



Røde Kors Førstehjelp

Profilhåndbok 2023

Visuell profil skal benyttes i kommunikasjonsmateriell, både trykksaker og digitalt.

Innhold

OM VÅR PROFILHÅNDBOK	03
OM RØDE KORS FØRSTEHJELP	04
LOGO	05
FARGER	06
FONTER	07
PERSONLIGHET	08
GRAFISKE ELEMENTER	09
ANNONSERING	10
ANNONSERING	11
KONTAKTINFORMASJON	12



Velkommen til vår PROFILHÅNDBOK

Profilhåndboken inneholder alle retningslinjer for vår visuelle identitet.

Den kan benyttes av interne samt eksterne som utfører grafiske oppdrag på vegne av oss.

All bruk av logo og produksjon av profilmateriell skal godkjennes av markedsavdelingen.

Profilhåndboken definerer og beskriver selskapets visuelle identitet, inkludert bruk av logoer, farger, skrifttyper og grafiske elementer. Den gir klare retningslinjer for hvordan disse elementene skal brukes på tvers av ulike kanaler, både online og offline. Ved å sikre en enhetlig og gjenkjennelig profil, bidrar profilhåndboken til å styrke merkevaregjenkjennelse og profesjonalitet. Den hjelper også med å opprettholde tillit hos kundene og samarbeidspartnere, da den sørger for at all kommunikasjon er i samsvar med selskapets verdier og tone. Profilhåndboken fungerer som et nyttig verktøy for både interne og eksterne aktører, og sikrer at Røde Kors og Røde Kors Førstehjelp AS presenteres og kommuniseres på en enhetlig og effektiv måte.

OM OSS

Kunnskap redder liv



1

Tidlig varsling



2

Tidlig hjerte-
lungeredning

3

Tidlig bruk av
hjertestarter

4

Tidlig medisinsk
behandling

RØDE KORS

Norges Røde Kors eier selskapet 100 % og en betydelig del av omsetningen til selskapet overføres hvert år til bruk i den humanitære virksomheten til Røde Kors, lokalt og nasjonalt. Med Røde Kors Førstehjelp som leverandør er din bedrift sikret en dyktig og serviceinnstilt aktør som holder høy kvalitet i alle ledd.

RØDE KORS FØRSTEHJELP

Røde Kors i Norge etablerte Røde Kors Førstehjelp AS for å bli en foretrukket leverandør av førstehjelpskurs, førstehjelpsutstyr og tilhørende produkter og tjenester til næringslivet og offentlig sektor i Norge.

KURSKOMPETANSE OG LEVERINGSDYKTIGHET

Vi har det største nettverket av dyktige førstehjelpsinstruktører i Norge. Disse er lokalt plassert, noe som sikrer våre kunder rask levering av kurs der hvor bedriften har tilhold. Røde Kors Førstehjelp er sannsynligvis den eneste norske aktøren som kan levere førstehjelpskurs med en bred nasjonal dekningsgrad. Våre instruktører har bakgrunn som first responder, hjelpekorps eller annen helsefaglig bakgrunn. Alle instruktører er

sertifiserte og følger de til enhver tid gjeldende retningslinjer for førstehjelp.

FØRSTEHJELPSUTSTYR – KVALITET TIL RIMELIG PRIS

Alt vårt førstehjelpsmateriale holder topp kvalitet og et gunstig prisnivå. Innholdet i våre produkter er håndplukket førstehjelpsprodukter og –utstyr som også leveres til Norske sykehus og legekontorer.

HOVEDMÅLSETTINGER

- Røde Kors Førstehjelp skal øke befolkningens kompetanse om førstehjelp.
- Røde Kors Førstehjelp skal øke det økonomiske bidraget til Norges Røde Kors

Det røde korset er blant verdens mest kjente og respekterte symboler. Derfor har vi strenge regler for bruk av logoen. Logo er et viktig element i Røde Kors Førstehjelps visuelle identitet.



Røde Kors
Førstehjelp



Røde Kors
Førstehjelp

KORREKT BRUK AV LOGO

Korrekt bruk av logoen er av avgjørende betydning for å opprettholde en enhetlig merkevareidentitet og gjenkjenning, og for å respektere de verdier og prinsipper som logoen representerer.

Det er viktig å bruke logoen i samsvar med Røde Kors Førstehjelp sine retningslinjer og bestemmelser. Dette inkluderer å opprettholde proporsjonene, ikke endre farger eller formater, og unngå å legge til eller fjerne elementer fra logoen.

Ved å følge disse retningslinjene sikrer man at logoen blir presentert på en konsistent og profesjonell måte, uavhengig av hvilken plattform eller kanal den brukes på.

PÅ FARGET ELLER MØNSTRET BAKGRUNN

Det hvite feltet er en del av logoen og skal alltid være med.

LOGOEN I TILKNYTNING TIL ANDRE LOGOER

Logoen skal alltid stå alene, og ikke i direkte sammenheng med andre logoer.

Det kan ikke utvikles egne kombinerte logoer. Kun offisielle samarbeidspartnere kan benytte seg av logoen i sitt materiale etter nærmere avtale.

ORIGINAL

Originalfiler for logo skal alltid brukes for gjengivelse av Røde Kors Førstehjelps' logo. Det er for å sikre en korrekt gjengivelse.

LAST NED LOGO

Send en e-post til susanne@rodekorsforstehjelp.no for å få tilsendt logo i ønsket format.

LOGO

FARGER

FARGER

Rødt, sort og hvitt er logofargene våre, og rødt skal være fremtredende og brukes som hovedfarge i kommunikasjon.

HOVEDFARGER

Rødt identifiserer Røde Kors godt og skal brukes på en aktiv og god måte i den visuelle kommunikasjonen. Rødt og hvitt kan gjerne brukes som bakgrunnsfarger eller i grafiske elementer. Sort skal ikke brukes på store flater.

RØD:

CMYK: 0-100-100-0
HTML: d52b1e
RGB: 213-43-30

HVIT:

CMYK: 0-0-0-0
HTML: ffffff
RGB: 255-255-255

SVART:

CMYK: 100-100-100-100
HTML: 000000
RGB: 0-0-0

SEKUNDÆRFARGER

Består av tre dype, varme farger og en klar rosa. Fargen jord kan brukes med alle tonene. Orange eller rust skal ikke brukes sammen med rosa.

ORANSJE:

CMYK: 0-75-90-0
HTML: ea5a2a
RGB: 234-90-42

RUST:

CMYK: 20-100-100-30
HTML: 96171a
RGB: 150-23-26

JORD:

CMYK: 0-100-100-65
HTML: 710000
RGB: 113-0-0

ROSA:

CMYK: 0-75-45-0,
HTML: f16670
RGB: 241-102-112

TILLEGGSFARGER

GRÅ:

CMYK: 21-15-16-1
HTML: d2d2d2
RGB: 210-210-210

GRØNN:

CMYK: 66-0-79-0
HTML: 5cb85c
RGB: 92-184-92

TIPS TIL BRUK AV FARGER

Husk at tekst skal ha en god kontrast til bakgrunnen, slik at lesbarheten er god. For kanaler som sosiale medier, plakater og annonser på nett og print, er logofarger og primærfarger foretrukket. Det samme gjelder for kampanjer. For brosjyrer, rapporter og nettsteder kan sekundærfargene brukes når det er fornuftig.

HOVEDFONT OG ALTERNATIVE FONTER

Røde Kors Førstehjelps hovedfont og alternative fonter til hvert sitt formål.

HOVEDFONT - MYRIAD PRO

Myriad Pro er hovedfonten til Røde Kors Førstehjelp. Denne brukes i logoen og i kommunikasjons- og markedsmateriell.

Følgende kan brukes:

- Myriad Pro Light
- Myriad Pro Regular
- Myriad Pro Semibold
- Myriad Pro Bold

TILLEGGSFONT - TUNGSTEN

Tungsten Rounded er en tilleggsfont som hovedsakelig brukes i markedskommunikasjon og kampanjer av byråer. Fonten må kjøpes. Tungsten er en tittelfont. Den skal ikke bruke i lengre tekster.

Følgende kan brukes:

- Tungsten Rounded Book
- Tungsten Rounded Medium
- Tungsten Rounded Semibold
- Tungsten Rounded Black

ALTERNATIV FONT - ARIAL

Alternativ font og brukes når Myriad Pro ikke er tilgjengelig. Arial er gratis og standard i alle Office- og Adobe-programmer.

Følgende kan brukes:

- Arial Regular
- Arial Italic
- Arial Bold
- Arial Bold Italic

TILLEGGSFONT - TUNGSTEN

Duplicate Ionic er en tilleggsfont som hovedsakelig brukes i markedskommunikasjon og kampanjer av byråer. Fonten må kjøpes. Duplicate er en serif-font som egner seg godt i lengre tekster i trykkede medier.

Følgende kan brukes:

- Duplicate Ionic Light
- Duplicate Ionic Light Italic
- Duplicate Ionic Regular
- Duplicate Ionic Bold

FONTER

PERSONLIGHET

VÅR PERSONLIGHET

Vi setter deg i stand til å redde liv igjennom kunnskap, trygghet, kvalitet og at vi tør å tenke nytt!

- Kunnskap
- Trygghet
- Kvalitet
- Fremtidsrettet

Røde Kors Førstehjelp er en kunnskapsrik og trygg organisasjon som er dedikert til å redde liv. Vi er opptatt av å være fremtidsrettet og tør å tenke nytt. Vi ønsker å være blant de første til å implementere de nyeste og mest effektive metodene og teknikkene innen førstehjelp.

Vårt mål er å være den foretrukne merkevaren når det gjelder førstehjelp. Vi ønsker å være det naturlige oppslagsverket for alle som trenger informasjon om livreddende førstehjelp og førstehjelpsutstyr.

Vi er stolte av å være størst på førstehjelp i Norge og tar vårt ansvar på alvor. Våre instruktører er nøye utvalgt og er dyktige til å formidle kunnskap på en engasjerende og uformell måte. Selv om temaet er seriøst, tror vi på å tilnærme oss opplæringen med et glimt i øyet. Vi ønsker å skape en trygg og avslappet atmosfære der læring blir morsomt og interessant.

Når vi står overfor utfordringer, er vi alltid klare til å finne løsninger. Vi er tilpasningsdyktige og forstår at førstehjelpssituasjoner kan variere. Vi er rustet til å håndtere ulike scenarier og tilpasse våre metoder og tilnærminger for å imøtekomme de spesifikke behovene som oppstår.

Røde Kors Førstehjelp er dedikert til å hjelpe mennesker og bidra til å redde liv. Vår kunnskap, vårt engasjement og vår evne til å være en pålitelig ressurs for samfunnet når det kommer til førstehjelp.



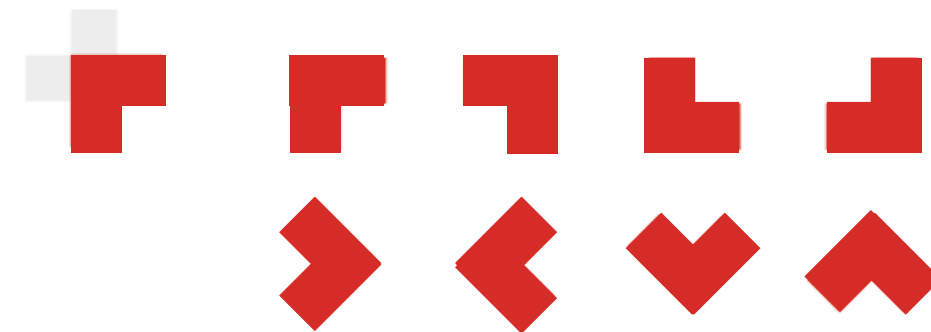
GRAFISKE TILLEGGSELEMENT

Røde Kors sine grafiske tilleggselementer er et kvadrat og en vinkel/pil, begge med utgangspunkt i korset.

KVADRAT



PIL



KVADRAT

Kvadraten gir en fin gjenkjenning til korset og er et svært fleksibelt element. Kan blant annet brukes som et overdrevent stort punktum etter tekster.

Elementene kan brukes en og en, og sammen i ulike i komposisjoner.

PIL

Pilen kan vendes i 45 grader. Den gir assosiasjoner til retning (utvikling, destinasjon), mengde (mangfold), og kanskje spor i bildekk og sko (i felt).

Elementene kan gjerne brukes både statisk og i bevegelse. Det gir en fleksibilitet samtidig som det bidrar til å bygge den visuelle identiteten, og over tid, gjenkjenning.

ELEMENTER

ANNONSERING

RETNINGSLINJER FOR ANNONSERING**MÅLGRUPPER**

Vi leverer våre kurs og produkter til både bedrifter og private. Den største målgruppen vår er bedriftsmarkedet, og det er her den største delen av omsetningen vår kommer fra. I kommunikasjon med bedrifter skal pris alltid være eksklusiv mva. I kommunikasjon med privatpersoner skal pris alltid være inklusiv mva. Kommunikasjon og visuell profil mot bedrifts og privatmarkedet er i stor grad lik, men vi differensierer på type produkt og finner prispunkt og "bundler" som passer for det ulike segment.

ANNONSEKANALER OG KOMMUNIKASJON

- Vi kommuniserer med våre målgrupper i flere kanaler.

- Direkte kontakt fra selger og salgsteam på mail, telefon og i direkte kontakt med kunden.
- Nyhetsbrev – sendes omtrentlig to ganger i måneden.
- Sosiale medier - hovedsakelig Facebook, men støtter også kampanjer og budskap med Instagram og LinkedIn, og delvis SnapChat.
- Display, video og native annonser (programmatisk annonsering) i nettaviser og andre store innholdsnettsider, i tillegg til YouTube.
- Print – aviser og magasiner.
- Messe – et utvalg messer med førstehjelp som tema, eller der våre store bedriftskunder deltar.
- Google betalt og organisk søk.

I annonsering ønsker vi å skille tydelig på merkevarebyggende og salgsutløsende kommunikasjon.

MERKEVAREBYGGENDE ANNONSER

Merkevarebyggende annonser brukes i hovedsak til å promotere artikler med førstehjelpstips eller førstehjelpshistorier fra nettsiden. Målet med annonsene er ikke å selge, men å lære opp og inspirere mottaker, samtidig som vi gjør Røde Kors Førstehjelp relevant for potensielle kunder når triggerer for kjøp/informasjon utløses. Vi tar rollen som rådgiver/ekspert i denne typen annonsering. Vi bruker i hovedsak annonser som vises i feeden eller som stories i sosiale medier og «native» annonser i nettaviser. Annonsene skal passe inn naturlig blant annet (redaksjonelt) innhold i kanalen de vises i og skal oppfattes som nyttige av mottaker.

Bildene som brukes i annonsene skal være mest mulig rene og «naturlige», uten unødvendig tekstoverlay, og vi bruker i hovedsak bilder av

mennesker og situasjoner, heller enn produkter. Unngå bilder som ser ut som "reklame" i denne typen kommunikasjon.

SALGSUTLØSENDE ANNONSER

I salgsutløsende annonser brukes mer selgende virkemidler, som pris, «bomber» og produktbilder. Vi inkluderer informasjon om pris og rabatter der vi har et konkurransedyktig tilbud. Det er viktig å være bevisst på mva. i bruk av pris (ref. avsnitt om målgrupper over). Vi er også tydelig på "call to action" med innlagt frist for å benytte seg av aktuelle tilbud og kampanjer.

Vi bruker et variert utvalg av formater i sosiale medier og både standard bannerannonser og responsive formater i display.





KONTAKT OSS

Røde Kors Førstehjelp AS
Sandbrekkevegen 95
5225 Nesttun

T: 56 12 37 00
E: post@rodekorsforstehjelp.no
www.rodekorsforstehjelp.no

Spørsmål om visuell profil?

Kontakt Susanne Mathiesen Monsen - Markedssjef
M: +47 40 18 40 10 | E: susanne@rodekorsforstehjelp.no