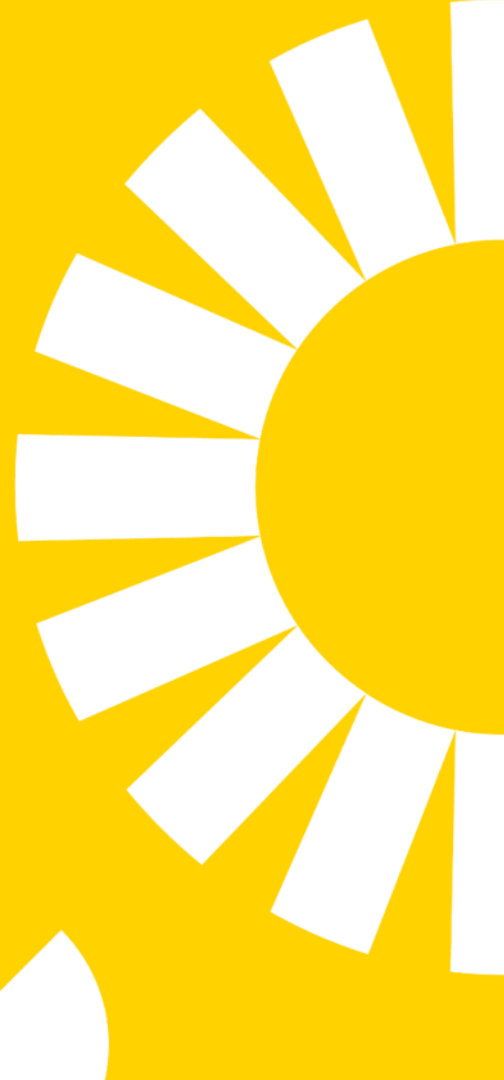


# Elon brändikirja



## Aluksi

## Elo kuuluu rohkeille

Jokainen elolainen rakentaa työssään Elon brändiä. Näin saamme brändistä kaiken voiman irti. Tämän brändikirjan kaksi ensimmäistä osa-aluetta eli brändin perusteet ja äänensävy ovat tarkoitettu kaikille elolaisille. Jos teet töitä visuaalisten asioiden parissa, tutustu myös visuaalinen ilme -osioon, jossa on tarkempia ohjeita eri tilanteisiin.

Brändiohjeisto jaetaan myös Elon yhteistyökumppaneille. Tällä osaltaan varmistetaan brändin yhdenmukaisuus eri kanavissa ja kohtaamisissa.

Markkinointitiimi on aina tukenasi kaikissa brändiasioissa.

### **Miksi brändillä on merkitystä?**

Vahva brändi **parantaa tunnettuutta, auttaa erottumaan kilpailijoista ja yhdistää elolaisia**. Brändin vahvuudella on suora yhteys yrityksen **liiketoiminnalliseen menestykseen**. Vahva brändi voimistaa kasvua hyvinä aikoina ja suojaa pudotukselta huonoina aikoina. Kirkastettu brändi **yhdenmukaistaa** arjen tekemistä ja lisää luottamusta sidosryhmissämme.

Ollaan siis jatkossa entistäkin rohkeampia edelläkävijöitä ja totutun haastajia!

---

## Sisällys

<b>1. Brändin perusteet</b>	<b>4</b>
Bränditarina	
Miten Elo erottautuu?	
Brändiattribuutit	
Slogan ja viestihierarkia	
<b>2. Äänensävy</b>	<b>9</b>
Äänensävyn peruspilarit	
Ohjeistusta ja esimerkkejä	
Nimen käyttö	
Kieliversiot	
<b>3. Visuaalinen ilme</b>	<b>16</b>
Logo	
Värit	
Typografia	
Kuvat	
Elon kuosi	
Esimerkkejä toteutuksista	

## Brändin perusteet

Tässä osiossa käydään läpi, millaisen mielikuvan haluamme Elosta välittää. Äänensävy ja visuaalinen ilme perustuvat näille valinnoille.

Bränditarina  
Miten Elo erottautuu?  
Brändiattribuutit  
Slogan ja viestihierarkia

1



## Bränditarina

Bränditarina kertoo, mitä hyötyä tuomme asiakkaillemme ja ympäröivälle maailmalle. Ennen kaikkea se kuvaa asennetta, jolla teemme töitä.

Tarina on pituutensa vuoksi pääasiallisesti tarkoitettu sisäiseen käyttöön, mutta yksittäisiä lauseita siitä voidaan käyttää hyvin myös ulkoisessa viestinnässä.

## Tulevaisuus on Elossa

Maailma ei muutu, ellei joku sitä muuta. Me Elossa katsomme eteenpäin. Teemme töitä Suomen kasvun ja inhimillisen työelämän puolesta. Olemme mukana työelämän eri vaiheissa – aina ensimmäisestä aamusta läpi eläkepäivien. Yhtenä Suomen suurimmista sijoittajista autamme myös kotimaisia yrityksiä menestymään. Kaikki tuotto, jota luomme, tuo turvaa Suomelle.

Me elolaiset olemme ihmiselon asiantuntijoita: ymmärrämme ihmisiä ja yrityksiä, trendejä ja aikaa, muutoksen vaikutuksia ja tulevaisuuden tarpeita. Parasta osaamistamme on kyky ennakoida. Yhdessä etsimme keinot, joilla yritykset saavat parhaan esiin työntekijöistään.

Pistämme liikkeelle hyvän kierteitä: autamme asiakkaitamme oivaltamaan, oppimaan ja tekemään muutoksia, joista on iloa pitkään.

Me uskomme, että Suomi pärjää rohkeudella ja uusilla ideoilla. Ne työyhteisöt ja yritykset, joissa panostetaan johtamisen, työkyvyn ja osaamisen kehittämiseen, pärjäävät aina. Tuemme yrityksiä mielekkään, inhimillisen ja pitkäkestoisen työelämän rakentamisessa. Muutoksen näemme uusina mahdollisuuksina onnistua.

Menestys syntyy ihmisistä. Kun ihmiset voivat hyvin, yritykset voivat hyvin ja Suomi menestyy.

Ei odoteta parempaa huomista. Tehdään se yhdessä.

## Miten erotumme kilpailijoista?

Haluamme luoda ihmisille kuvaa **tulevaisuuden** mahdollisuuksista ja korostaa hyvää elolaista kumppanuutta, rakentavaa **yhteistyötä**. Ratkaistaan asiat yhdessä asiakkaiden, kumppaneiden ja kollegojen kanssa.

### 1. Korostetaan parempaa tulevaisuutta



### 2. Ratkaistaan yhdessä



## Brändiattribuutit

Brändiattribuutit kertovat, millaisia mielikuvia Elon brändi välittää. Ne näkyvät mm. kaikessa viestinnässämme, tavassamme palvella asiakkaita ja siinä, miten markkinoimme palveluita.

Jokainen elolainen huomioi nämä työssään. Brändimielikuvia mitataan useita kertoja vuodessa.



## Viestihierarkia

Viestihierarkia kuvaa Elon pääviestejä eri kohderyhmille.

Elon slogan korostaa sitä, että autamme asiakkaitamme varautumaan tulevaisuuden mahdollisuuksiin. Slogania voidaan

käyttää esimerkiksi pääotsikoissa ja esitysten ja videoiden lopussa allekirjoituksena. Slogan kirjoitetaan ensisijaisesti ilman pistettä.



\*yrityksen vuosittain maksama palkkasumma



## Äänensävy

Yhteisellä äänensävyllä varmistamme, että kirjoitamme ja puhumme kanavasta riippumatta aina samalla elolaisella tyyllillä.

Äänensävyn kolme pilaria  
Esimerkkejä  
Älä tee näin  
Yhtiön virallinen nimi  
Nimen taivutus  
Nimen lyhyempi muoto  
Kieliversioiden käyttö

# 2



## Äänensävyn peruspilarit

Jokainen elolainen huomioi äänensävyn peruspilarit viestiessään asiakkaille. Äänensävyn määrittelyt koskevat kirjoitettua ja puhuttua kieltä ja kaikkia kanavia aina henkilökohtaisista tapaamisista verkkopalveluihin.

### Ymmärrettävä

Käytämme helposti ymmärrettävää kieltä.

### Ihmislähtöinen

Puhumme ihmiseltä ihmiselle – lämpimästi ja avoimesti.

### Rohkaiseva

Olemme luotettava ja realistinen, mutta uskomme parempaan huomiseen ja yhdessä tekemiseen.

## Ymmärrettävä

Käytämme helposti ymmärrettävää kieltä.

### Tyylivalintoja

Ammattikieltä  
käyttävä

Kansankielinen



Käytä ihmislähtöistä sanastoa ja ilmaisuja, jotka asiakkaamme ymmärtävät.

Abstrakti

Konkreettinen



Etsi tapoja sanoa asia käytännöllisesti ja esimerkkien kautta. Samaistu ihmisen arkeen iloineen ja suruineen. Pyri käyttämään termejä, joita asiakaskin käyttää. Tämä parantaa myös löydettävyyttä ja näkyvyyttä hakukoneissa.

### Esimerkki

“Työkyvyttömyyseläke on pysyvä, kuntoutustuki taas määräaikainen.”

“Työkykyjohtamisen osiosta löydät työkaluja yrityksen työkyvyttömyysriskien kartoittamiseen ja hallintaan. Lisäksi voit seurata riskien hallinnan vaikuttavuutta.”

“79 % Elon ammatilliseen kuntoutukseen osallistuneista henkilöistä palasi työmarkkinoille alkuvuoden aikana.”

#### **EI NÄIN:**

“Hyvitystenjakoperusteet määrittävät, millä tavoin asiakashyvitykset jaetaan asiakkaiden kesken ottaen huomioon useita tekijöitä.”

“Annamme lopullisen päätöksen eläkkeen alkamiskuukauden jälkeen.”

## Ihmislähtöinen

Puhumme ihmiseltä ihmiselle –  
lämpimästi ja avoimesti.

### Tyylivalintoja

Muodollinen

Rento



Lähesty ihmisiä rennolla,  
helposti lähestyttävällä tyylillä.

Autoritäärinen

Keskusteleva



Kutsu dialogiin.

Itseensä  
keskittynyt

Mukaan  
ottava



Löydä asiakashyödyt,  
viesti halusta tehdä yhdessä.

### Esimerkki

“Saat konkreettisia keinoja ja käytännön neuvoja nykytilan kartoittamiseen.”

“Työelämässä on hyviä ja huonoja päiviä. Me olemme tukenasi, kun sitä tarvitset.”

“Ymmärrämme, että haluat keskittyä omaan työhösi. Siksi teimme asioiden hoitamisesta helppoa.”

### EI NÄIN:

“Hei ihana, sinulla on paljon tärkeämpääkin tekemistä kuin murehtia hyvityksistä. Siksi tehtiin asiat #superhelpoksi! Eikö olekin mukavaa, kun asiat rullaa? 😊”

Älä ole imelä. Älä kerro lukijalle, miltä hänestä tuntuu.

## Rohkaiseva

Olemme luotettava ja realistinen, mutta uskomme parempaan huomiseen ja yhdessä tekemiseen.

### Tyyllivalintoja

Varovainen

Toivoa luova



Kiinnity realiteetteihin, mutta uskalla piirtää oikeilla hetkillä kuvaa tulevaisuuden mahdollisuuksista.

Asiallinen

Innostunut



Välitä hyvää energiaa ja innostusta aina, kun mahdollista. Tätä kaipaavat kaikki, myös yrityspäätäjät.

### Esimerkki

“Me uskomme, että Suomi pärjää rohkeudella ja uusilla ideoilla.”

“Ei odoteta parempaa huomista. Tehdään se yhdessä.”

“Oletko varautunut siihen, että huomenna käykin hyvin?”

### EI NÄIN:

“Me uskomme TÄYSILLÄ siihen, että tulevaisuuden menestyjät ovat juuri niitä yrityksiä, jotka panostavat henkilökuntansa hyvinvointiin! 🌟💪🌟 Kun työntekijät voivat hyvin, he loistavat ja vievät yrityksen uusiin sfääreihin! 🚀🍷”

Älä laimenna viestiäsi liialla kikkailulla. Ole uskottava, aito ja sydämellinen.

## Yhtiön virallinen nimi

Elon koko nimeä käytetään vain allekirjoituksissa, sopimusteksteissä ja alatunnisteissa. Huom. koko nimessä taipuu vain Elo-sana.

Yhtiön virallinen nimi suomeksi

**Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo**

Yhtiön virallinen nimi ruotsiksi

**Ömsesidiga Arbetspensionsförsäkringsbolaget Elo**

Yhtiön virallinen nimi englanniksi

**Elo Mutual Pension Insurance Company**

## Nimen taivutus ja muuta huomioitavaa

Nimeä taivutettaessa vain nimen viimeinen osa, Elo, taipuu. Ruotsiksi tai englanniksi nimeä ei taivuteta lainkaan.

### **Esimerkki:**

Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elon osakkaat kutsutaan varsinaiseen yhtiökokoukseen.

Jos asiayhteydestä käy ilmi, millä toimialalla Elo toimii, voi yhtiöstä käyttää pelkkää lyhyttä muotoa eli Elo.

### **Esimerkki:**

Ota työeläkevakuutus Elosta.

Jos asiayhteydestä ei käy ilmi, millä toimialalla Elo toimii, voi käyttää määrettä ”työeläkeyhtiö” Elo-nimen yhteydessä.

### **Esimerkki:**

Lähetä viesti työeläkeyhtiö Eloon.

Yhtiön nimeä käytetään samalla kielellä kuin tekstikin on. Jos teksti on muulla kielellä kuin suomi, ruotsi tai englanti, käytetään yhtiön suomenkielistä nimeä.

## Visuaalinen ilme

Tässä osiossa käsitellään Elon visuaalista ilmettä.

Logo  
Värit  
Typografia  
Kuvat  
Kuosi  
Esimerkkejä jalkautuksista

# 3





## Logo

Elon logo on tärkeä osa visuaalista ilmettä. Tässä osiossa esitellään logon sallitut ja kielletyt käyttötavat. Ensisijaisesti logosta käytetään versiota, jonka alla lukee “Työeläkeyhtiö”.

- Logo
- Logon suoja-alue
- Logon kieliversiot
- Logon väri-versiot
- Logon asemointi
- Logon käyttö erityistilanteissa
- Elon logo kumppaneiden logon rinnalla



## Logo

Elon logo kuvastaa elämän mittaista matkaa ja siirtymää työelämästä onnellisesti eläkkeelle. Logon mittasuhteisiin tai värihin ei saa koskea.

Ensisijaisesti logosta käytetään versiota, jonka alla lukee "Työeläkeyhtiö". Näin tuemme Elon tunnettuuden parantumista. Yksinkertaista logoa voi käyttää silloin, kun Elo on viestin vastaanottajalle täysin tuttu.

Logon ensisijainen versio



Logon vaihtoehtoinen versio

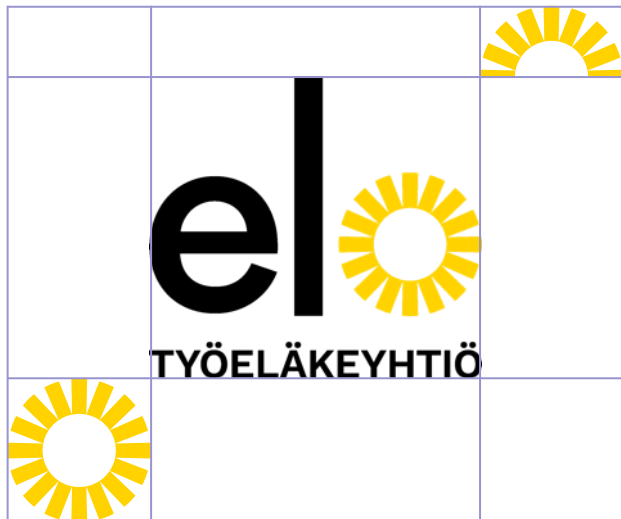


## Logon suoja-alue

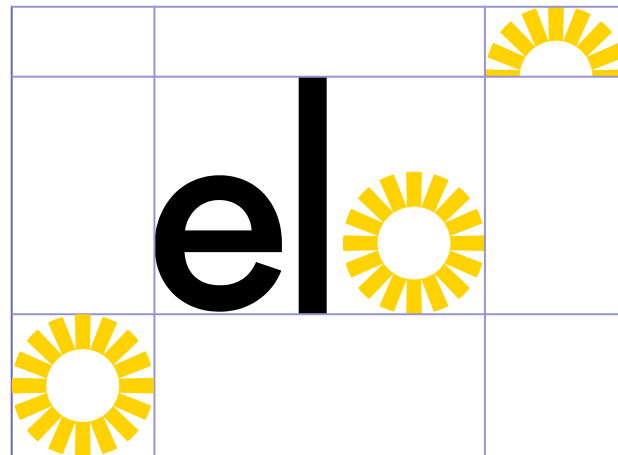
Elon logolle on määritelty suoja-alue. Tämä alue määrittää pienimmän mahdollisen etäisyyden muihin elementteihin ja pinnan reunoihin.

Suoja-alueen sisälle ei saa sijoittaa muita graafisia elementtejä tai tekstiä.

Logon suoja-alue



Vaihtoehtoinen logon suoja-alue



## Logon kieliversiot

Logosta on olemassa myös versiot englanniksi ja ruotsiksi. Niitä voidaan käyttää tarpeen mukaan.

Ruotsi



Englanti



## Logon väriversiot

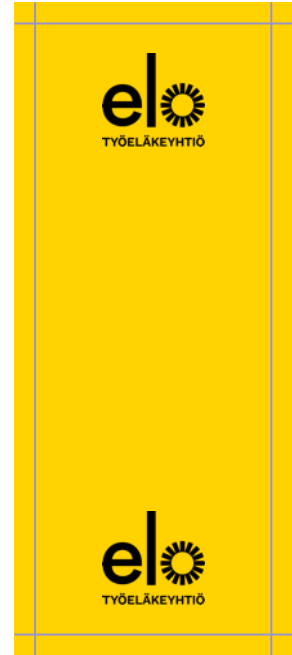
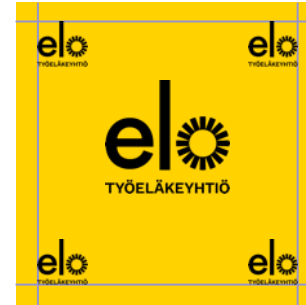
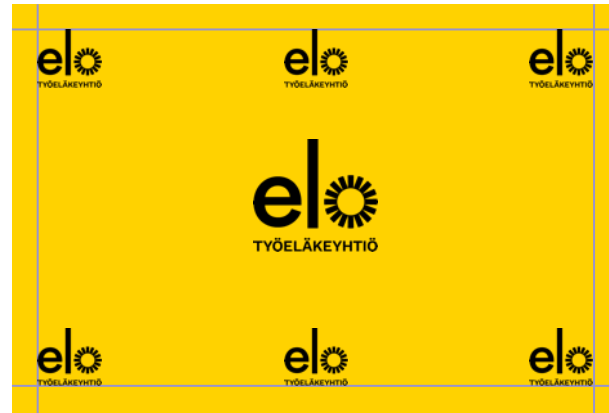
Värillinen logo on aina ensisijainen. Luettavuus ja riittävä kontrasti on kuitenkin varmistettava. Mustaa versiota käytetään, jos keltainen aurinko ei erotu taustasta.

Kokonaan valkoista versiota käytetään vain, jos värinkäyttö ei teknisistä syistä ole mahdollista.



## Logon asemointi

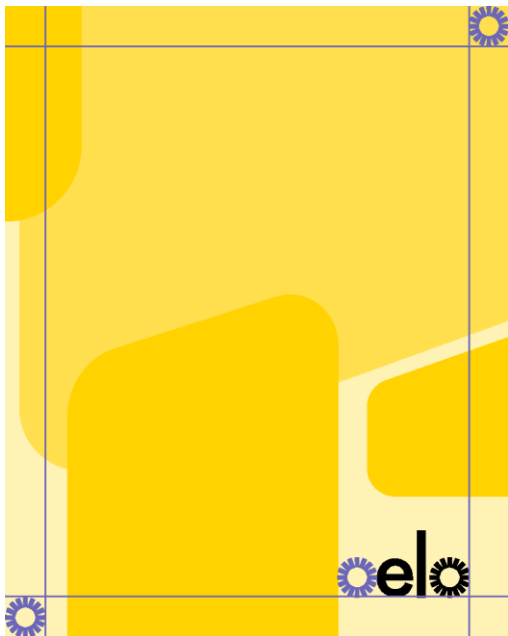
Logoa voidaan asemoida joustavasti. Nämä suositellut paikat logolle auttavat pitämään ilmeen yhtenäisenä, kuitenkin tarjoten vaihtoehtoja eri tilanteiden tarpeisiin. Logoa ei aiemmasta poiketen tarvitse kiinnittää pinnan ylälaitaan.



## Logon käyttö erityistilanteissa

Elon logo asemoidaan kiinteistöjen markkinointi-ilmoituksissa oikeaa alakulmaan suojaa-alueet huomioon ottaen. Elo näyttäytyy mainoksissa kiinteistöjen omistajana.

Logon asemointi



Esimerkki logosta ilmoituksessa



## Elon logo kumppaneiden logon rinnalla

Kun Elon logoa käytetään yhdessä kumppanin logon kanssa, tulee kumppanilogon koko suhteuttaa aina Elon logoon.

Kumppanilogon korkeus määräytyy Elon auringon mukaan. Logoja käytetään pääsääntöisesti vierekkäin niin, että logojen väliin jää vähintään auringon verran tilaa.

Kumppanilogon koko



Esimerkkejä kumppaneiden logosta Elon rinnalla





## Värit

Elon pääväri on keltainen. Keltaista voimistaa sen vastaväri violetti.

Pääväri ja sen tukivärit

Päävärin ja tukivärien käyttö

Graafi- ja huomiovärit

Graafi- ja huomiovärien käyttö



## Pääväri ja sen tukivärit

Keltainen on Elon pääväri ja väri, josta Elo tunnistetaan. Se erottaa Elon kilpailijoista. Keltaista tukemaan on tuotu sen vastaväri violetti ja siitä kolme eri sävyä. Violetti ei saa koskaan syrjäyttää keltaista, eikä sitä saa käyttää ainoana värinä.

Mustaa väriä käytetään Elon logossa ja teksteissä. Mustaa ei koskaan käytetä taustavärinä tai muutoin isona pintana.

### Pääväri

Pantone: 116 C  
CMYK: 0 16 100 0  
HEX: # FFD200

### Tukivärit

Pantone: 7669 C  
CMYK: 67 64 0 0  
HEX: # 6C66B9

Pantone: 7669 C 70 %  
CMYK: 47 45 0 0  
HEX: # 9894CE

Pantone: White  
CMYK: 0 0 0 0  
HEX: # FFFFFFFF

### Täydentävät värit

Pantone: Black  
CMYK: 0 0 0 100  
HEX: # 000000

Pantone: 7669 C 30 %  
CMYK: 20 19 0 0  
HEX: # D3D1EA

Pantone: 116 C 70 %  
CMYK: 0 11 70 0  
HEX: # FFE880

Pantone: 116 C 30 %  
CMYK: 0 5 30 0  
HEX: # FFF2C4

## Päävärin ja tukivärien käyttö

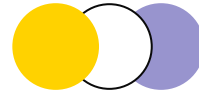
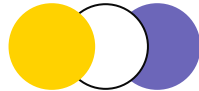
Keltainen on aina ensisijainen väri, jonka rinnalle voidaan tuoda alla kuvatulla tavalla muita värejä.

Oikeaa värien käyttöä helpottamaan on luotu mm. PowerPoint-esityspohja, jota käyttämällä saat aina oikeat väriyhdistelmät.

Keltainen on Elon pääväri ja sen pitää olla kaikissa materiaaleissa aina läsnä. Jos käytät vain yhtä väriä, käytä keltaista.

Violetin sävyjä voidaan käyttää esim. pintaa jakavina elementteinä sekä yksityiskohdissa tuomassa eloa ja raikkautta.

Violettia voidaan käyttää taustavärinä, kun halutaan taata hyvä näkyvyys Elon logon auringolle. Sitä voidaan käyttää myös isossa kokonaisuudessa erottamaan eri osioita toisistaan.



## Graafi- ja huomiovärit

Elon päävärit ovat keltainen ja violetti. Graafivärejä käytetään vain silloin, kun datan esittämiseen tarvitaan useampia värejä. Graafivärit eivät koskaan saa ohittaa Elon päävärejä. Kysy tarvittaessa tukea graafivärien käyttöön markkinoinnista.

Graafivärit löytyvät myös PPT-pohjista. Ne on tarkoitettu vain graafeille, eikä niillä saa koristella sisältöä.

Väripaletti graafeja ja infografiikkaa varten

HEX: # 4D4582	HEX: # A276E3	HEX: # D979D9	HEX: # F56200	HEX: # FAA200	HEX: # F7BFBE
HEX: # 827DA8	HEX: # BE9FEB	HEX: # E4A1E4	HEX: # F8914C	HEX: # FBBE4C	HEX: # F9D2D1
HEX: # CAC7DA	HEX: # E3D6F7	HEX: # F4D7F4	HEX: # FCD0B2	HEX: # FDE3B2	HEX: # FDECEB

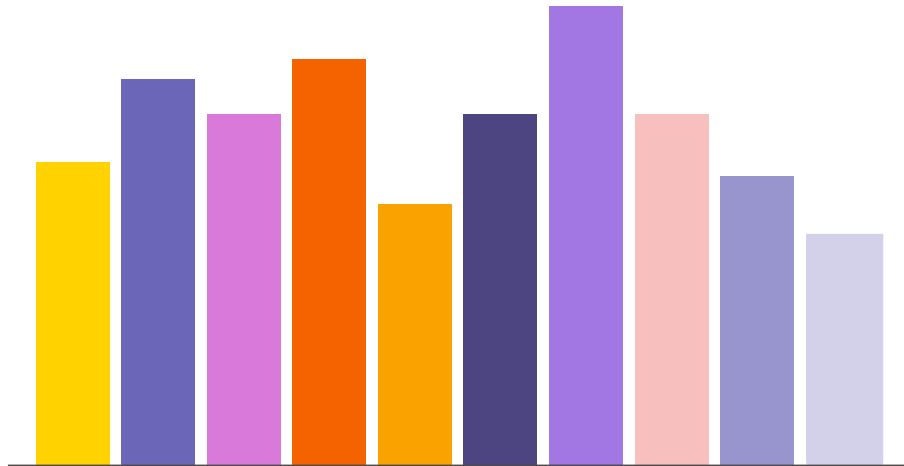
Huomiovärit

HEX: # ED0722	HEX: # F25164	HEX: # FAB5BD	HEX: # 008542	HEX: # 4CAA7B	HEX: # 4BC16B
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

## Graafi- ja huomiovärien käyttö

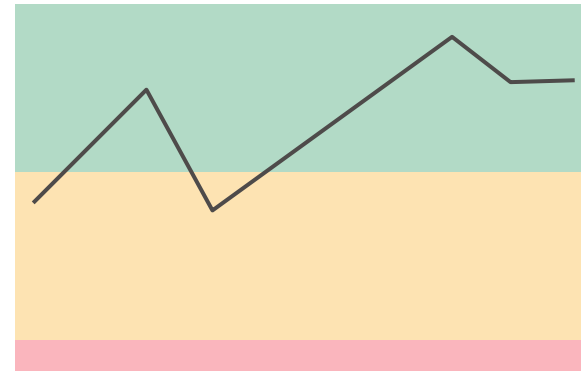
Graafivärien käytössä on tärkeää muistaa johdonmukaisuus. Kun tietyllä värillä kuvataan johdonmukaisesti samantyyppisiä asioita, myös katsoja oppii lukemaan värin merkitystä.

Graafeissa käytetään värejä alle kuvatussa järjestyksessä vasemmalta oikealle lukien. Uusia värejä lisätään graafiin muuttujien määrän mukaan.



Huomiovärit on tarkoitettu käytettäväksi vain tilanteissa, joissa kommunikoidaan oikeaa ja väärää, positiivista ja negatiivista tai liikennevalotyypisissä infografiikoissa. Vaaleat sävyt toimivat taustaväreinä. Huomiovärejä ei saa käyttää muutoin kuin edellä on kuvattu.

✓ Oikein  
✗ Väärin



---

## Typografia

Elon pääasiallinen fontti on Work Sans.  
Sitä käytetään esim. verkkosivuilla ja -  
palveluissa, mainonnassa ja tiedotteissa.

Work Sans  
Leikkaukset  
Käyttö



## Work Sans

Logon ja värien jälkeen tärkein elementti Elon ilmeessä on typografia ja sen käyttö. Elo käyttää kaikessa viestinnässään Work Sans kirjasinperhettä, josta olemme poimineet käyttöömmme neljä erivahvuista leikkausta.

**Work Sans  
herättää  
viestimme  
Eloon.**

Ainoastaan silloin, kun Work Sans ei ole saatavilla, voidaan vaihtoehtoisena fonttina käyttää Helvetica Neue -fonttia. Viimesijaisin fontti on Arial.

**Helvetica Neue Bold**

Helvetica Neue Regular

## Leikkaukset

Fontista on käytössä neljä erilaista leikkausta kulloisenkin tarpeen ja median mukaan.

Work Sans Semi Bold

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÅÖ  
0123456789**

**abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyzåö  
0123456789**

**! ? + - , . : - @ © !"  
€ & % / ( )**

Work Sans Medium

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÅÖ  
0123456789**

**abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyzåö  
0123456789**

**! ? + - , . : - @ © !"  
€ & % / ( )**

Work Sans Regular

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÅÖ  
0123456789**

**abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyzåö  
0123456789**

**! ? + - , . : - @ © !"  
€ & % / ( )**

Work Sans Light

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÅÖ  
0123456789**

**abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyzåö  
0123456789**

**! ? + - , . : - @ © !"  
€ & % / ( )**



## Käyttö

Alla olevat esimerkit näyttävät käytettävän fonttileikkauksen pääotsikoissa, väliotsikoissa, ingresseissä ja leipätekstissä.

Megaotsikot  
Work Sans Semi Bold

Tältä  
tuntuu  
olla  
Elossa

Otsikot  
Work Sans Medium

Tulevaisuus  
on Elossa

Ingressit  
Work Sans Regular

Uudistuksen tavoitteena on tukea yli 55-vuotiaiden ja osatyökykyisten työllistymistä.

Leipäteksti  
Work Sans Regular

Maailma ei muutu, ellei joku sitä muuta. Me Elossa katsomme eteenpäin. Teemme töitä Suomen kasvun ja inhimillisen työelämän puolesta. Olemme mukana työelämän eri vaiheissa – aina ensimmäisestä aamusta läpi eläkepäivien.

## Kuvat

Elon kuvatyyli on rohkea ja erottuva. Erikokoisia yrityksiä puhuteltaessa tyyli pysyy samana, mutta aiheet ja teemat vaihtelevat.

Valokuvakonsepti  
Brändikuvat  
Segmenttikohtaiset kuvat  
Kuvituskuvat ja teemat  
Kuvaustyyli  
Ikonit

### Huom!

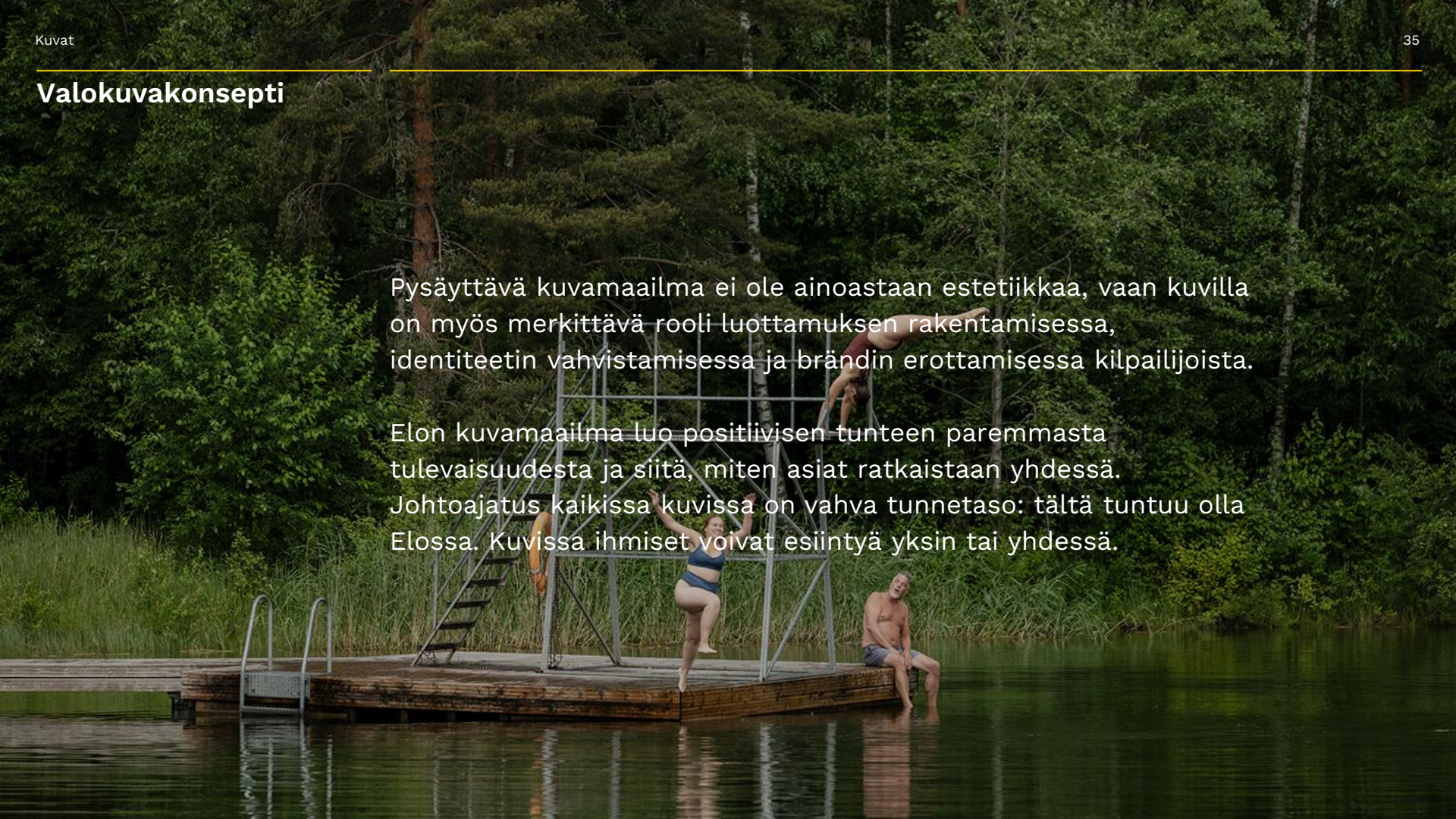
Elon valokuvia tullaan uusimaan syksystä 2024 alkaen. Jatkossa muita kuin Elon kuvalinjan mukaisia kuvia ei saa käyttää. Markkinointi tulee ohjeistamaan Elonetissä, mistä valokuvia voi poimia käyttöön.



## Valokuvakonsepti

Pysäyttävä kuvamaailma ei ole ainoastaan estetiikkaa, vaan kuvilla on myös merkittävä rooli luottamuksen rakentamisessa, identiteetin vahvistamisessa ja brändin erottamisessa kilpailijoista.

Elon kuvamaailma luo positiivisen tunteen paremmasta tulevaisuudesta ja siitä, miten asiat ratkaistaan yhdessä. Johtoajatus kaikissa kuvissa on vahva tunnetaso: tältä tuntuu olla Elossa. Kuvissa ihmiset voivat esiintyä yksin tai yhdessä.



## Valokuvakonsepti

Kuvakonsepti koostuu Elon brändimielikuvaa vahvistavista ominaisuuksista. Myös brändiattribuutit huomioidaan.

Optimismi

Aitous

Rohkea  
asenne

Aktiivisuus



## Valokuvakonseptin tasot

### Bränditaso

**Paljon tunnetta.**  
Ei suoria viittauksia työelämään.



### Segmenttikohtaiset Kuvat

**Tunne mukana.**  
Visuaalisia viittauksia työelämään.



### Kuvituskuvat

**Tunne välitty.**  
Tiukoilla rajauksilla vältetään henkilöityminen.



**Huom!** Esimerkkikuvia lisätään brändikirjaan seuraavalla päivityskierroksella. Otathan aina yhteyttä markkinointiin, kun tarvitset uusia valokuvia.

## Valokuvakonsepti

### Bränditaso

**Paljon tunnetta.  
Ei suoria viittauksia työelämään.**

Bränditason kuvissa on yleisinhimillisiä tosielämän pieniä, merkityksellisiä hetkiä. Kuvat herättävät positiivisen tunteen ja uskon tulevaan. Suoria viittauksia työelämään ei tarvita, tunnetila on tärkein.

Brändiväreistä keltainen voi näkyä kuvissa hentona mausteena, mutta välttämätöntä se ei ole. Keltaista käytetään valokuvissa tavoilla, jotka voisivat löytyä luonnosta. Vältetään tietoisesti päälle liimattua keltaisella somistamista. Esim. mallien vaatetuksessa keltaista ei käytetä systemaattisesti.

Kuvissa ihmiset voivat esiintyä yksin tai yhdessä, pienessä ryhmässä.



## Segmenttikohtaiset kuvat

### **Tunne mukana. Visuaalisia viittauksia työelämään.**

Segmenttikohtaisia kuvia käytetään viestittäessä palveluistamme tietyille asiakasryhmälle, esimerkiksi suuryritysten päättäjille tai yrittäjille. Kuvien keskipisteenä ovat ihmiset, yrityksen kantavat voimat, jotka luottavat ja uskovat tulevaan.

Kuvissa on aktiivinen tunnelma. Luonto voi olla mukana kuvissa valona tai tuulena hiuksissa. Toimiala ja yrityksen koko näkyvät kuvissa esim. viittauksena työympäristöön tai pukeutumiseen.

Kuvissa on aitouden tunne valossa, ihmisissä, tunnetilassa ja tilanteissa.



## Kuvituskuvat

## Palvelut ja teemat

**Tunne välittyy.**

**Tiukat rajaukset kuvissa.**

Palveluita ja muita yhtiön keskeisiä teemoja kuvittavissa kuvissa ihmisen läsnäolo on aiheiden monimuotoisuuden vuoksi viitteellisempi ja aihe on läsnä yksityiskohtien, kuten esim. käsien tai rekvisiitan kautta. Näin voidaan kuvata vaikeitakin aiheita niitä henkilöimättä ja sopivasti etäännyttäen.





## Kuvaustyyli

### Kyllä kiitos! Mitä haluamme valokuviiin

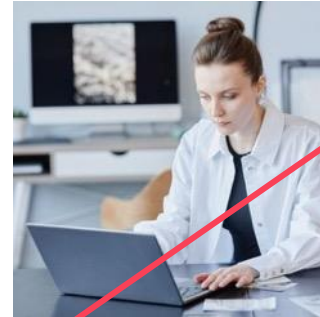
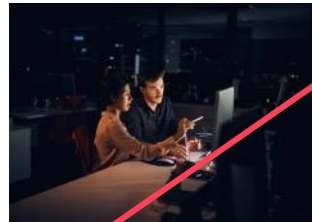
- Kuvissa selkeä ja ymmärrettävä tilanne
- Värikkyttä
- Aktiivisuutta
- Valoja ja varjoja
- Luonnollisuutta
- Ilmeitä ja vahvoja tunteita
- Variaatiota kuvakulmiin sekä rajauksiin
- Keltaista väriä vain silloin, kun sen käyttö on luonnollista



## Kuvaustyyli

### Mitä haluamme valokuvissa välttää?



- Vaikeasti tulkittavia tilanteita
- Monotonista sijoittelua
- Pysähtyneisyyttä
- Ylinäyttelyä
- Kliinistä valkoisuutta
- Kolkkoa ja teollista fiilistä
- Synkkää tai mustaa yleistunnelmaa
- Keinotekoista valoa
- Käsiyöläisammattien kuvittamista (alan kulunut konventio)





## Ikonit

Käytämme Googlen Material Symbols & Icons -ikonipankkia ([fonts.google.com/icons](https://fonts.google.com/icons)). Ikoneiden viivanpaksuus sovitetaan yhteen fontin leikkauksen kanssa. Pyöristetty ikonityylimme tuo pehmeyttä ja inhimillisyyttä ikonien ilmeeseen.


Ikoneita ladataan ikonipankista alla olevilla asetuksilla. Ikonipankin omistajuus on ICT-palveluissa. Digipalveluiden osalta tarkemmat käyttötavat dokumentoidaan erikseen Figmaan syksyllä 2024.


Fill  

Weight 




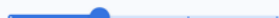
100 700

Grade 



-25 (low) 200 (high emphasis)

Optical Size 






20px 48px


---

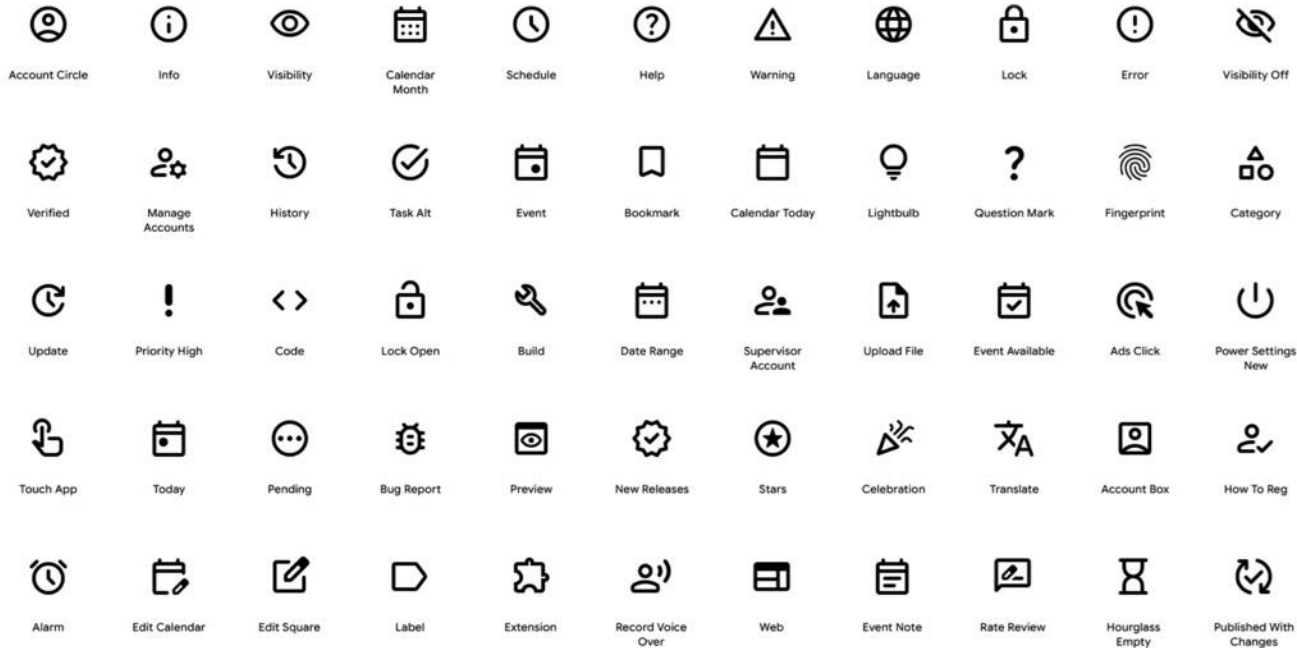
Filter

---

 Style 

Material Symbols (new) 

Rounded 



---

## Elon kuosi

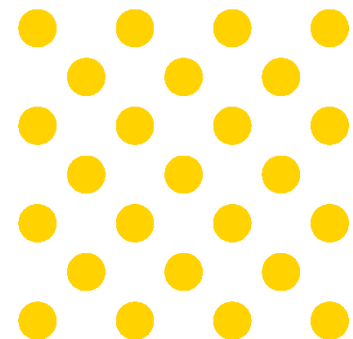
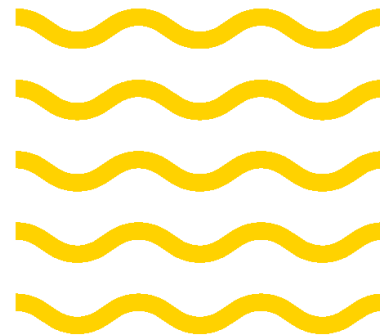
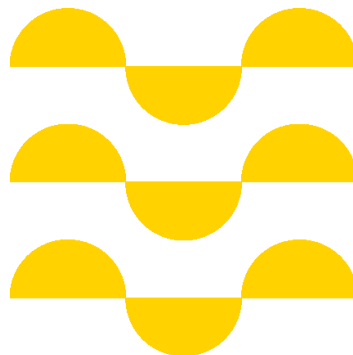
Elon kuosi on näyttävä elementti, jonka käytössä maltti on valttia. Kuosia käytetään alkuvaiheessa markkinoinnin ohjauksessa.

Elon kuosi  
Kuosin käyttö



## Elon kuosi

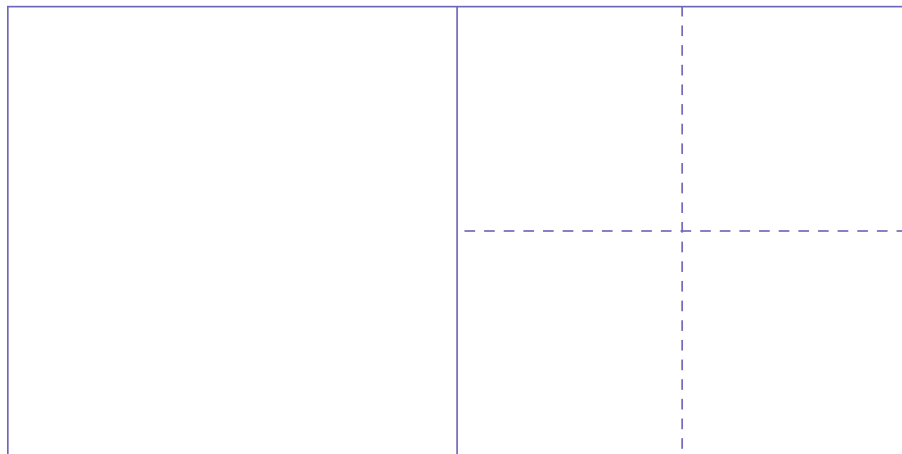
Kuosi kuvaa Elon tulevaisuudenuskoa ja kasvun voimaa. Kuosin avulla taittoihin on mahdollista tuoda lisää eloa ja tunnistettavuutta. Kuosi koostuu kuudesta graafisesta elementistä, joiden käyttöä avataan tarkemmin seuraavilla sivuilla.



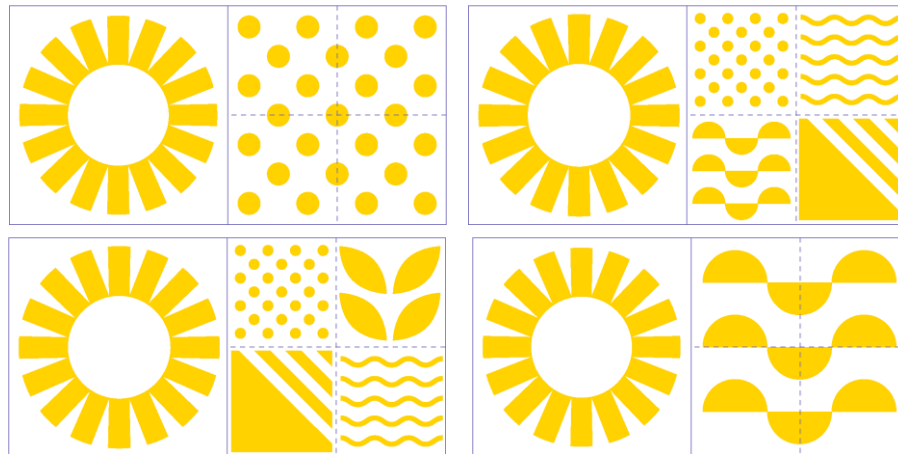
## Kuosin käyttö

Kun kuosista käytetään useampia elementtejä kerralla, on suositeltavaa, että yksi niistä on Elon aurinko. Kahden elementin yhdistelmät ovat ensisijaisia. Toinen elementeistä voi koostua neljästä pienemmästä elementistä.

Gridi kuosin rakentamista varten

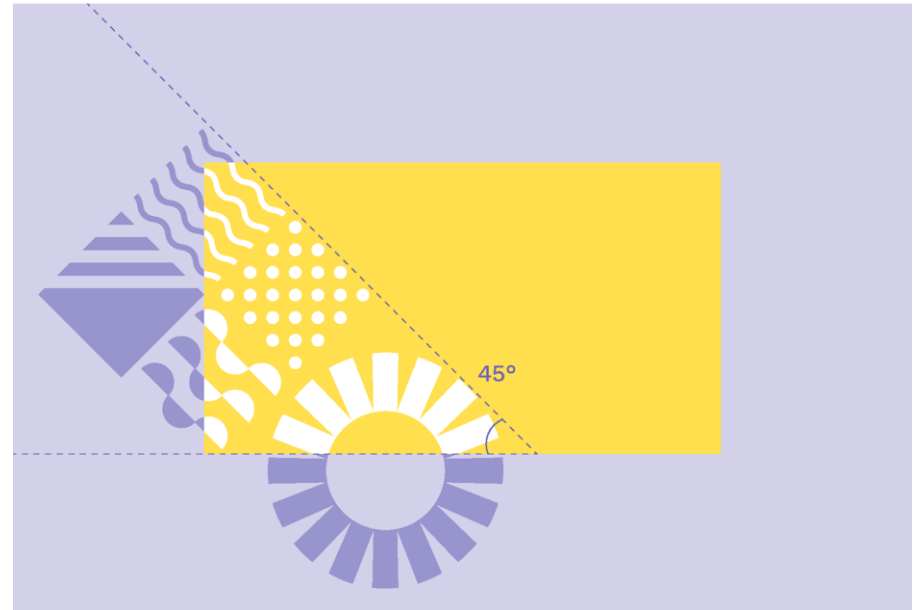
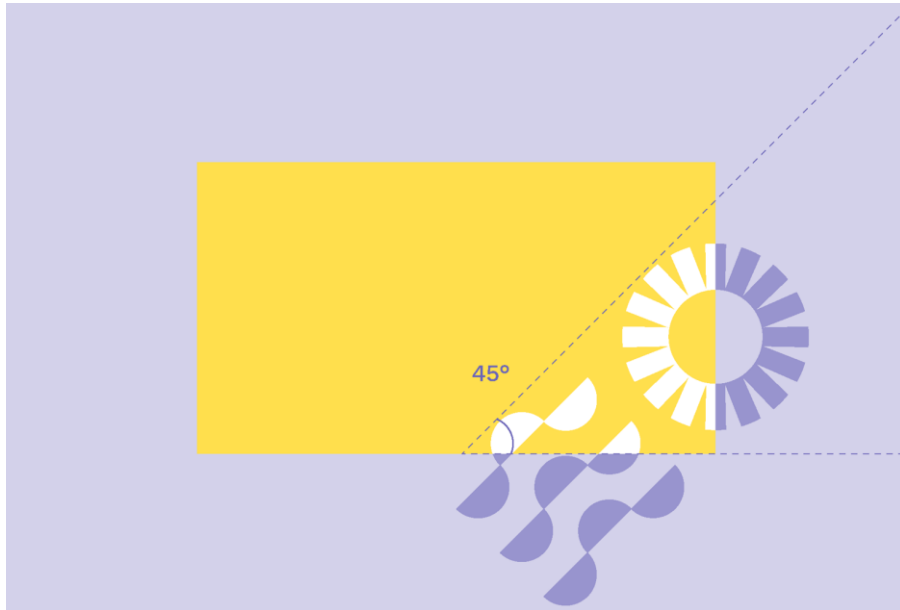


Esimerkkejä gridin käytöstä



## Kuosin käyttö

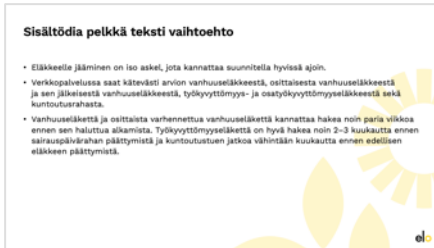
Kuosia kallistettaessa kulman tulisi olla 45 astetta. Kuosi suositellaan asemoitavan alareunaan vasempaan tai oikeaan kulmaan siten, että n. 45 % kuosista leikkautuu pois näkyvistä.



## Kuosin käyttö

Käytä kuosia aina säästeliäästi, tyylikkäänä mausteena. Vältä ylilyöntejä.

Esimerkkejä useamman kuosielementin käytöstä.



Muista:

Kallistuksen pitää aina olla 45°.

Kuosi ei saa näkyä kokonaisena.

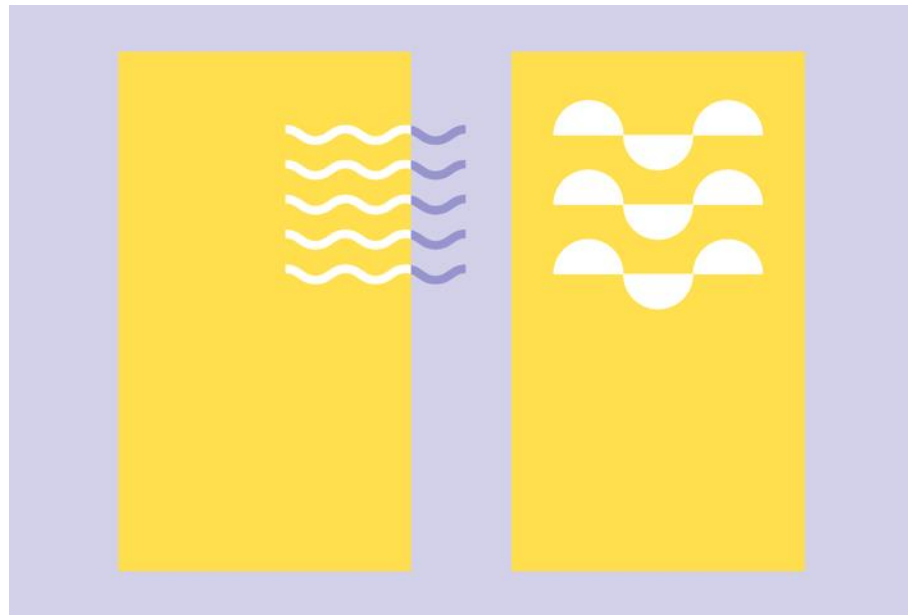




## Kuosin käyttö

Kuosista on mahdollista käyttää myös yksittäisiä elementtejä elävöittämään taittoa ja tuomaan Elon brändiä näkyviin.

Kuosielementin voi asemoida niin, että se leikkautuu ja on vain osittain näkyvissä. Kuosi voi näkyä myös kokonaan.



Esimerkkejä yksittäisen elementin käytöstä.



## Kuosin käyttö - Liikkuva kuva

Video alkaa Elon logolla, jossa aurinko voi olla hienovaraisesti animoitu.

Logon alle voi kirjoittaa videon teeman.

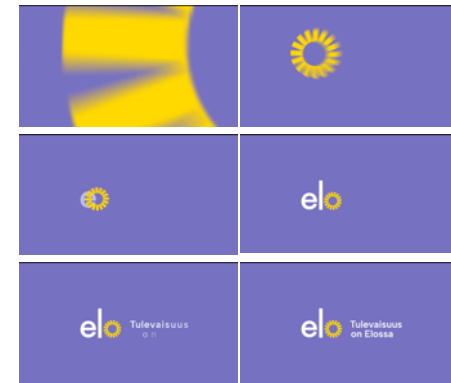


Kuosia voidaan hyödyntää liikkuvassa kuvassa. Tämä tuo mukanaan dynamiikkaa ja toimii visuaalisuuden elävöittäjänä. Kuosi sitoo videon elementit ja tekee videosta Elon näköisen.

Kuosi saa olla merkittävässä roolissa kuvassa. Kuosia voidaan animoida hienovaraisesti niin, että se vahvistaa liikkuvaa kuvaa ja leikkausrytmiä.



Kuosia ei käytetä videon outrossa. Tässä toimii pelkkä logoanimaatio.



---

## **Esimerkkejä jalkautuksista**



**el**  
TYÖELÄKEYHTIÖ

# Kauppalehti

TORSTAI 29.8.2024

## Uudisasuntomarkkina voi yhä heikentyä

● Oulun arvostettu asuntomarkkinat alenevat 24,6% 21:3 prosenttiin.  
● Rakennusyritysten voi kuitenkin olla vaikea nostaa uudisasunton hintoja.  
● Vuokratuotot voi heikentää uudisasunnon yhä edelleen arvoa. s. 16-17

**12-15**

**Tuusulan leikkauksen jättäminen tuo tulokset tällä**  
Toukokuun aikana Tuusulan leikkauksen osuus kasvoi vuoteen 30,2%

**10** **Nokka kivi**  
Influenssista tihkuaan torjontapainon  
Toukokuun aikana Suomessa on todettu noin 100 000 influenssitautiin. Keskustellaan jatkoon.

**14-17** **Technetren johto**  
vaikuttaa ajattujen spekulatiivisiin  
Koronan Technetren johtajien väkivallan markkinatuhon.

**Kamilla Harri**  
hurmaus puoleen ääntä kukaan.  
Harri on suomalainen laulaja ja muusikko, joka on tullut tunnetuksi musiikkialueella.

**OMXH -0,03%**

Tältä tuntuu olla Elossa.  
Mikästä spinnit tehdistä. Kun lämpö on hyvä, ja se on vaikea hyvin ja Suomi menestyy. Rautaa on aina riittävästi.





**Tulevaisuus  
on Elossa**