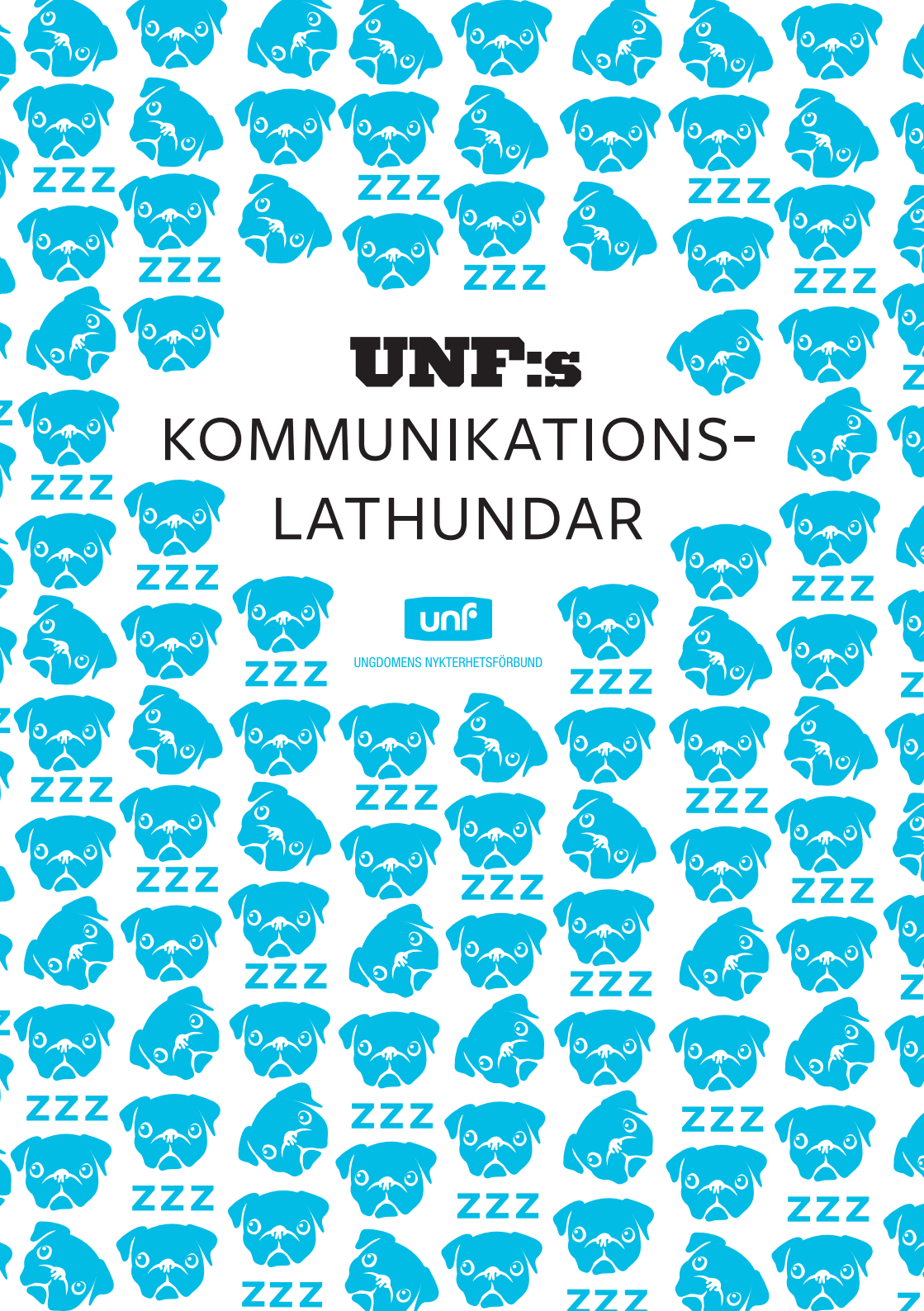




UNF:s

KOMMUNIKATIONS-
LATHUNDAR



UNGDOMENS NYKTERHETSFÖRBUND

UNF:s kommunikationslathundar

1. Inför en kommunikationsinsats

En kommunikationsinsats kan vara stor som liten, allt från ett twitterinlägg till att marknadsföra ett evenemang. För att lyckas, ta hjälp av följande punkter.

Syfte och budskap

Vad är syftet med insatsen? Vad vill du kommunicera? Locka till?

Målgrupp

Vilka är de? Va gör de? Var hänger de? Vilka mediakanaler använder de? Lär känna din målgrupp för kommunicera på rätt sätt.

Testa sin insats mot dessa frågor. Målet är att du svarar JA på så många som möjligt av frågorna. Alla gånger är detta inte lämpligt så var snäll mot dig när du checkar.

- Är det tydligt vem budskapet riktar sig till?
- Är det tydligt att vi är normbrytande, välkomnande och engagerade?
- Används vår grafiska profil?
- Är budskapet riktat på ett positivt sätt?
- Finns det referenser till den mångfald av aktiviteter vi har?
- Är texten skriven på ett sådant sätt att målgruppen kan relatera till den?
- Är budskapet fritt från krångliga ord och förkortningar?
- Finns det hänvisningar för dem som önskar ytterligare information?

UNF:s kommunikationslathundar

2. Skriftlig kommunikation

- Säg det du menar, **håll det enkelt och kort**.
- **Intressant rubrik** är viktigt. Lägg ner några minuter på den, vrid och vänd. Skriv rubriken sist.
- Hitta en **röd tråd** - Håll dig till syftet, vad är det du vill säga?
- Skriv det **viktigaste först**, fetmarkera viktiga ord i texten.
- Tänk på **ordvalen** - inte för krångligt eller förkortningar.
- Anpassa texten efter **målgruppen**.
- **Dela upp texten** i olika stycken och använd underrubriker.
- **Uppmana till handlingar** - få läsaren att göra det du vill.
- Tillför mervärde för dina läsare - fundera på hur du kan göra texten matnyttigt för dina läsare. **Länka vidare och tipsa!**

Vad ska en informationstext innehålla?

Vem - vem skriver du till?

Vad - vad är det som händer?

När - när händer det?

Var - var händer det?

Varför - argumenta för det du vill att läsaren ska göra.

Hur - hur går man till väga? länkar, formulär m.m

UNF:s kommunikationslathundar

3. Få till UNF:s grafiska profil

Känsla

Normbrytande

Vågat, kaxigt och tydligt

Välkomnande

Människor, öppna budskap
och lättförståeligt.

Engagerande

Tydligt och känslskapande.

Logga

Kapa aldrig loggan och
använd den som den är.
WMF i office, vilket är
skalningsbart.
EPS i photoshop, skala vid
import.



UNGDOMENS NYKTERHETSFÖRBUND

Typsnitt

Acropolis (rubrik)

Fright Sans (text)

Freight Text (formell text)

Färger

RGB används för webben och
CMYK för tryck.



RGB 0, 180, 220

CMYK 75, 0, 7, 0

#01B3DB



RGB 220, 0, 90

CMYK 0, 100, 34, 8

#D9005A



RGB 255, 195, 20

CMYK 0, 25, 95, 0

#FFC315

Gyllene snittet

1.618



UNGDOMENS NYKTERHETSFÖRBUND

UNF:s kommunikationslathundar

4. Layout-tips

Använd UNF:s mallar och grafiska element

I kommunikationshjälpen på unf.se har UNF samlat en massa mallar som kan användas för affischer och inbjudningar.

När du laddat ner en mall väljer du själv om du vill skriva ut och skriva för hand eller öppna word-filen och lägga in text digitalt.

När du skrivt din text du gillar så är det bara att skriva ut. Ska det till ett tryckeri så bör filen sparas som pdf.

Bra gratisprogram

Pixlr

Pixlr är ett enkelt online bildredigeringsprogram.
www.pixlr.com

Scribus

Gratis prgogram för layout.
www.scribus.net

Appen Phoster

Phoster gör afficher av dina bilder direkt i mobilen.



- Jag är inte lat. Jag gör smarta val!



UNGDOMENS NYKTERHETSFÖRBUND