



DESIGNHANDBOK

Hur Opus ska se ut för att förmedla “making it simple”



Designhandboken ger ramar för vårt utseende i bild och form så att kunden skapar en tydlig bild av oss.

Ett varumärke är inte enbart ett namn eller en logotyp, symbol eller tecken som gör att man kan identifiera och särskilja en produkt, ett företag eller en plats. Ett varumärke är framförallt en bild som finns i mottagarens medvetande.

Med en logo skapas bilder, känslor och associationer som kan se olika ut beroende på vem mottagaren är. Det är dessa bilder och associationer som är Opus varumärke.

Med en tydligt grafisk identitet gör Opus skillnad och lägger sig högre upp i konsumentens medvetande. Därmed blir det enklare för konsumenten att välja Opus som leverantör.

För att presentera oss som ett enat företag med en enad profil är det viktigt att vi också har ett enat uttryck i all grafisk produktion.

Den grafiska profilen har till uppgift att göra det enklare att handskas med varumärket. I vissa situationer har man friare regler att hålla sig till, men när det gäller designprogrammet så är tyglarna stramare. Logotyp, färger och typografi är den fundamentala strukturen i det grafiska arbetet med varumärket. De efterföljande sidorna visar de olika enheterna i vårt designerprogram.

LOGOTYPEN



Logotypen särskiljer Opus från konkurrenterna och hjälper oss med igenkänning. Opus logotyp skall behandlas med största möjliga omsorg och den bör alltid framträda tydligt och konsekvent.

Logotypen är att betrakta som en bild. Därför kan den aldrig delas upp, förändras eller förses med tillägg i form av bilder, illustrationer eller liknande.

Opus logotyp består av vårt namn, och ringen med en tand innuti. Ringen symboliserar:

- » O för Opus
- » Helhet
- » Enkelhet
- » Ett sömlöst klinikflöde

Logotypens varianter

Logotypen kommer i fyra olika varianter. Vårt original (se föregående sida) sitter alltid på ljus bakgrund. Den logotypen kan också vara utan Opus O (se exempel 1 nedan). Dessa båda varianter kan även finnas med helvit text på mörk bakgrund (se exempel 2 nedan).

Exempel 1

OPUSDENTAL

Exempel 2



Logotypens placering

Opus logotyp måste alltid framträda tydligt och konsekvent. För att förtydliga intrycket av vår logotyp måste det alltid lämnas en friyta kring logotypen. Inga ytterligare texter, illustrationer eller dylikt får förekomma innanför denna yta förutom vårt eget mönster. Den minsta rekommenderade friytan är 5 mm runt hela logotypen alt. 33% av logotypens storlek.

Här är exempel på hur applicering av friytan bör se ut när logotypen används till text eller bild.

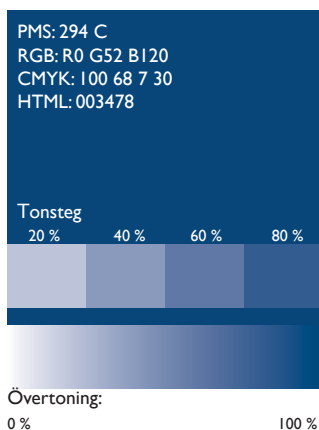
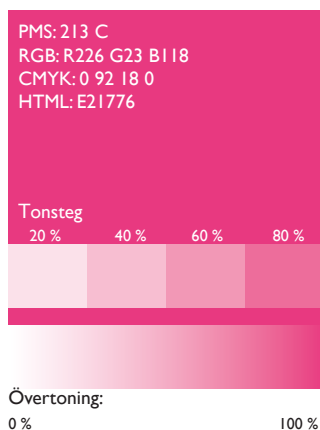


FÄRGER

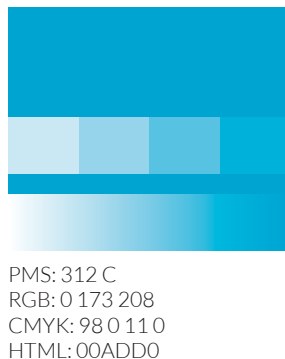
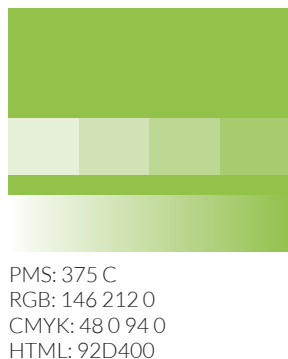
Ytterligare en viktig beståndsdel i Opus grafiska identitet är färger. Med färg förstärker vi vår identitet och skapar känslor. Syftet med att använda en eller flera bestämda färger är igenkänning. Opus kärnfärger är de färger som finns i logotypen, alltså mörkblå och rosa.

Det finns även ett par komplementfärger: Ljusblå och grön. Dessa färger skapar större dynamik och djup i trycksaker kan även färgerna användas i tonsteg och övertoningar 100–0%.

Kärnfärger



Komplementfärger



TYPSNITT

Identiteten förstärks ytterligare genom att vi använder oss av enbart en typsnittsfamilj och skapar ett huvudfundament i kommunikationen. Opus använder Gill Sans för print och Lato för digital användning.

Tryck

Gill Sans SemiBold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx-
YyZzÅåÄäÖö1234567890**

Gill Sans Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXxYyZzÅåÄäÖö1234567890

Gill Sans Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXxYyZzÅåÄäÖö1234567890

Digitalt

Lato Bold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx-
YyZzÅåÄäÖö1234567890**

Lato Regular

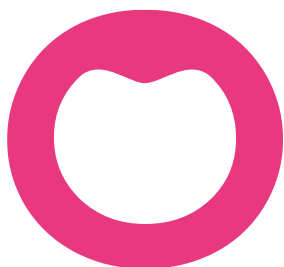
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx-
YyZzÅåÄäÖö1234567890

Lato Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx-
YyZzÅåÄäÖö1234567890

GRAFISKA ELEMENT

Ett steg mot att stärka varumärket Opus ytterligare är att bygga en värld av symboler och texter där vi visualiserar varumärket på olika sätt och skapar igenkänning och identitet.



Opus O



Opus



Del av Opus O



Certifierad tekniker

OPUS_{SUPPORT™}

OPUS_{EDUCATION™}

OPUS_{SMS™}

Produktnamn

INTERNA TRYCKSAKER

Officemallar



Word

Med eller utan framsida

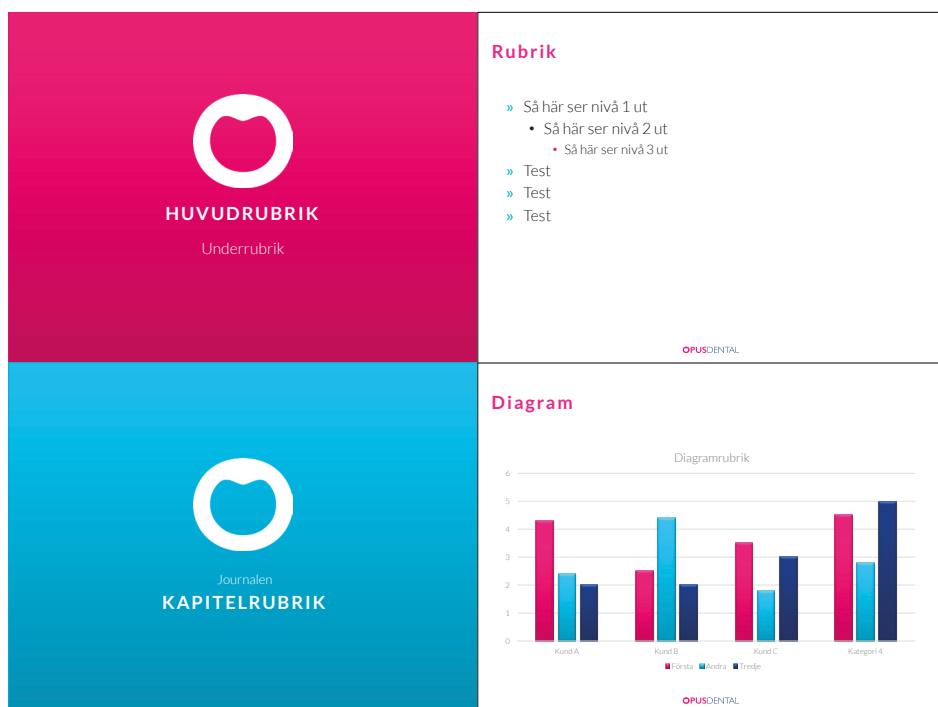
Rubrik 1: Lato, 21 punkter, rosa

Rubrik 2: Lato, 19 punkter, rosa

Rubrik 3: Lato, fet, 12 punkter, mörkblå

Brödtext: Lato light, 12 punkter, svart

Utgå från färdiggjorda mallar.



Powerpoint

Rubriker: Lato

Brödtext: Lato light

Utgå från färdiggjorda mallar.

Excel

Rubriker: Lato

Brödtext: Lato light

Utgå från färdiggjorda mallar.



EXTERNA TRYCKSAKER

Visitkort

Personliga visitkort skall ha vår logotyp. Personens namn och titel i huvudrubriken följt av kontaktuppgifter och webbadress. Baksidan har en del av Opus O samt vårt varumärkeslöfte making it simple.

Format: 90x55 mm

Namn

Typsnitt: GillSans Semibold
Storlek: 12 pt
Placering: Vänsterställd
PMS: 213 C

Övrigt

Typsnitt: GillSans Light
Storlek: 7 pt
Placering: Vänsterställd
PMS: 294 C



Mailsignatur

För att vår mailsignatur ska synas tydligt i alla mottagares datorer oavsett mailprogram och fonter installerat så kommer vi här göra ett undantag och använda Arial som font.

Namn

Typsnitt: Arial bold
Storlek: 12 pt
Placering: överst
HTML: : E21776

Hemsida

Typsnitt: Arial
Storlek: 10 pt
HTML: : E21776

Övrigt

Typsnitt: Arial
Storlek: 10 pt
HTML: #6f6f6e (=70% svart)

Med vänlig hälsning,

ROBIN LENNELL
MARKNADSCHEF

TEL: (+46) 0704 92 26 06
MAIL: robin.lennell@opusdental.com



www.opusdental.com

Kuvert

Våra kuvert är helvita. På kuvertens framsida är det förtryckt vår logotyp och adressuppgifter. Baksidan innehåller vårt varumärkeslöfte making it simple.

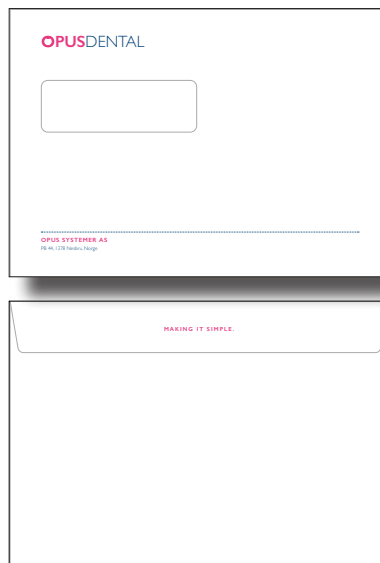
Format: A5

Framsida

Logotype
Företagsnamn
Adress

Baksida

Vårt varumärkeslöfte
Utgå från färdiga mallar



Brev

Originallogotypen placeras som sidhuvud längst upp till vänster på pappret och adressuppgifter längst ned till vänster. Längst ned till höger finns vårt företagsnamn

Text

Brödtext: Lato light, 12 punkter, svart

Sidhuvud

Vänster: Logotypen

Sidfot

Vänster: Bankgiro/Postgiro
Centrerat: Kontaktuppgifter
Höger: Företagsnamn
Utgå från färdiggjorda mallar.



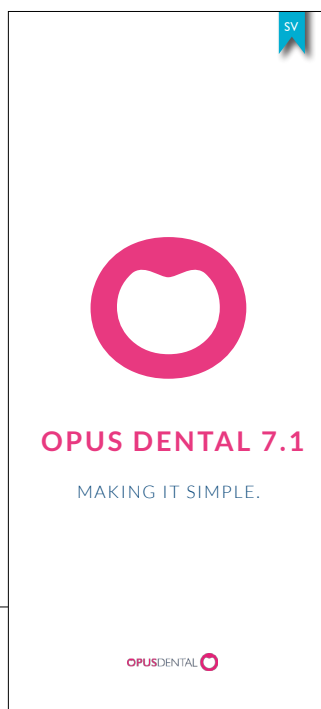
MARKNADSMATERIAL

Opus kör en enhetlighet på uttrycket i sin kommunikation genom att ha en striktare och enklare form i både det interna materialet men även på ordinarie marknadsmaterial.

Opusbroschyr

Opus tar fram broschyrmaterial i standardformat för att förenkla hantering.

Framsida



Format:

6-sidig (C65) 99*210 mm

Allmän info om Opus Dental
Används på mässor och event



Baksida



Uppslag

Annonser

Naturligtvis är det viktigt att hålla sig inom de ramar vad gäller logotyp, färger och typografi, som presenterats tidigare i denna manual. Man bör följa de rekommendationer vi ger angående trycksaker, men givetvis måste det finnas plats för egna initiativ och kreativitet. Eftersom det ställs varierande krav på innehållet i en annons, så bör det finnas utrymme att anpassa utformningen utifrån dess specifika omständigheter.

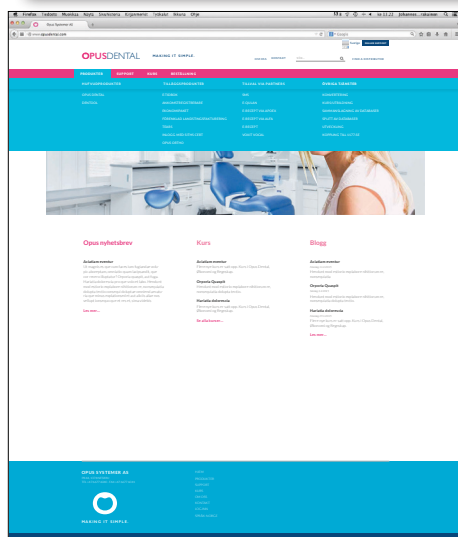
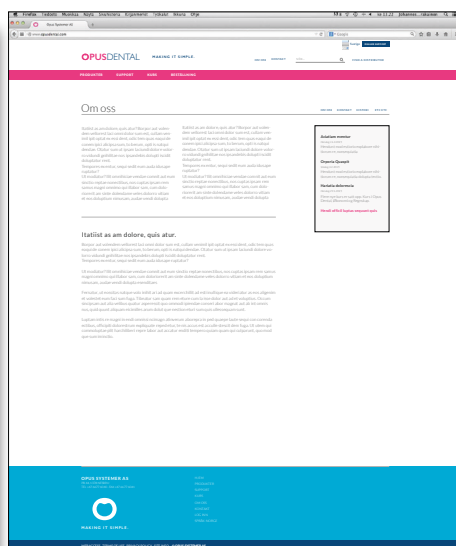


Fakta: Exempler ska ses som en grafisk vägledning där de givna beståndsdelarna ingår i utformningen.

HEMSIDAN

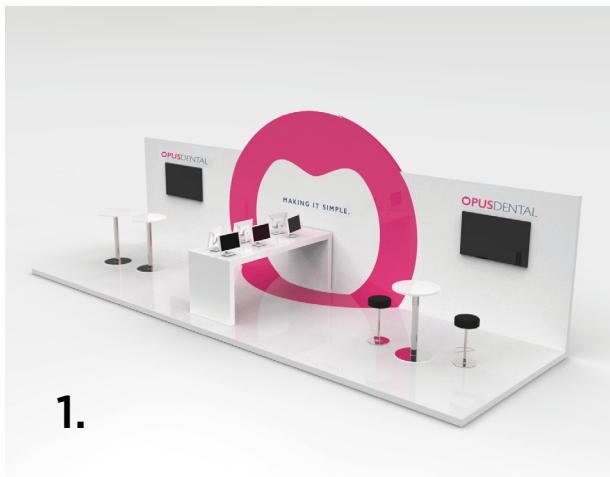
Även hemsidan har Opus manér med färg och form.



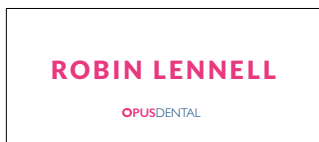


MONTER OCH EVENT

Även monter och eventmaterial utformas så att igenkänningen bibehålls.



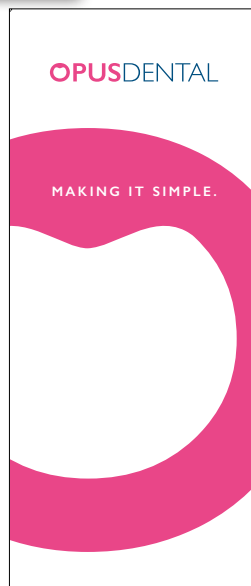
Mässmonter, 3*10 m



Namnskylt

Namn

Typsnitt: Lato
Storlek: 18 pt
Placering: Centrerat
PMS: 213 C



Roll-up

KLÄDER

Självklart följer även personalens kläder Opus profil. Baskollektionen består av mörkblå pikétröjor med Opus = på framsidan och making it simple på baksidan.



.....

OPUS SYSTEMER AS

Kyrkogatan 17, 222 22 Lund

TEL (+46) 046 19 04 70

MAIL info@opusdental.se