Klaverblad
verzekeringen

Brand manual

Klaverblad Verzekeringen

Colofon

Opdrachtgever
Marie Monique van der Salm, sectorhoofd Marketing & Verkoop
Klaverblad Verzekeringen

Ontwerp en realisatie
Boo Hoeboer - VBAT
Michel Voogd - Voogd Vormt
Mirjam van Leeuwen - Klaverblad Verzekeringen

Contactpersoon
Voor vragen over de huisstijl kunt u contact opnemen met:
Mirjam van Leeuwen
m.kamphuis@klaverblad.nl
079 - 3 204 245

Voordat een uiting van Klaverblad Verzekeringen in productie wordt genomen, moet het gebruik hiervan altijd ter goedkeuring worden voorgelegd aan Mirjam van Leeuwen (m.kamphuis@klaverblad.nl).

Logo downloaden
Op de website van Klaverblad Verzekeringen is het logo in verschillende bestandsformaten te downloaden:

Ai EPS — voor drukwerk en hoge resolutie doeleinden

JPG PNG — voor digitaal gebruik (Word, Office, Web, Powerpoint, enz.)

En in verschillende kleurmodellen:

PMS CMYK — voor drukwerk en print. Voor 2 of 3 kleurendruk gebruik je PMS. Ander CMYK (ook wel Full Colour genoemd).

RGB web # — voor digitaal gebruik (Word, Office, Web, Powerpoint, enz.)

www.klaverblad.nl/downloads

Inhoudsopgave

1. Logo
   - 1.1 Introductie 3
   - 1.2 Logo ontleding 4
   - 1.3 Logo verticaal 5
   - 1.4 Varianten 6
   - 1.5 Plaatsing 9
   - 1.6 Logo op gekleurde achtergrond 9
   - 1.7 Zwart/wit logo 9
   - 1.8 Incorrect gebruik van het logo 10
   - 1.9 Logo andere entiteiten 11
2. Kleuren
   - 2.1 Kleuren uit het logo 12
   - 2.2 Kleurgebruik 12
   - 2.3 Secundaire kleuren 12
   - 2.4 Kleurbalans 13
3. Typografie
   - 3.1 Lettertype voor offset drukwerk/externe uitingen 14
   - 3.2 Lettertype voor correspondentie 14
4. Grafische elementen 15
5. Fotomateriaal 16
6. Tone-of-voice 17
7. Uitingen
   - 7.1 Stationery 18
   - 7.2 Drukwerk 19
   - 7.3 Digitaal 20
   - 7.4 Print 21
   - 7.5 Social media 22



Logo Klaverblad vanaf 1 mei 2018

1. Logo

1.1 Introductie

Dit logo is ontstaan uit een evolutie van het vorige logo. Het logo is in gebruik sinds 1 mei 2018.

Het logo heeft de uitstraling van een verzekeringsmaatschappij waarvan je weet dat die er voor je is als je het nodig hebt. Betrokken, doortastend en eigenzinnig.

Het logo is functioneel makkelijk en flexibel toepasbaar. Een onge-compliceerde merkidentiteit met een degelijk construct van merknaam in combinatie met een element dat na verloop van tijd kan uitgroeien tot de identifier van het merk.



Logo Klaverblad van 1 januari 2002 tot 1 mei 2018

1.2 Logo ontleding



Beeldmerk
Klavertje met de letter ‘K’.
Het beeldmerk mag zelfstandig gebruikt worden.

Klaverblad
verzekeringen

Woordmerk
Klaverblad en verzekeringen. Moet ALTIJD in combinatie met het beeldmerk gebruikt worden.



Beeldmerk + woordmerk
= logo

Klaverblad
verzekeringen





1.3 Logo horizontaal

Het beeldmerk aan de linkerkant met daarnaast het woordmerk.

Dit is het originele logo van Klaverblad Verzekeringen. In de meeste gevallen wordt dit logo geplaatst. Deze variant heeft de voorkeur.

Klaverblad
verzekeringen



1.4 Varianten

Logo gecentreerd

Eerst het beeldmerk met daaronder het woordmerk. Het geheel is ten opzichte van elkaar gecentreerd.

Dit logo wordt uitsluitend geplaatst als er onvoldoende ruimte is voor het horizontale logo.

Klaverblad
verzekeringen



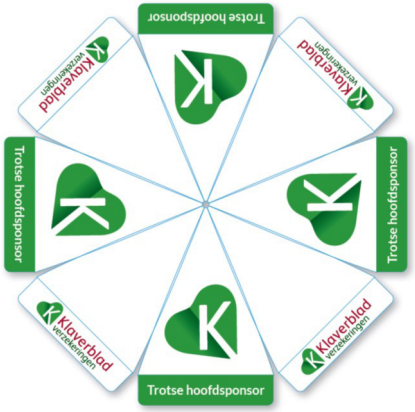


Logo verticaal

Eerst het beeldmerk horizontaal. Daaronder verticaal het woordmerk. Het woordmerk is links (beneden) uitgelijnd.

Dit logo wordt uitsluitend geplaatst als er onvoldoende ruimte is voor het horizontale logo.





Klaverblad verzekeringen

Sinds 1850 gewoon goede verzekeringen

Beeldmerk

Klavertje met de letter 'K'. Mag zelfstandig worden gebruikt. Het beeldmerk dient ook als grafisch element.

Logo met pay-off

Dit is het horizontale logo met daaronder de pay-off 'Sinds 1850 gewoon goede verzekeringen'. De pay-off staat in lettertype Lato, regular en in de kleur grachten-groen.

Het logo met pay-off wordt gebruikt als we merk- en/of bedrijfsspecifiek communiceren. Mirjam van Leeuwen beslist in overleg met de brandmanager wanneer dit logo gebruikt wordt.

Klaverblad
verzekeringen

Klaverblad
verzekeringen



Klaverblad
verzekeringen

Klaverblad
verzekeringen



1.5 Plaatsing

Plaats bij voorkeur het horizontale logo op een witte achtergrond. Als er onvoldoende ruimte is of geen witte achtergrond, dan kies je een alternatief. Verder gelden de volgende specificaties:

- Op A4 en A5 is het logo 27% van de werkelijke grootte (70 mm breed)
- Minimale marge van 10 mm van de rand
- Minimale grootte is 7% (25 mm breed)

1.6 Logo op gekleurde achtergrond

Als het niet mogelijk is om het logo op een witte achtergrond te plaatsen, is er een alternatieve variant van het logo gemaakt. Op een gekleurde achtergrond is het woordmerk wit. De 'K' van het beeldmerk wordt wit ingekleurd.

1.7 Zwart/wit logo

In sommige gevallen is een heel zwart of een heel wit logo nodig.

De volgorde zoals hierboven staat aangegeven is op voorkeur van plaatsing.

Niet vervormen (horizontaal, verticaal of schuin)

Geen kleurwijzigingen

Niet zonder beeldmerk

Geen teksten toevoegen of verwijderen

Niet roteren

Geen slagschaduw

1.8 Incorrect gebruik

Het logo is het logo. Nooit aan het logo sleutelen.









1.9 Logo andere entiteiten

Klaverblad heeft ook een Rechtsbijstand Stichting en een Exploitatie Bedrijf. De logo's worden uitsluitend gebruikt op briefpapier en enveloppen die gebruikt worden door de Rechtsbijstand Stichting en het Exploitatie Bedrijf.

Het woord 'Klaverblad' blijft gelijk. Het woord 'verzekeringen' wordt vervangen door de desbetreffende entiteit. De naam van de entiteit wordt niet breder dan het woord 'Klaverblad'. Het lettertype wordt in dat geval verkleind.

Grachtengroen
PMS 2411
CMYK 80-0-100-75
RGB 28-66-32
web #004312

Klaverbladgroen
PMS 363
CMYK 76-3-100-18
RGB 76-140-43
web #32912f

Klaverbladrood
PMS 201
CMYK 7-100-68-32
RGB 157-34-53
web #8c0f29

Wit
PMS WHITE
CMYK 0-0-0-0
RGB 255-255-255
web #ffffff

Zwart
PMS BLACK
CMYK 50-40-40-100
RGB 0-0-0
web #000000

Grijs
CMYK 60-50-49-43
RGB 85-85-85
web #555555

Lichtgroen
CMYK 8-0-12-0
RGB 240-248-234
web #f0f8ea

Lichtgrijs
CMYK 5-4-4-0
RGB 245-245-245
web #f5f5f5

Midden grijs
CMYK 8-6-7-0
RGB 237-237-237
web #ededed

2 Kleuren

2.1 Kleuren uit het logo

Dit zijn de kleuren uit het hoofdlogo. Deze worden gebruikt voor onder andere stationary (briefpapier, visitekaartjes, enveloppen enz.).

2.2 Kleurgebruik

De hoofdkleur voor teksten is grachtengroen. Bij lange teksten is de kleur op drukwerk zwart. De koppen zijn grachtengroen, subkoppen lichtgroen.

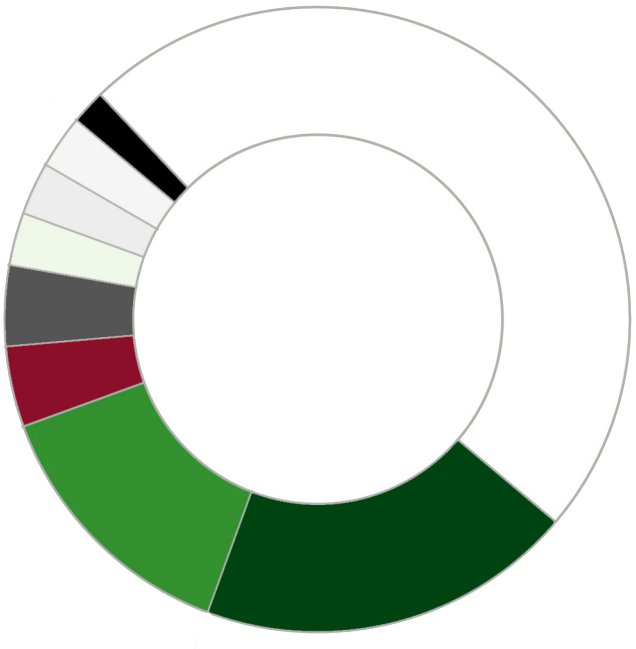
De achtergrond is zoveel mogelijk wit .

Digitaal wordt er voor lange teksten grijs gebruikt.

Om accenten te leggen gebruiken we Klaverbladgroen en Klaverbladrood.

2.3 Secundaire kleuren

In sommige uitingen kan het handig zijn om lichtere kleuren te gebruiken. Deze kleuren zijn afgeleid van de kleuren uit het logo en noemen we secundaire kleuren.



1.8 Kleurbalans

De kleurbalans is een richtlijn voor de stijl in de merk-uitingen.

Lato Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()€

Lato Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()€

Times New Roman
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()€

Arial
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()€

3 Typografie

3.1 Lettertype voor offset drukwerk/ externe uitingen

Titels
Lato Bold

Lopende tekst
Lato Regular

Het lettertype Lato is bij de afdeling Marketing op te vragen.

3.2 Lettertype voor correspondentie

Dit zijn standaard lettertypes.

Brieven
Times New Roman

E-mail
Arial

(E-mailings vanuit het mailingprogramma worden opgemaakt met Lato.)

4 Grafische elementen



Klaver

1. De klaver als beeldmerk.

2. De klaver uit het beeldmerk volledig opgevuld. In een percentage van Klaverbladgroen (2%). Deze klaver wordt gebruikt als achtergrond van drukwerk.



Klaver met foto

Een deel van de klaver uit het beeldmerk uitvergroten en deels verbergen. De klaver wordt zo geplaatst dat deze afloopt aan de bovenzijde en waar kan aan de rechterzijde. Hierdoor blijft de vorm van de klaver bestaan maar is niet zodoende herkenbaar.

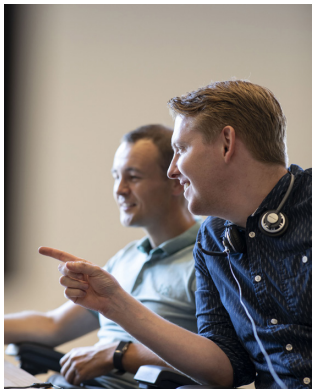


Foto

Foto's worden altijd beeldvullend gebruikt. Dit houdt in dat de foto afloopt aan de linker-, rechter- en bovenkant.



Campagnebeeld (duo)



Personen (medewerkers)



Sponsoring

5 Fotomateriaal

Foto's worden altijd beeldvullend gebruikt. Ook gebruiken we echte kleuren, dus geen filters.

Beeldmateriaal kan in drie categoriën worden opgedeeld:

Campagnebeelden

Foto's gebaseerd op de reclamecampagnes.

Personen

Als we ervoor kiezen om mensen in beeld te brengen, zijn dit echte medewerkers van Klaverblad of het duo uit de reclamecampagne.

Een alternatief is een menselijke touch (handen, voeten, rug etc.).

Sponsoring

Foto's gemaakt van sponsormateriaal bij evenementen van de verenigingen die wij sponsoren.

Naast het duo of echte medewerkers mag er voor Sponsoring ook een lid van een vereniging in Klaverblad-kleding in beeld gebracht worden.

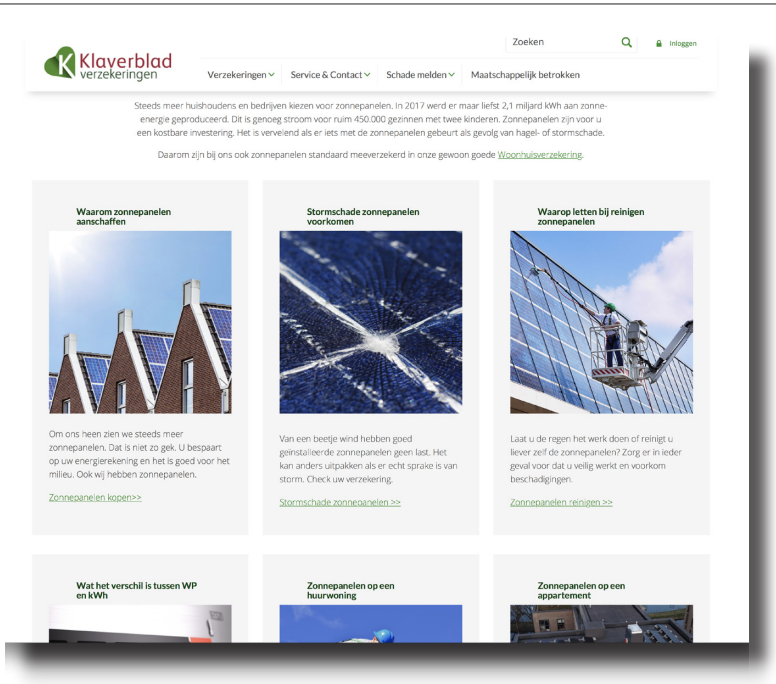
Regels

Verder gelden de volgende regels:

- Het standpunt is altijd in de situatie. Alsof we de extra persoon aan tafel zijn.
- De compositie is dynamisch, onder een hoek (geen vooraanzicht).
- Personages zijn altijd bezig, we vangen hen middenin de actie. We staan erbij en doen (gevoelsmatig) mee. Er is interactie, er wordt niet geposeerd.
- Niet teveel mensen of gebeurtenissen (ruis) op de foto.
- Inzoomen op situatie/persoon/gebeurtenis waar het over gaat.

Stockfoto's

Als er toch wordt gekozen wordt voor stockfoto's dan moet het beeld dicht liggen bij de realiteit van Klaverblad.





6 Tone-of-voice

De tone-of voice van onze communicatie is sympathiek, vriendelijk, warm, betrokken en direct. De communicatie roept bij voorkeur emotie en op het onderwerp moet vooral herkenbaar zijn.

Kern van alle communicatie is:
“Klaverblad helpt en inspireert mensen om prettig en onbezorgd samen te leven.”

Een uitgebreide uitleg van de tone-of-voice van Klaverblad is te vinden in de Schrijfwijzer. De is op te vragen bij de afdeling Marketing.

7 Uitingen

7.1 Stationary



Briefpapier



Envelop

Beschikbaar in C5 en A4, met en zonder venster



Visitekaartje

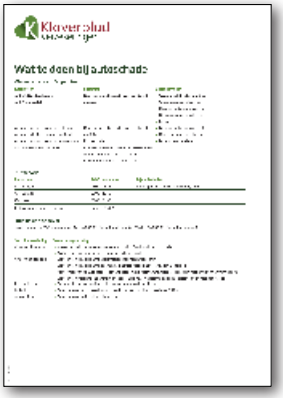
7.2 Drukwerk



Aanvraagformulier



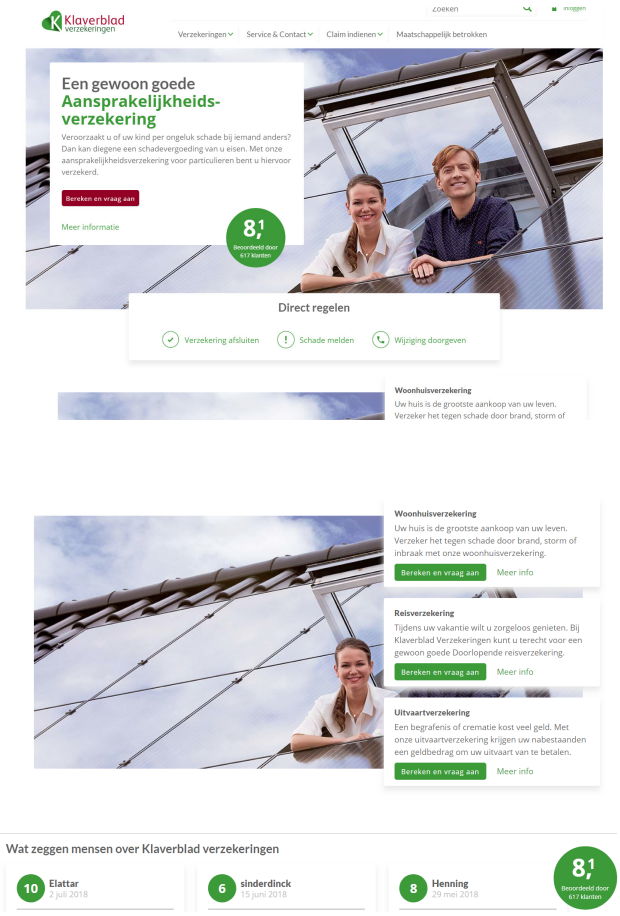
Polisvoorwaarden



Productkaart



Brochure



7.3 Digitaal

Website

Meer informatie over de vormgeving van de website staat in de styleguide en is op te vragen bij de afdeling Marketing.

7.4 Print

De look-and-feel van de website is leidend voor de beeldtaal die we in advertenties willen laten zien. Er zijn twee hoe een advertentie eruit kan zien.



Advertentie met beeldvullende foto

Een advertentie van Klaverblad heeft een beeldvullende foto met daarop een wit blok met tekst.
De opmaak van deze advertentie is als volgt:
- Wit blok (90% transparant) met titel in grachtengroen
- Toelichtende tekst in Klaverbladgroen.
- Het blok sluit af met het logo

De plaats van het witte blok op de foto kan variëren per advertentie en is afhankelijk van de gekozen foto.



Advertentie met foto in klaver

Wanneer we de waarde betrokken meer naar voren willen laten komen (bijvoorbeeld als het over Klaverblad zelf gaat) kan de deze advertentie als alternatief gebruikt worden.

De opmaak van deze advertentie is als volgt:
- De titel is Klaverbladgroen
- De toelichtende tekst is grachtengroen
- Het logo staat rechtsonderin

7.5 Social media

Klaverblad is actief op Facebook. De posts zijn er in drie categoriën:



FB-post met thema

FB-post met tips

FB-post met aanduiding


Klaverblad
verzekeringen