

# Skapa er grafiska profil

**E**n grafisk profil är en väldigt viktig del av ett varumärkesarbete för att hålla ihop varumärket så det ser ut likadant var era målgrupper än möter er. Den grafiska profilen signalerar er förenings verksamhet och vad den står för och ska fungera som ett ramverk för er visuella kommunikation. Använd gärna denna checklista med tips för att komma igång med er grafiska profil.

**Föreningspool** Malmö



## **Kom igång med er grafiska profil!**

För att kunna sätta en grafisk profil som känns som en del av hela föreningens identitet behöver ni sätta ord på en del väsentliga delar som beskriver föreningens värderingar, vision och målgrupp.

En grafisk profil är alla de delar av ett varumärke som är synliga, som logotyp, färger, bildspråk och typsnitt. Dessa delar utgör grunden för er grafiska manual som ska berätta hur de används. Tillsammans bildar de en grafisk identitet.

### **Er grafiska profil bör innehålla:**

- Er förenings värdeord
- Logotyp
- Färger
- Typsnitt
- Bildmanér

# Om er förening - Värdeord

Vad gör er förening? Vilken är er vision? Vilka är era värdeord? Antalet värdeord bör vara 3-5 stycken och ska beskriva vad er förening står för och är grunden för er visuella kommunikation.

## Verksamhet

Försök att kortfattat, enkelt och tydligt sätta ord på vad ni gör. Ta inte med några ekonomiska mål i beskrivningen av er verksamhet.

.....  
.....  
.....

## Målgrupp

Skriv ner vem eller vilka din förening riktar sig till. Kanske har ni fler än en målgrupp? Skriv på postit-lappar för att sedan prioritera och stryka för att komma fram till din primära målgrupp samt eventuellt en eller flera sekundära målgrupper.

.....  
.....  
.....

## Vision

Detta är er förenings målbild som ni ständigt vill sträva mot och ska fungera som en ledstjärna. Visionen behöver inte vara realistisk eller mätbar. Visionen ska driva föreningen framåt och ständigt vilja utvecklas.

.....  
.....  
.....

## Värdeord

Värdeorden beskriver er förenings mest grundläggande värderingar och ska vägleda dig i ditt och dina kollegors dagliga arbete. Föreningens värderingar är starka och tidlösa. En workshop med postit-lappar är en bra början.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Logotypen symboliserar vad din förening står för och kommer att finnas med i princip all form av visuell kommunikation. Den ska gå att tyda i stort och litet format och den behöver fungera i både färg och svartvitt. Logotypen kan vara helt grafisk dvs. symbol eller ikon, ett monogram som oftast är en förkortning, en bokstavskombination eller en komposition av ett namn, ett så kallat ordmärke.

## 5 tips på hur man skapar en bra logotyp

### 1. Enkel

En bra logotyp ska vara enkel i sin form och snabb att ta till sig. De bästa logotyperna är enkla men samtidigt unika i sitt uttryck.

### 2. Lätt att minnas

Är logotypen lätt att känna igen och minnas? Behöver mottagaren bara ett par sekunder på sig för att förstå den?

### 3. Tidlös

En riktigt bra logotyp är tidlös. Så följ inte tillfälliga trender när det kommer till färgval, typsnitt och grafik. Målet med er logo ska vara att den ska vara lika bra och gällande om 10- 20 år.

### 4. Flexibel

Det är viktigt att er logotyp är lätt att använda. Den ska passa både i väldigt små format som på visitkort eller kanske en penna, upp till riktigt stora format. Och glöm inte heller hur den ter sig på en digital skärm.

### 5. Passande/andas rätt värden

Andas logotypen rätt värden och passar föreningen/varumärket? En logotyp visas oftast inte ensam, det är i ett sammanhang som logon kommer till sin fulla rätt. Men den ska även ensam förmedla något av ert huvudsyfte som förening/varumärke.

# Färger

Vilka färger passar er förening utifrån era värdeord? Det behövs åtminstone en primär huvudfärg. Den kan användas i logotypen och som huvudfärg i ert övriga marknadsföringsmaterial. Man kan också ha olika nyanser av den för att få lite variation i ert visuella uttryck. Vill ni ha en lite mer omfattande färgpalett att jobba med? Då kan ni skapa ett antal sekundära färger som ett komplement till den primära.

Färgerna ni väljer ska ha bra kontrastvärden för god läsbarhet och synlighet. Speciellt när det gäller färgkombinationer av text och grafik som ligger på färgade bakgrundsplattor.

## Testa kontrasten

Det finns webbplatser där du gratis och enkelt kan testa kontrasten mellan färger. Det du behöver få fram är hexkoden för de färger du vill mäta. Hexkoden anges med ett # och består sedan av sex siffror eller bokstäver. I de flesta de program där du kan tänkas arbeta med färger kommer du att hitta denna kod.

Kontrast kan presenteras som ett värde i siffror men det viktigaste du vill veta är vilken A-nivå som färgerna tillsammans når. Rekommendationen är att nå nivå AA. Oftast visas också resultatet som grönt för godkänt eller rött för icke godkänt.

Testa här:

<https://color.adobe.com/sv/create/color-contrast-analyzer>

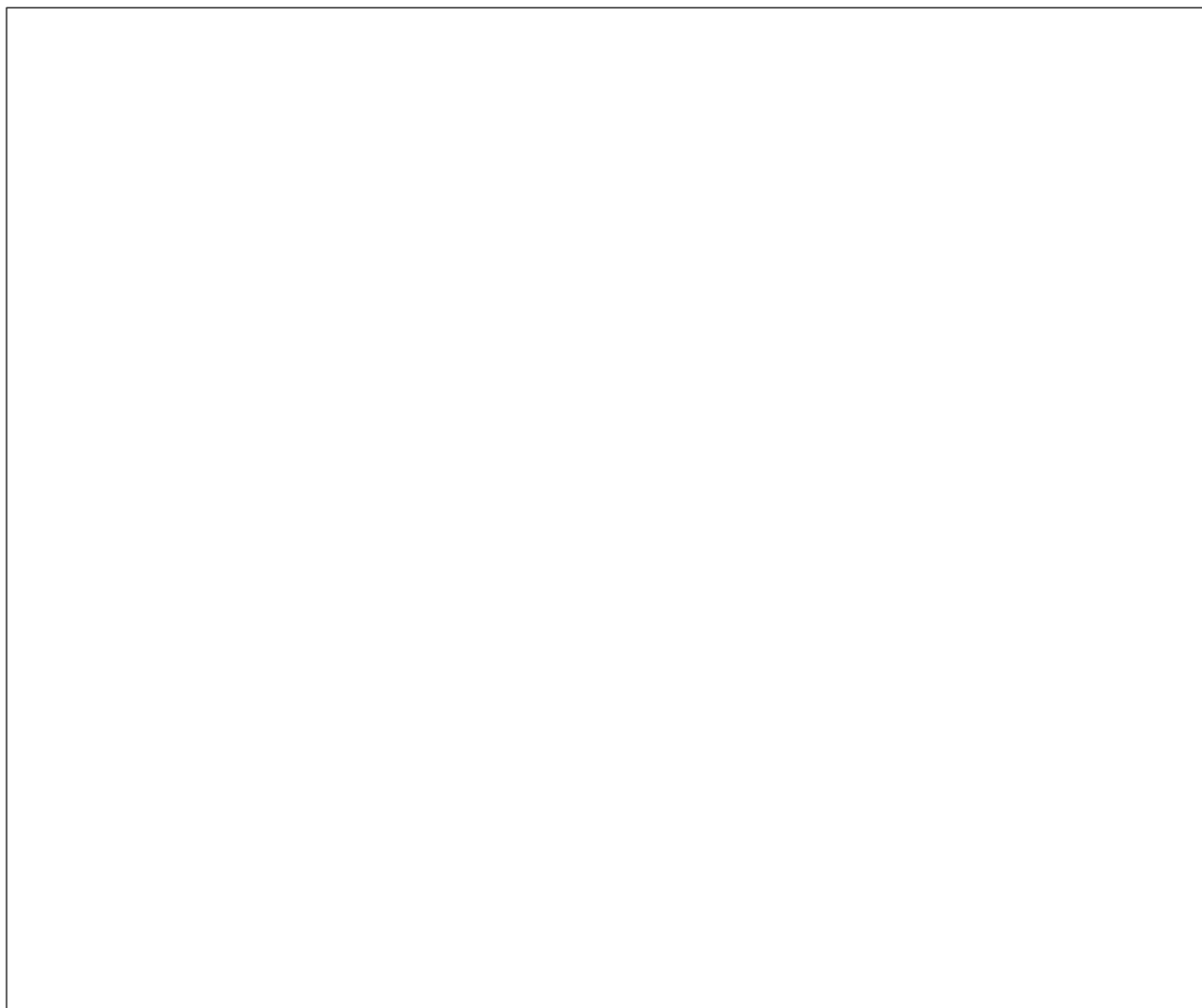
# Typsnitt

Vilket/vilka typsnitt passar din förening? Typsnittet är en identitetsbärare som inte bara ska förmedla en känsla utan även vara läsbart. Typsnittet ska gå att läsa i små storlekar och även se bra ut i större format. Det ska fungera i tryck och i digitala kanaler. Om ni har flera typsnitt, bestäm var och hur ni använder dem.

## Att välja typsnitt

Utgå från den stil och känsla du vill förmedla i din kommunikation, när du väljer ditt första typsnitt, huvudtypsnittet. Det ska signalera det du vill säga och vara tydligt så att det når fram till din målgrupp. När det första typsnittet är valt kan du komplettera med ett typsnitt som passar bra ihop med det första typsnittet, förstärker din kommunikation gentemot huvudmålgruppen och kanske sticker ut lite. Och allra viktigast, se till att något av dina två typsnitt fungerar väl på digitala skärmar och går bra att läsa i små storlekar.

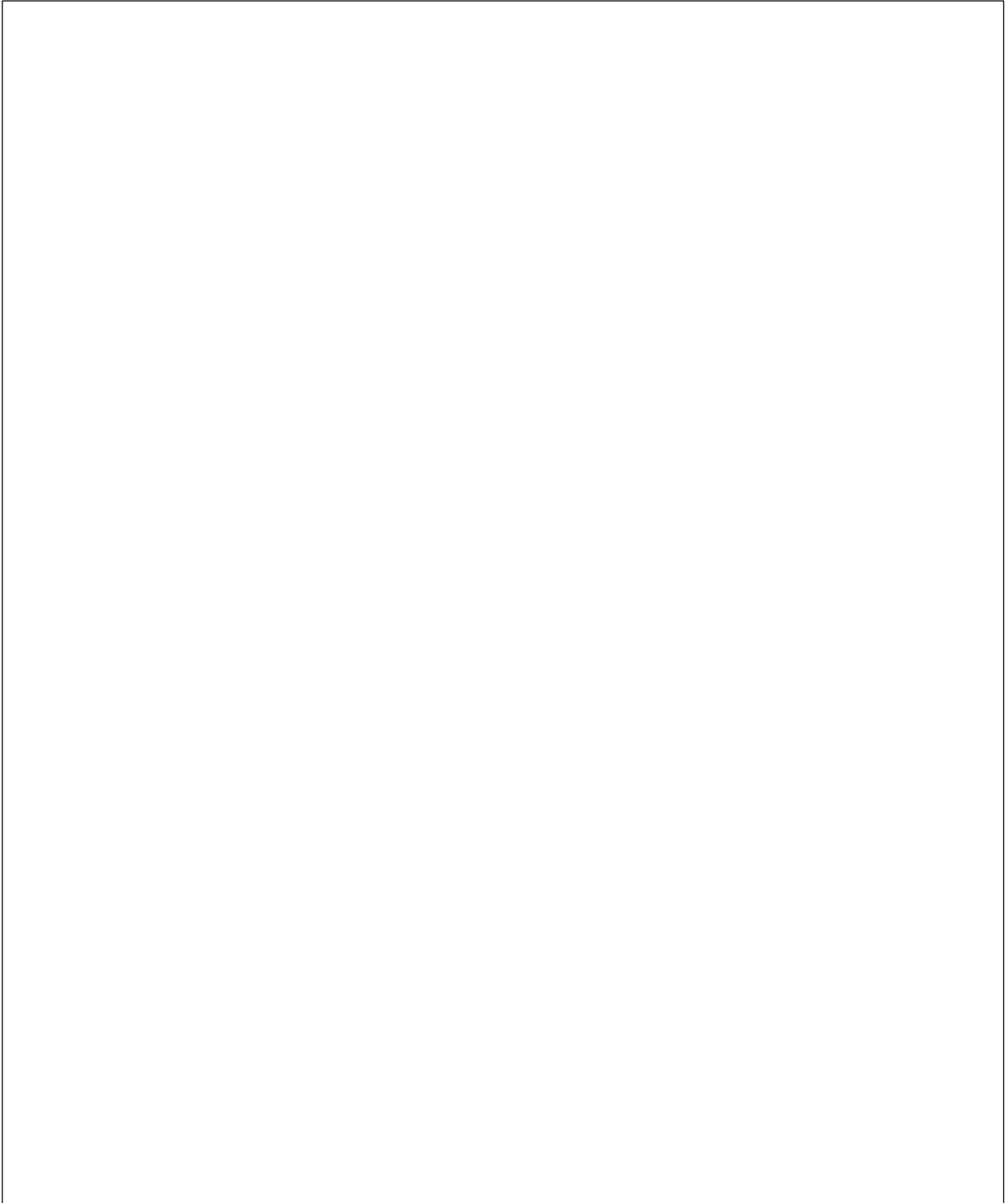
När du väljer typsnitt, kom ihåg att läsbarheten är det allra viktigaste, går det inte att se vad du skriver, så försvinner ditt budskap helt.



# Bildmanér

Bildmanér är en viktig del i kommunikationen. Bilder används för att förtydliga och förstärka det som du vill berätta. Vilket bildspråk särskiljer er förening?

Ert bildmanér kan till exempel bestå av endast illustrationer eller fotografier. Ska era bilder lyfta fram en viss färg? Ska bilderna visa människor?



# Föreningspool Malmö

Föreningspool Malmö är en verksamhet i samverkan med Malmö Ideella, Malmö Idrottsföreningars Samorganisation - MISO och fritidsförvaltningen med stöd av Fritidsnämnden och är främst till för den lilla föreningen utan anställd personal.

**[www.foreningspoolmalmo.se](http://www.foreningspoolmalmo.se)**

---

Kontaktuppgifter: [info@foreningspoolmalmo.se](mailto:info@foreningspoolmalmo.se)

Reviderad 2024

Får spridas fritt