

Visueel beleid - samenvatting huisstijlelementen

Als organisatie willen we graag een eenduidig visueel beeld uitstralen. Dit geldt voor de interne communicatie, maar helemaal voor de externe communicatie.

We willen herkenbaar zijn in onze uitingen. Afdeling Communicatie heeft daarom een visueel beleid ontwikkeld. Hieronder vind je enkele belangrijke punten. Maak er gebruik van in je eigen communicatie, zoals bijvoorbeeld presentaties. De onderdelen vind je ook als losse elementen terug onder de huisstijltegels.

Kleurgebruik

De belangrijkste kleur is rood, de ondersteunende kleur blauw. Zie hieronder de codes.



Primaire kleuren				Logo		
						
rood CMYK 0 / 100 / 95 / 0 RGB 226 / 0 / 32 # e20020	blauw CMYK 100 / 0 / 5 / 0 RGB 20 / 156 / 212 # 149cd4	lichtblauw CMYK 50 / 0 / 0 / 0 RGB 0 / 158 / 224 # 83d0f5	grijs CMYK 4 / 4 / 5 / 5 RGB 238 / 235 / 233 # eeebe9	CIZ rood	zwart	wit
Secundaire kleuren						
						
paars CMYK 62 / 92 / 32 / 30 RGB 98 / 40 / 84 # 622854	groen 1 CMYK 80 / 20 / 37 / 0 RGB 0 / 152 / 161 # 0098a1	groen 2 CMYK 68 / 4 / 92 / 0 RGB 89 / 172 / 65 # 59ac41	blauw 2 CMYK 100 / 93 / 19 / 6 RGB 48 / 48 / 118 # 303076	grijs 2 CMYK 37 / 30 / 30 / 8 RGB 165 / 165 / 165 # a5a5a5		
						
violet 1 CMYK 32 / 96 / 0 / 0 RGB 186 / 18 / 139 # ba128b	violet 2 CMYK 0 / 67 / 8 / 0 RGB 238 / 117 / 163 # ee75a3	oranje CMYK 0 / 60 / 93 / 0 RGB 237 / 123 / 28 # ed7b1c	geel CMYK 0 / 32 / 90 / 0 RGB 255 / 183 / 28 # ffb71c			

Logo

(zie hierboven)

Het logo kent 1 scherpe hoek en 3 afgeronde hoeken. De scherpe hoek staat voor de wet, de afgeronde hoeken het menselijke, persoonlijke aspect. De plek van het logo is linksboven.

Pay off

De pay off geeft aan waar we als organisatie voor staan:



De regels zijn gelijk. Toch is iedereen anders.

Lettertype

Het hoofdlettertype binnen de organisatie is Verdana. Het corps is 9.

Dit is een duidelijke, schreefloze letter.

Fotografie

De voorwaarden van onze foto's:

- Authenticiteit staat centraal: we gebruiken geen modellen maar cliënten;
- Kleurfotografie, geen zwart-wit;
- We fotograferen cliënten in hun eigen leefomgeving;
- Foto's hebben een positieve, warme uitstraling;
- Zoveel mogelijk interactie tussen cliënt en omgeving;
- Goede weerspiegeling van de samenleving; we sluiten niemand uit;
- Terughoudend met beeldmanipulatie.



Illustraties

CIZ-iconen

We hebben eigen CIZ-iconen ontwikkeld.

Deze zijn eenduidig, in onze huisstijlkleuren (rood/blauw) en kennen een opening (ze zijn niet gesloten). De iconen worden in diverse communicatiemiddelen gebruikt.



Schetsmatige illustraties

Deze illustraties zijn met name van mensen en geschikt als fotografie niet gewenst is, bijvoorbeeld omdat het een gevoelig onderwerp betreft, zoals de ggz-cliënten.



Clïentschetsen

Wet langdurige zorg voor mensen met een psychische stoornis



Animatie-stijl

Tot slot komen onze kernwaarden terug in de animaties die we hebben ontwikkeld.

Niet alleen qua stijl en inhoud, maar ook qua middel (goed te volgen voor mensen die minder taalvaardig zijn).



Nog even dit:



We leven in een visuele wereld

Berichten met visuals hebben **94%** meer lezers

Visuele content wordt **40 x** meer gedeeld op social media 

Negentig procent
van de informatie die naar de hersenen wordt gestuurd, is visueel

Visuele informatie wordt
60.000 x
zo snel verwerkt
t.o.v. tekst

De gemiddelde persoon
leest slechts 20% van de
tekst op een website

Wat mensen onthouden:

80% wat ze zien **20%** wat ze lezen **10%** wat ze horen