

**GRAFISK MANUAL**

Grafisk manual för Electrum Automation AB

Version: 1.3

Datum: 2015-01-30

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1.</b>	<b>VÅR PROFIL</b>	<b>5</b>
1.1	Logotyp	6-7
1.2	Logotypens placering	8
1.3	Logotypen mot annan grafik	9
1.4	Balk med bågar	10
1.5	Färger	11
1.6	Typografi	12
<b>2.</b>	<b>GRAFISK RYGGRAD</b>	<b>13</b>
2.1	Brevpapper	14
2.2	Kuvert	15
2.3	Visitkort	16
<b>3.</b>	<b>DIGITALA MALLAR</b>	<b>17</b>
3.1	Dokumentmall	18
3.2	Sidhuvud	19
3.3	Sidfot	20
3.4	E-postsignatur	21
3.5	Presentationsmall	22

<b>4.</b>	<b>EXTERN KOMMUNIKATION</b>	<b>23</b>
4.1	Annonser	24
4.2	Manualer	25
4.3	Produktblad	26
4.4	Sociala medier	27
<b>5.</b>	<b>PAPPERSKVALITET</b>	<b>29</b>
5.1	Grafiska ryggraden	30
5.2	Trycksaker	31
<b>6.</b>	<b>PROFILERING</b>	<b>33</b>
6.1	Produkter	34
6.2	Kläder	35
6.3	Skyltar, storformat och dylikt	36
6.4	Fordon	37

# 1

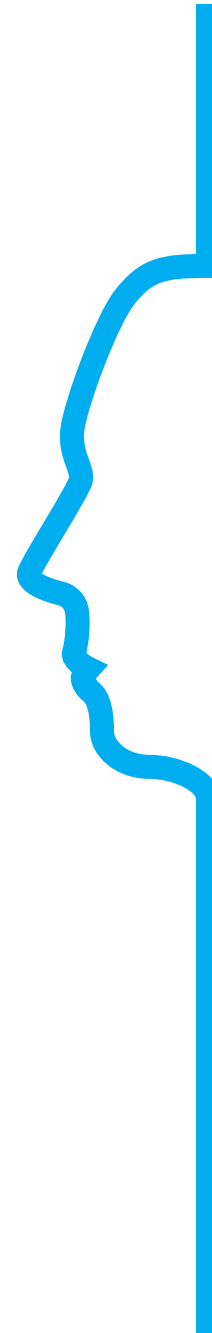
## VÅR PROFIL

En stark och konsekvent grafisk användning kring Electrum Automations produkter och tjänster stärker vårt företags identitet.

Electrum Automation ska vara lätt att känna igen och alla våra kunder, leverantörer och samarbetspartners ska få en enhetlig bild av oss.

Eftersom vi som företag länge levererat produkter och tjänster av hög kvalitet, är en professionell grafisk kommunikation också mycket viktig.

Genom denna manuals riktlinjer ges varje kreatör tydligare ramar och frihet i att skapa och stärka Electrum Automations varumärke via grafiska medel.



## 1.1 Logotyp

Vår logotyp är en av de viktigaste komponenter vi har i det fortsatta byggandet av Electrum Automation som ett starkt varumärke.

Electrumblå mot vit (primärval)



Variant för web och digitala media



CMYK-blå mot vit



Vit mot svart eller vice versa



Vit mot Electrumblå



## 1.1 Logotyp

I vissa situationer kan en alternativ logotyp användas, med företagets slogan placerad undertill. Denna variant kan användas när utrymmet är begränsat och/eller när ingen sidfot används, som t.e.x. på visitkort. En variant som hjälper oss lyfta fram våra värdeord.

Variant med slogan

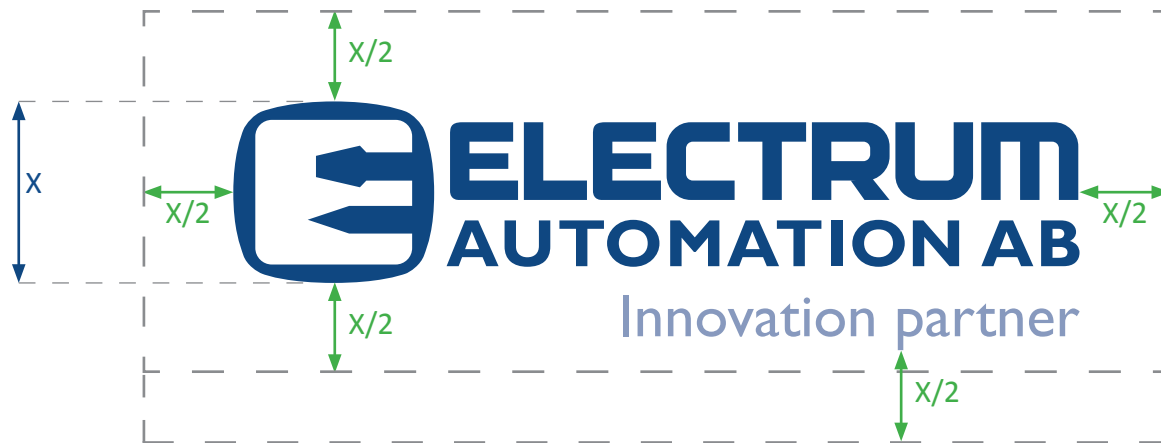


När slogan placeras under logotyp används typsnitt Gill Sans MT i färgen Dim blå.

## 1.2 Logotypens placering

Logotypen finns endast i en formvariant och den får på något sätt inte förändras utanför de riktlinjer som anges i denna manual.

Placeringen av logotypen ska ske med marginaler runt om som motsvarar minst halva logotypens höjd. Logotypvariant med slogan ökas i underkant med samma marginalmått som logotyp utan slogan.





## 1.3 Logotypen mot annan grafik

Ibland används logotypen överlappande mot vår balk (se sid 10) och då kan en vit tunn ram i nederkant på överlappande bokstäver öka tydligheten. Behovet kan uppstå då den CMYK-blå logotypen används, exempelvis när trycktekniken är begränsad till 3 färger. Begränsningen kan förekomma vid exempelvis tejptryck.

Tryck för packtejp (3 färger i PMS färgskala)



## 1.4 Balk med bågar

Till Electrum Automations grafiska identitet finns en balk med bågar i tre blå nyanser (Ljusblå, Mellanblå samt CMYK-blå). Oftast placerad i sidfoten, men i vissa sammanhang används den även tillsammans med logotypen i överkant, som exempelvis på produktblad och visitkort.

Standard balk med bågar i tre blå nyanser



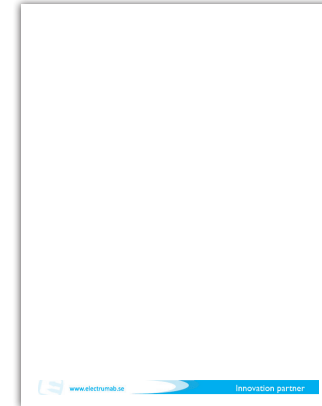
Balk med logotyp i sidhuvud



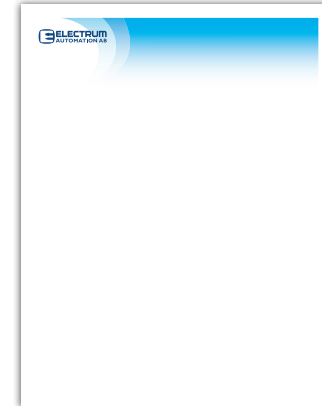
Balk med företagets webbadress och slogan.



Balk som sidfot

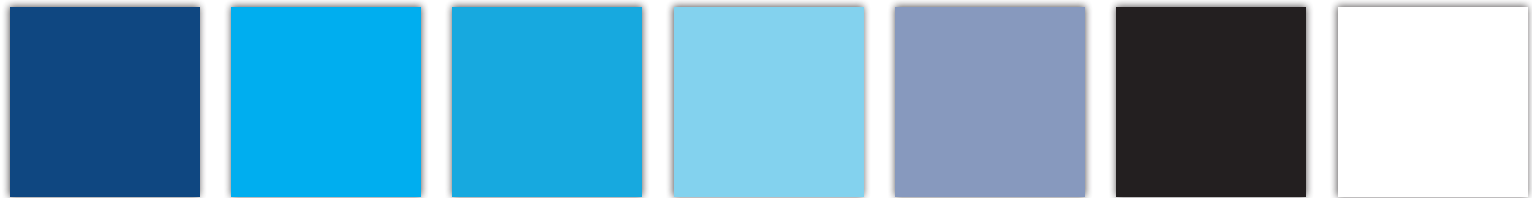


Balk som sidhuvud



## 1.5 Färger

Electrum Automations kännetecken ska vara blått. Denna färgpalett ska användas effektivt och dominant för att stärka vår identitet. Användning av balken är då ett effektivt sätt att framhäva vår färgpalett.



	<b>Electrum-blå</b>	<b>CMYK-blå</b>	<b>Mellanblå</b>	<b>Ljusblå</b>	<b>Dim blå</b>	<b>Svart</b>	<b>Vit</b>
CMYK	100, 81, 22, 7	100, 0, 0, 0	72, 13.5, 0.5, 0	44, 1, 3.5, 0	49, 34, 10, 0	0, 0, 0, 100	0, 0, 0, 0
RGB	27, 62, 122	0, 159, 227	36, 169, 225	151, 212, 240	145, 160, 196	0, 0, 0	255, 255, 255
PMS	Dark Blue C	299 C	2995 C	2975 C	535 C	Black 6 C	
HEX	#1B3E7A	#009FE3	#24A9E1	#97D4F0	#919FC4	#000000	#FFFFFF

## 1.6 Typografi

Electrum Automation ska kännetecknas med en tydlig kommunikation, såväl i tryck som på skärm. Vi arbetar med två primära typsnitt som fungerar bra till dessa ändamål.

**Gill Sans MT** används i delar av logotypen samt mestadels som huvudrubriker.

Skapades 1926 av Erik Gill och släpptes första gången som ett komplett typsnitt år 1928 under Monotype. Gill Sans distribueras via iOS och Mac OS X. Medföljer till vissa Microsoft program, och då just under namnet **Gill Sans MT**.

Gill Sans MT bold - rubriker

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÅÖ  
1234567890**

**Calibri** används i underrubriker samt i all brödtext. Calibri skapades år 2004 av John de Groot som ett typsnitt tillhörande Microsofts Clear Type typsnittsfamilj. Den har succesivt ersatt tidigare typsnitt som Times New Roman och Arial. I Microsoft Office 2010 blev den standardtypsnitt.

Calibri bold - mellanrubriker

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
VWXYZÅÖ  
1234567890**

Calibri regular - brödtext

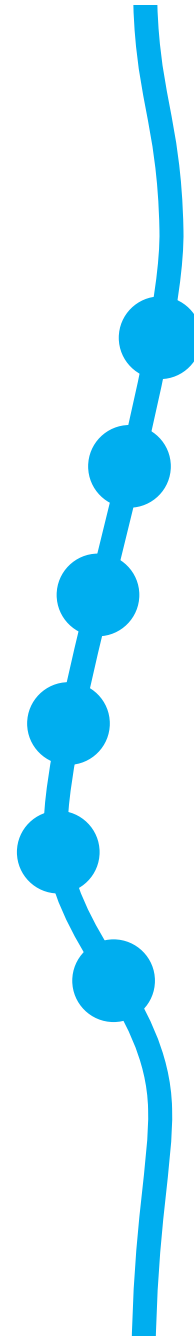
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
zåö  
1234567890

## 2

# GRAFISK RYGGRAD

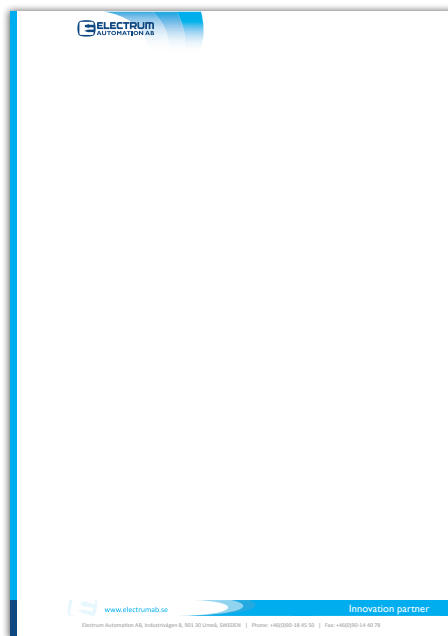
För att den framtida grafiska kommunikationen ska hållas konsekvent presenteras här grundstommen gällande utformning och produkter. Den grafiska ryggraden är relativt enkel i sin utformning och ger kreatörer stor frihet i själva skapandet.

Men för att hålla ihop Electrum Automations profil såväl nu som i framtiden, finns vissa riktlinjer som varje kreatör bör efterfölja.



## 2.1 Brevpapper

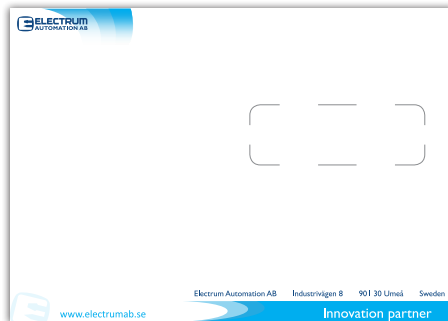
Brevpappret är av en mer icke formell känsla och som vi kan använda oss utav i såväl intern som extern kommunikation.



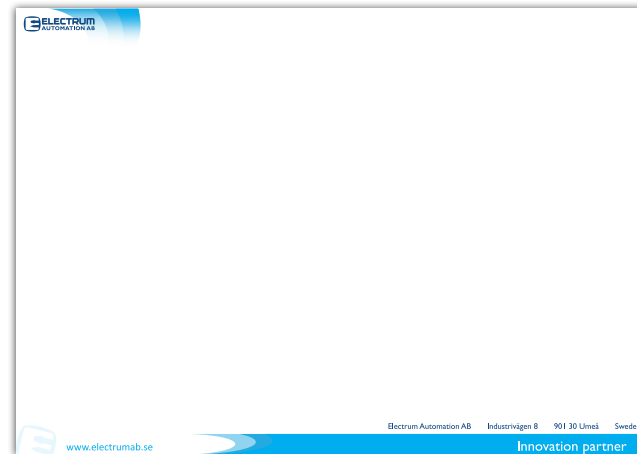
## 2.2 Kuvert

Kuvert är utformat för att mottagare snabbt kan identifiera oss som avsändare. Därför använder vi oss av både logotyp och sidfotsbalken. Här ligger kontaktuppgifterna ovanför balken. Denna design kan användas på kuvert med eller utan fönster.

Kuvert C5



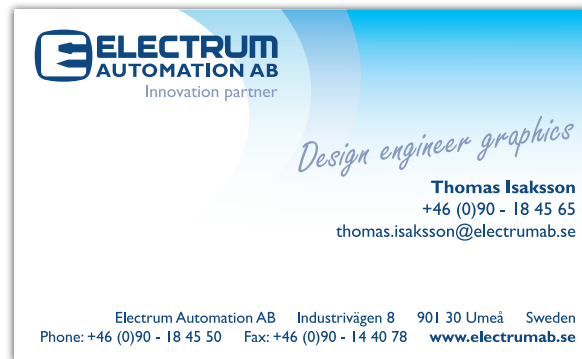
Kuvert C4



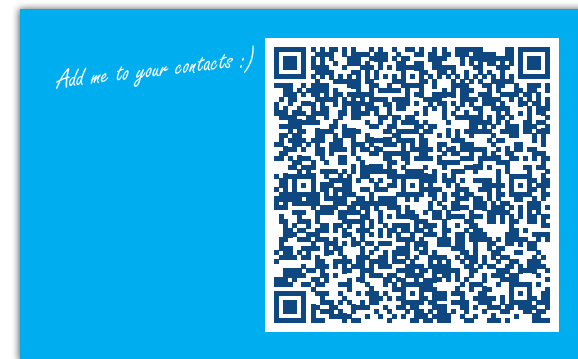
## 2.3 Visitkort

Visitkortet är en av de mest vitala delar i vårt företags grafiska profil. Dessa är direkt riktade till våra kunder och samarbetspartners. Här ska vi presentera oss som ett professionellt och välkomnande företag med hela den grafiska ryggraden återspeglad i visitkortet. Eftersom vårt kontaktnät är världsomspännande använder vi oss av engelska som språk.  
Format: 90x55mm (BxH)

Framsida



Baksida



På baksidan har vi en QR kod som innehåller ett digitalt visitkort i .vcf format. Användaren scannar koden med sin mobil och kan spara kontaktuppgifterna direkt i sin telefonbok.

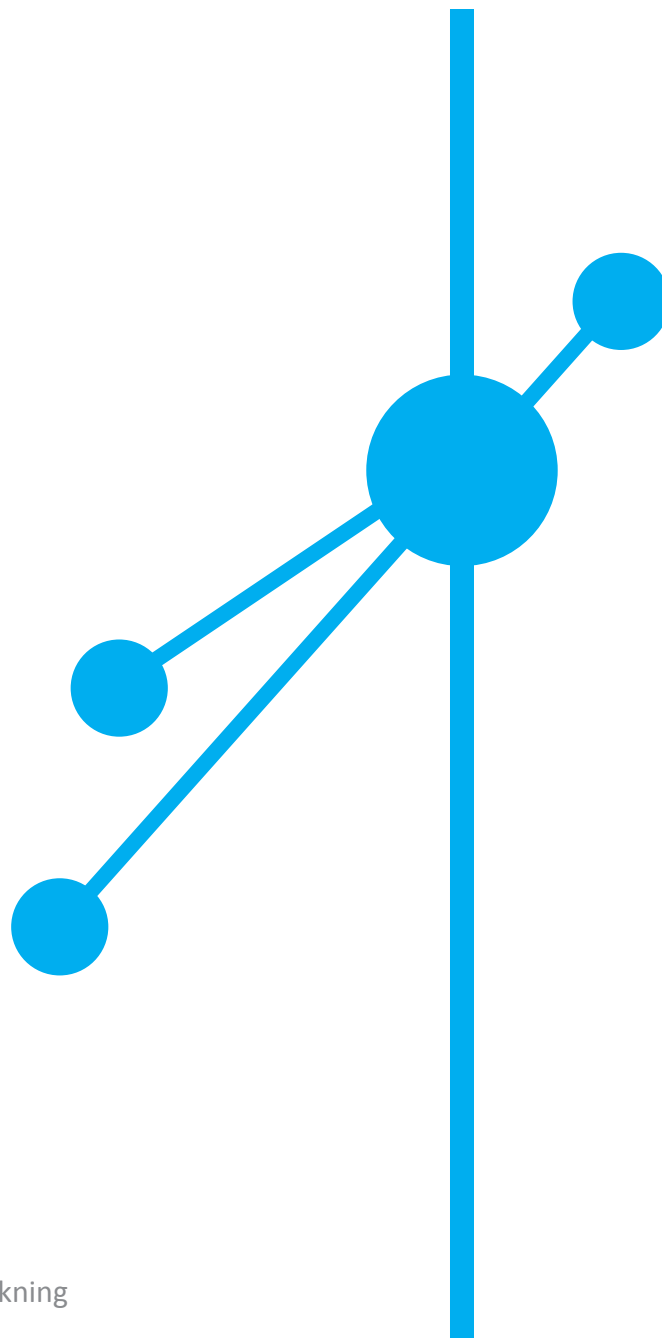


# 3

## DIGITALA MALLAR

Här presenteras de digitala mallar som finns och är speciellt utformade för användning av mer formell karaktär. Det kan handla om olika avtal, kravspecifikationer, offerter etc. Många mallar är färdiga och specificerade för ändamålet med rubriker och innehåll. Men det finns även en tom dokumentmall, där endast sidhuvud och sidfot finns färdigplacerat. Denna bör användas vid skapandet av nya dokument.

Att använda dessa mallar håller ihop vår profil och är en viktig del i såväl inter som extern kommunikation.



## 3.1 Dokumentmall

Den tomma dokumentmallen är grunden i samtliga formella dokument och bör alltid användas när nya dokument eller mallar skapas. Mallen utgår från standard A4 format. Ritade mått visar sidmarginaler, angivet i millimeter. Alla format finns fördefinierade i dokumentmallen.

Huvudrubrik: Gill Sans MT bold, 18-28pt  
Electrum-blå

Övriga rubriker och brödtext: Calibri

**ELECTRUM**  
AUTOMATION AB

Title/Title Tom dokumentmall/Empty document template  
Datum/Date 1/1

# HUVUDRUBRIK

**Rubrik 1 utan numrering (nivå 1)**  
Normal brödtext under rubriker utan numrering

**Rubrik 2 utan numrering (nivå 2)**  
Normal brödtext under rubriker utan numrering

**Rubrik 3 utan numrering (nivå 3)**  
Normal brödtext under rubriker utan numrering

**Rubrik 4 utan numrering (nivå 4)**  
Normal brödtext under rubriker utan numrering

**1 Rubrik med numrering (nivå 1)**  
Brödtext med anpassat indrag

**1.1 2 Rubrik med numrering (nivå 2)**  
Brödtext med anpassat indrag

**1.1.1 3 Rubrik med numrering (nivå 3)**  
Brödtext med anpassat indrag

**1.1.1.1 4 Rubrik med numrering (nivå 4)**  
Denna mall visar på de olika rubrik och brödtextsinställningar. Beroende på ändamål så finns det numererade eller icke numererade rubriker. Alla format finns uppe i menylisten, med typsnitt, färger, indrag och liknande färdiginställt.  
Denna mall ska användas vid skapande av nya formella dokument, för att hålla ihop och arbeta konsekvent med Electrum Automations grafiska profil.  
Vid användning av innehållsförteckning ska Automatisk Innehållsförteckning användas.

**Tabell exempel**

Header 1	Header 2	Head.	Head.	Head.	Head.
1	Table content <sup>(1)</sup>	0	0	0	0
2	Table content	0	0	0	0

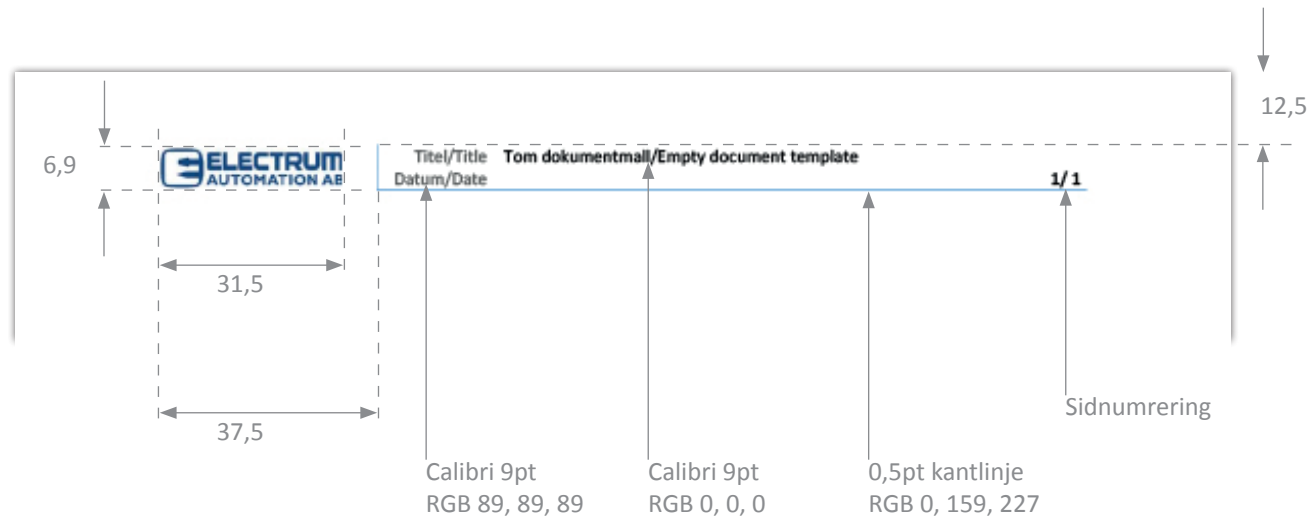
Note: 1. Note text

[www.electrumab.se](http://www.electrumab.se) Innovation partner

Electrum Automation AB, Industrivägen 8, 901 30 Umeå, SWEDEN | Phone: +46(0)90-18 45 50 | Fax: +46(0)90-14 40 78

## 3.2 Sidhuvud

Sidhuvudet i våra digitala mallar ska alltid inledas med logotypen följt av innehåll. På så sätt identifieras avsändaren direkt. Innehållet utformas med förklaringstext till vänster och själva innehållet till höger. Antal rader anpassas efter behovet i aktuellt dokument. Marginalen ovan sidhuvudet är 12,5mm.



## 3.3 Sidfot

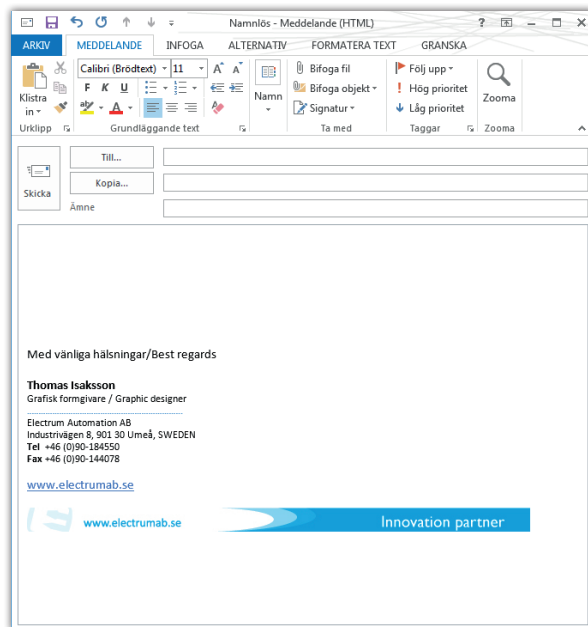
Sidfoten inleds alltid med balken innehållandes webbadress och slogan. Om kontaktuppgifter ska finnas med läggs de under en 8pt tom rad efter balken. Sidfoten ska sitta centrerad mot sidan och finnas med på samtliga sidor i formella dokument.

Marginalen nedanför sidfoten är 12,5mm.



## 3.4 E-postsignatur

E-postsignaturen är den signaturbärare som används mest i vår externa kommunikation. Signaturen ska representera Electrum Automation som det professionella och seriösa bolag vi är. Alla ska därför använda samma signaturmall. Samma balk som i digitala dokumentmallar används även här.



## 3.5 Presentationsmall

Vår presentationsmall i Powerpoint har färdig bakgrundsgrafik och plats för rubriker. Typsnitt och färger är fördefinierade i mallen. Denna mall bör användas i alla lägen för att hålla en konsekvent grafisk linje. Håll innehållet luftigt och texten kortfattad för att skapa ett intresse hos åhörarna. Använd anteckningsfunktionen för ditt talarmanus.

Föredragshållarvyn är också att rekommendera för att underlätta din presentation. Då visas presentationen som helskärm för åhörarna och din egen skärm visar bl.a. timer, talarmanus och nästa slide.

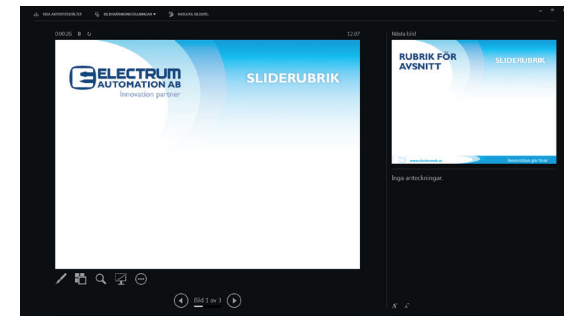
Introduktionsslide(s)



Övrigt innehåll



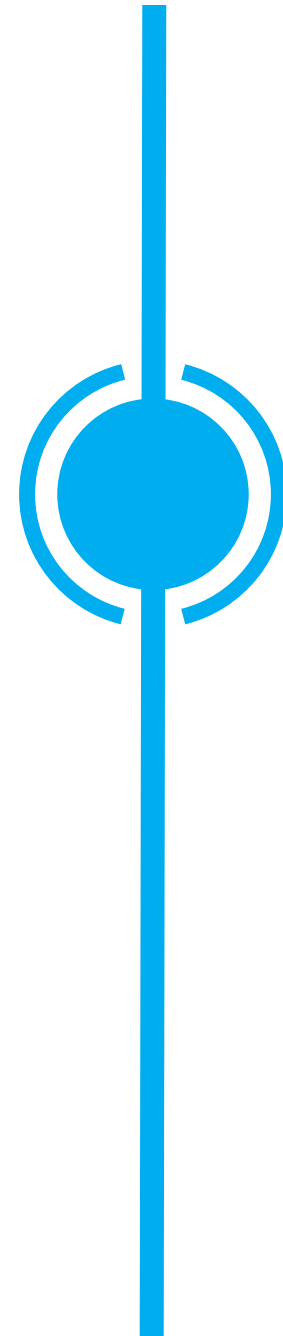
Föredragshållarvyn (Powerpoint 2013)



## 4

# EXTERN KOMMUNIKATION

Den externa kommunikationen är en viktig marknadsföringskanal. Förutom den direkta marknadsföringen har vi även en så kallad indirekt kanal. Det kan då bl.a. handla om produktblad, e-post och profilprodukter, där kundkretsen inte är speciellt utvald. Då nya kunder och samarbetspartners snabbt bildar sig en uppfattning om oss som företag är det viktigt att det finns en röd tråd som löper genom all vår kommunikation. Det stärker uppfattningen om oss som ett konsekvent företag.

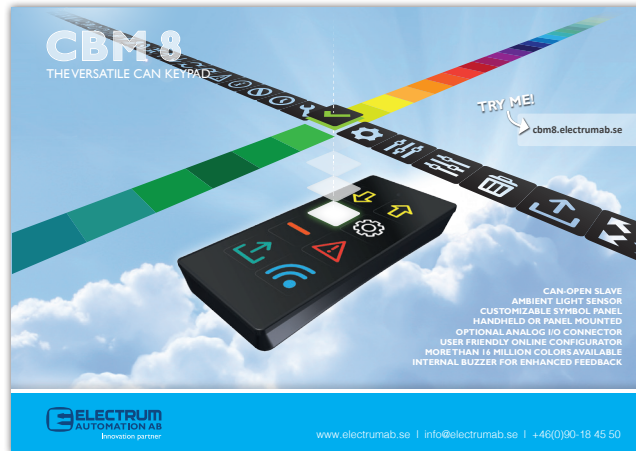


## 4.1 Annonser

När vi utformar annonser kan med fördel blåa nyanser och gradienter utifrån vår egna färgpalett dominera färgspråket. Logotypen ska finnas tydlig i annonsen för att framhäva oss som avsändare.

Annonser ska utformas med tydlig fokus på produkt och/eller syfte. Vi ska sträva efter att med vårt bildspråk kunna leda läsaren genom innehållet i annonsen.

Annons i tidsskrift alt. PDF



Banner





# 4.2 Manualer

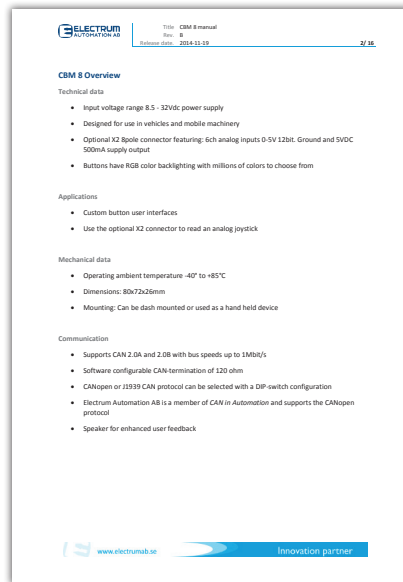
Våra manualer når ut till våra kunder och därför är ett konsekvent färgspråk viktigt även i dessa. Logotypen ska alltid finnas med på första sidan av ett dokument, väl synlig på sidans övre del. Balken ska finnas med på samtliga sidor, men kontaktuppgifter behöver bara finnas med på första sidan. Använd färdig mall vid skapande av ny manual.

Sidmarginalerna är 25mm runt om. Vi använder oss av standardiserade A format för enkel hantering.

Manual framsida (A4)



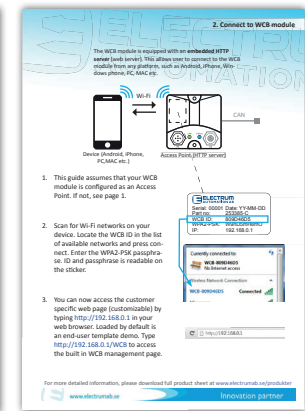
Manual sida 2



Snabbguide framsida (A5)



Snabbguide sida 3



# 4.3 Produktblad

Produktbladen ska på ett tydligt och genomtänkt sätt presentera produkten. Standard A format rekommenderas i antingen liggande eller stående format. Logotypen ska inleda bladet följt av produktnamn eller benämning. Här använder vi balk med gradienter i toppen och balk med webbadress som sidfot.

Marginalen runt om är 4,8% av den kortaste sidan, avrundat till närmsta halvtal. Produktnamnet i vitt blir här huvudrubrik och får därför typsnittet Gill Sans MT. Både fram och baksida ska avslutas med sidfotsbalk med webbadressen.

Liggande fram

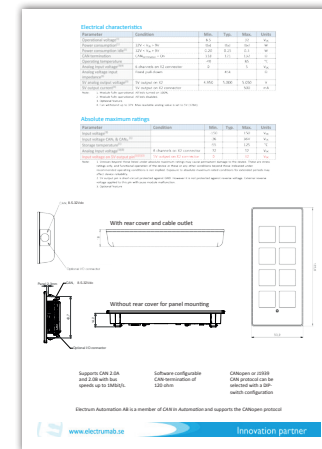


Bak

Stående fram



Bak

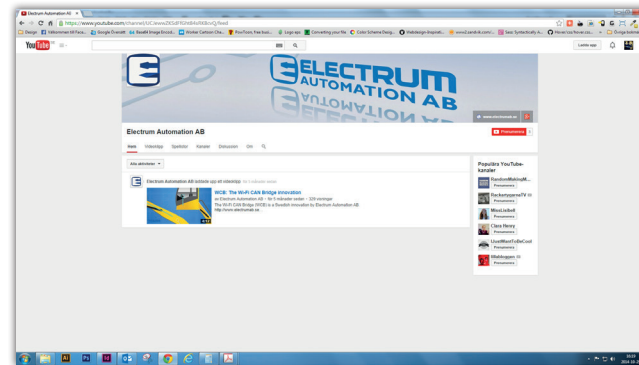
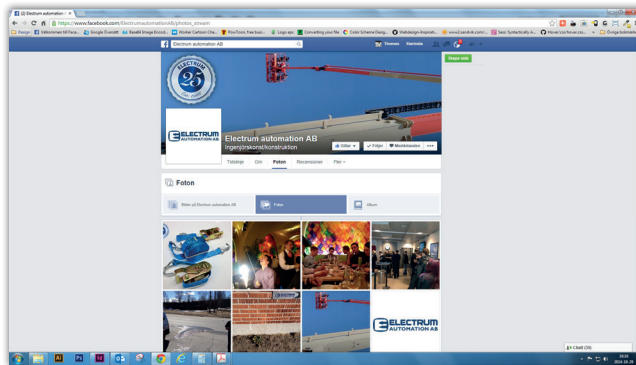


## 4.4 Sociala medier

Electrum Automation verkar också för att synas på det populäraste sociala medierna. Vi använder oss idag av Facebook och Youtube som de primära sociala kanalerna.

**Facebook** kan användas som ett forum där vi kan lägga upp bilder och annat lätttsamt för att hålla medlemmar uppdaterade kring vad som sker inom Electrum Automation just nu.

**Youtube** används främst till att presentera och marknadsföra nya produkter, samt som en kanal där manualer i videoformat kan publiceras.





# 5

## PAPPERSKVALITET

Valet av papperskvalitet styrs av ändamål och vad som ska tryckas. Rätt sorts papper bidrar till en hög kvalitetskänsla. En känsla vi också vill ska genomsyra allt vi gör.

## 5.1 Grafiska ryggraden

För tryck av förbrukningsvaror inom den grafiska ryggraden bör obestruket papper användas för att bibehålla god skrivbarhet. För vanlig utskrift och kopiering på brevpapper kan papper med ytvikt 80g/m<sup>2</sup> användas. För visitkort gäller en högre ytvikt på minst 250g/m<sup>2</sup>. Däremot är valet om bestruket eller obestruket papper ett öppet val, då det finns så många olika varianter.



## 5.2 Trycksaker

Med trycksaker menar vi här bl.a. manualer, produktblad och annonser för produkter i serieproduktion. Här bör bestruktet papper användas. De ger en bättre och tätare färgåtergivning när bl.a. fotografier och detaljerad grafik används. För bästa läsbarhet rekommenderas lätt bestruket papper med hög vithet. Är bildåtergivning viktigare kan glättat (glansigt) användas.

Det finns några riktmärken att utgå ifrån gällande ytvikt inom trycksaker. Till produktblad och enskilda annonser bör papper med minst 200g/m<sup>2</sup> användas. För manualer och broschyrliknande produkter i storleken A4-A5 är minst 120g/m<sup>2</sup> att föredra. Vid större format bör ytvikten ökas för att inte sidorna ska upplevas sladdriga.





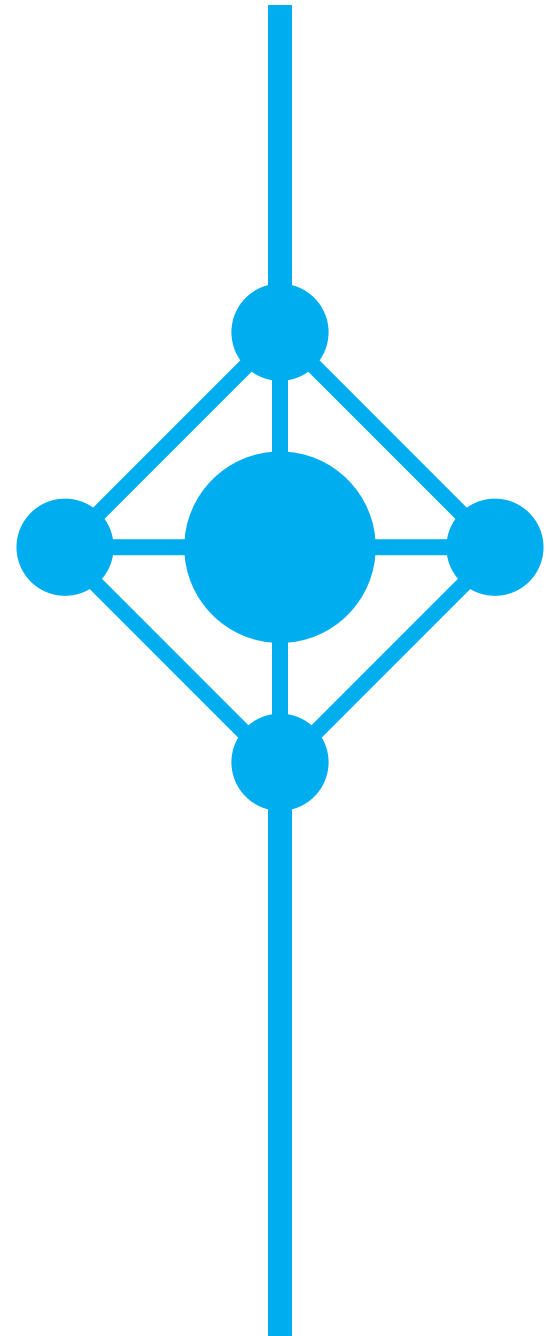


## 6

# PROFILERING

Electrum Automation ska också verka för att stärka identiteten genom konsekvent användning av vår grafiska profil på kläder, fordon, pennor m.m.

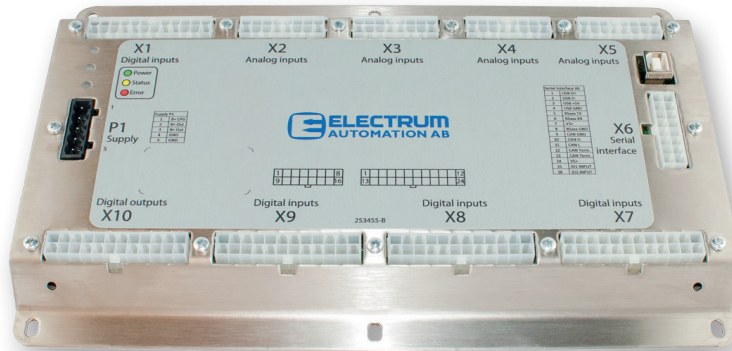
Oavsett vilken produkttyp som ska tryckas så ska logotypen framhävas med en tydlig kontrast mot bakgrund, samt att läsbarheten ska hållas optimal utifrån rådande förutsättningar.



## 6.1 Produkter

I de fall där en produkt ska förses med vår logotyp bör den placeras väl synlig och följa riktlinjerna enligt denna manual så långt det är möjligt.

UIU



WCB



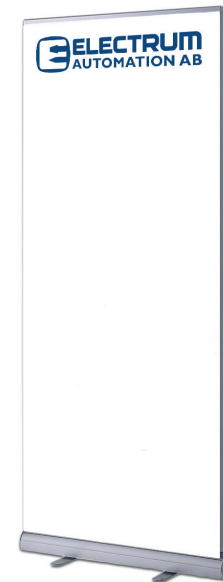
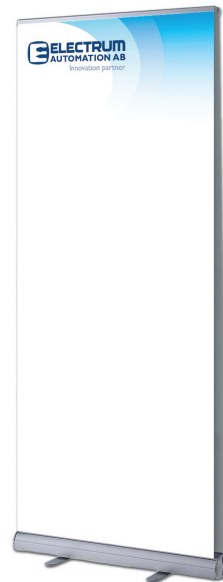
## 6.2 Kläder

Kläder som hjälper kunder och andra utomstående parter att identifiera oss är viktigt. Därför bör logotypen framhävas tydligt genom väl vald placering. Färgvalet anpassas för att uppnå en tydlig kontrast mot textilens grundfärg. Här visas några tänkbara och fungerande exempel.



## 6.3 Skyltar, storformat och dylikt

För skyltar och liknande produkter ska logotypen placeras efter de angivna riktlinjerna i denna manual. Handlar det exempelvis om rollups till mässor och liknande så bör logotypen placeras högst upp för bästa visuella räckvidd.



## 6.4 Fordon

För att synliggöra oss och vår identitet ännu mer är dekor på fordon också ett bra sätt. Det skapar också en trygghet hos våra kunder som snabbt kan identifiera oss. Fordonsdekaler stärker Electrum Automations varumärke ytterligare.

Det finns många varianter på hur och var logotypen kan placeras och själva tryckytan skiljer sig åt mellan bilmodeller. Därför har vi inga direkta riktlinjer kring detta.





Adress: Electrum Automation AB  
Industrivägen 8  
90630 Umeå  
Tel: +46(0)90-18 45 50  
Fax: +46(0)90-14 40 78  
E-post: [info@electrumab.se](mailto:info@electrumab.se)  
Web: [www.electrumab.se](http://www.electrumab.se)

**SLUT**