
Kirkens Bymisjon

Veileder for profilering på sosiale medier

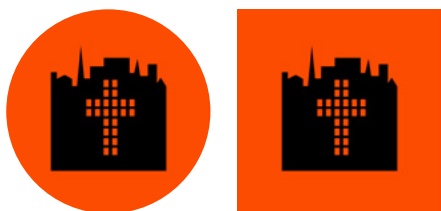
Her har vi samlet retningslinjer for navngivning og profilering på sosiale medier. Du finner også tips for videografikk og annet innhold til sosiale medier.

For nærmere info, følg vår designmanual:
kirkensbymisjon.no/designmanual

Innhold

Profilikon for sosiale medier	2
Navngivning av profilkonto	2
Eksempler på profilkonto	3
Fonter og typografi	4
Farger og fargekombinasjoner	5
Grid og innramming	6
Eksempler på bruk (ordinær profil)	7
Eksempler på bruk (UNG)	8
Veiledning for videografikk	9

Profilikon for sosiale medier



Profilikonet skal **aldri** brukes som en hovedlogo på andre flater, men er kun et profilikon for sosiale medier. F.eks. som profilbilde på Facebook, Instagram, LinkedIn, Vipps, TikTok, Snap o.l.

Profilikonet skal alltid stå i tilknytning til profilnavnet «Kirkens Bymisjon» eller f.eks. «Kirkens Bymisjon, Møtestedet» for virksomheter.

For virksomheter som er et **samarbeid/partnerskap** mellom flere aktører, dvs. der Kirkens Bymisjon samarbeider med andre aktører, skal aktørene alltid nevnes i beskrivelsen som tekst. Profilikonet er da fristilt fra informasjonen over her. Alternativt kan logoene legges inn i profilkontoens cover-/banner-bilde. Navngivning av profilkonto er da fristilt fra å bruke «Kirkens Bymisjon» i selve profilnavnet, som vist i spalten til venstre.

Se eksempel på neste side.

Navngivning av profilkonto

Visningsnavn*

<Organisasjon>, <Virksomhets-/tiltaksnavn>

Kirkens Bymisjon, Møtestedet
Kirkens Bymisjon, Ung rettshjelp

<Organisasjon>, <Virksomhets-/tiltaksnavn>, <Sted>

Kirkens Bymisjon, Aktiviteshuset, Bjerke
Kirkens Bymisjon, Møtestedet, Bodø

Brukernavn / @tagg*

<Virksomhets-/tiltaksnavn>

@motestedet
@ungrettshjelp

<Virksomhets-/tiltaksnavn>, <Sted>

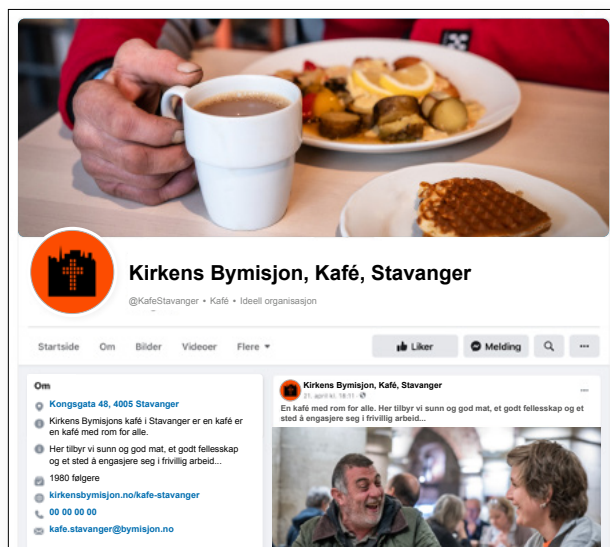
@aktiviteshuset_bjerke
@motestedet_bodo

*) Brukernavn / @tagg / visningsnavn avhenger av hva som er ledig, og hva plattformen tillater. Kirkens Bymisjon og stedsnavn må derfor alltid også nevnes i beskrivelse / metadata.

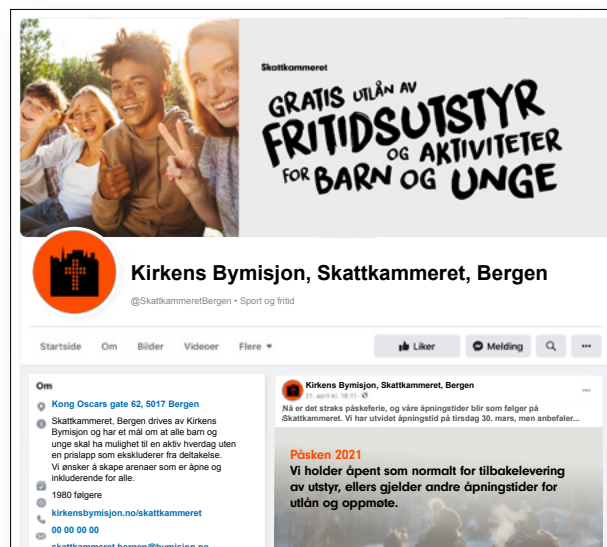
<Virksomhets-/tiltaksnavn> eller <Virksomhets-/tiltaksnavn>, <Sted>

Bærekraftige fellesskap
Forandringshuset, Holmlia
Helsesenteret for papirløse migranter, Bergen

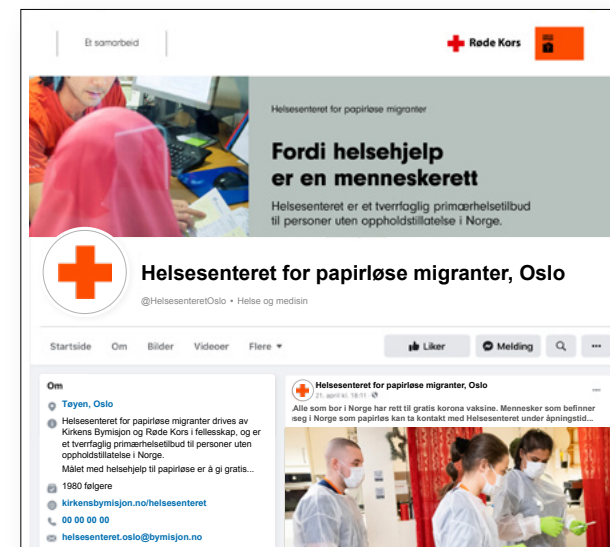
Eksempler på profilkonto



Eksempel ordinær profilkonto, av en virksomhet som eies av Kirkens Bymisjon



Eksempel profilkonto UNG, med visuelt uttrykk mot barn og unge



Eksempel profilkonto for samarbeid/partnerskap, der Kirkens Bymisjon samarbeider med andre aktører

Fonter og typografi

I alt preprodusert, grafisk materiell for våre sosiale medier, skal følgende fonter brukes:

Profilfont

Neuzeit Grotesk

Tilgjengelig via Adobe Creative Cloud (Typekit)

Regular (mengdetekst)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Bold (overskrifter / korte tekster)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Black (overskrifter / korte tekster)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Alternativ font

Arial

Tilgjengelig i alle programmer og på alle plattformer

Regular (mengdetekst)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Bold (overskrifter / korte tekster)

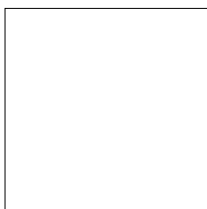
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Farger og fargekombinasjoner

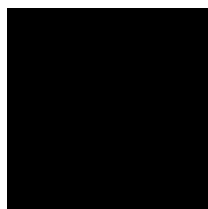
Til tekst, bakgrunn og illustrasjoner



Oransje
 HEX #FC4C02
 RGB 252/76/2
 CMYK 0/78/100/0

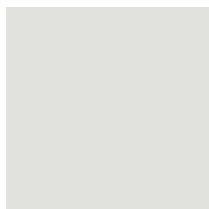


Hvit
 HEX #FFFFFF
 RGB 255/255/255
 CMYK 0/0/0/0



Svart
 HEX #000000
 RGB 0/0/0
 CMYK 0/0/0/100

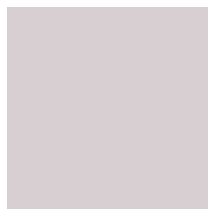
Til bakgrunn og illustrasjoner



Stein
 HEX #E1E1DD
 RGB 225/225/221
 CMYK 14/10/13/0



Skog
 HEX #B7C1BD
 RGB 183/193/189
 CMYK 33/18/25/0



Plomme
 HEX #D7CFD2
 RGB 215, 207, 210
 CMYK 18/18/15/0

Tekst skal være i svart, hvit eller oransje, og bakgrunn kan være en fargeflate og bilde/video.



*OBS!
 Vurder alltid om lesbarheten er god nok, dvs. om bildet egner seg som bakgrunn for tekst uten en fargeflate.*

Grid og innramming



1x1 – f.eks. post på Facebook



9x16 – f.eks. reels/story på Instagram og stående innlegg på Instagram

*) På innhold til reels/stories må et området på minst 150 pix fra bunn og topp ikke inneholde viktig info eller tekst, da det kan dekkes av menyknapper i appen dette vises i.



4x5 – f.eks. post på Facebook



16x9 og 1.91:1 – f.eks. skjermplakat eller liggende innlegg på Instagram

OBS!
Fokusområdet er innenfor det skraverte feltet (blå linjer). Tekst og viktige elementer i bilde/video bør tilpasses innenfor dette området.

Tips! Plassering av elementer:

- Tekst og viktige elementer bør plasseres innenfor de skraverte feltet (blå linjer) på de ulike formatene.
- Tekst må plasseres slik at det er i ballanse med bildet/bakgrunnen, og ikke dekker for hovedfokuset i bilder/film.
- Bruk gjerne en fargeflate når du legger tekst på bilder/film. Unngå å plassere tekst på områder med mye «rot».
- Begrens mengde tekst som plasseres på bilder/film. Lag heller flere slides. Bruk maks 1 setning per slide (ca. 60 tegn).



*) Ordinær profil er Kirkens Bymisjons hoveduttrykk som skal brukes av alle virksomheter.

Eksempler på bruk (ordinær profil*)



*) UNG – visuelt uttrykk mot mot barn og unge skal kun brukes i ekstern kommunikasjon rettet direkte mot denne målgruppen.

Eksempler på bruk (UNG – visuelt uttrykk mot mot barn og unge*)



Motion/animasjon: Det oppfordres til å kun bruke enkle motion/bevegelseeffekter på elementer over video og bilde. F.eks. enkel svipe inn fra sidene, topp eller bunn, og enkel svipe ut igjen. Eller f.eks. enkel fade inn og ut igjen. Slike effekter må brukes nennsomt slik at det ikke tar fokus bort fra budskapet i selve videoen/motivene, og blir forstyrrende/masete.

Veiledning for videografikk



Eksempel på tittelbruk over video



Eksempel på tekstbruk over video



Eksempel på tekstbruk



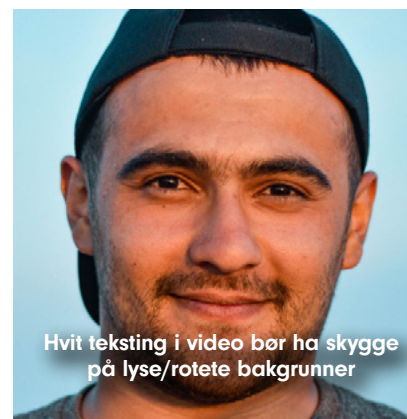
Eksempel på tekstbruk



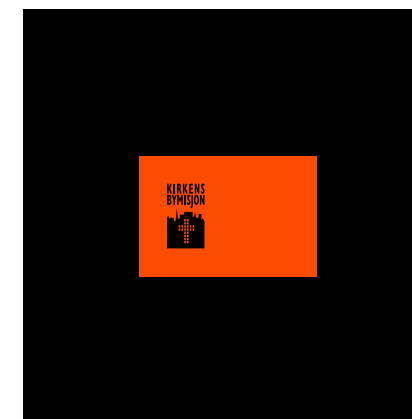
Eksempel på tekstbruk over video



Eksempel på teksting



Eksempel på teksting m/skygge



Eksempel på sluttplakat m/logo