

Kasvu Open -brändiohjeisto

01/2022

BRÄNDISTÄ

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot

Johdanto

Tervetuloa tutustumaan Kasvu Openin visuaaliseen maailmaan ja graafiseen ohjeistukseen. Brändiviestinnän ydin koostuu yhä ”siitä oikeasta Kasvu Openin vihreästä”, kaudelle 2022 päivitetystä tunnuksesta, ja typografiasta sekä yleisestä äänensävyistä.

Tämän dokumentin tarkoitus on varmistaa Kasvu Openiin liittyvän viestinnän yhtenäisyys ja ohjata niin henkilöstöämme kuin kumppaneitamme materiaalien koostamisessa. Ohjeistuksesta löydät toimintatavat niin logon, värien kuin fonttien suhteen. Seuraamalla tätä ohjeistusta tuotat varmasti brändin mukaista ja tyylikästä viestintä- ja markkinointimateriaalia — ja tulet huomaamaan, ettei se ole loppujen lopuksi edes vaikeaa.

Jos kokonaisuudesta täytyy vain yksi asia painaa mieleen, se on tuossa oikealla.



Kasvu Openin visio

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot



Kasvu Open on olemassa kasvuhaluisia yrityksiä varten. Visiomme on auttaa jokaista suomalaista kasvuhaluista yritystä tavoittamaan hullunrohkeat unelmansa.

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot

Arvot

Rohkeus unelmoida

Jokaisella meistä on unelmia; pieniä, ja siten niin suuria ja kunnianhimoisia, ettei niitä uskalla sanoa ääneen. Monella meistä arki on kuitenkin tiukkaa puurtamista. Unelmien toteuttaminen jää lauluissa kerrotun vierivän kiven alle.

Kasvu Openin olemassaolon syy on rohkaista kasvun janoisia yrittäjiä jahtamaan unelmiaan. Rohkeutta! Nyt on aika unelmoida.

Kasvu Open on itsessäänkin hullunrohkea unelma, idea yli vuosikymmenen takaa.

Nyt, yhdessä satojen sparrattujen kasvuyritysten, vapaaehtoisten sparraajien ja arvomme jakavien kumppaneiden kanssa, uskallamme sanoa ettei se olekaan niin kovin hullu.

Ihmiset kasvun takana

Kasvu Open on voittoa tavoittelematon ja jakamaton yhtiö. Me olemme olemassa teitä, ihmisiä varten.

Meitä on tuhansia – sparraajia, kumppaneita, kasvuhaluista yrityksiä – ihmisiä kasvun takana. Ja mikä hienointa, Kasvu Open kasvaa joka vuosi.

Valtakunnalliset yhteistyökumppanit sekä alueelliset kumppanit mahdollistavat vihreän liikkeen viennin lähes jokaiseen Suomen sopukkaan, läpi toimialarajojen.

Kasvu Openin ydintä, Kasvupolkuja – tai koko sparrauskonseptia – ei olisi ollut mahdollista toteuttaa ilman vapaaehtoisesti aikaansa ja tietotaitoaan lahjoittavia sparraajia. Näiden ihmisten arvoa kokonaisuudelle emme kykene kylliksi korostamaan.

Ilo tekemisen ajurina

Jos olet joskus osallistunut Kasvu Openin sparrausohjelmiin, kasvuyritystapahtuma Kasvu Open Karnevaaliin tai nähnyt meistä edes vilauksen, on silmiisi osunut myös vihreä takki.

Vihreä takki symboloi arvojamme. Vihreän takin sisällä on ihminen, jolta voi odottaa löytyvän rohkeutta, iloista asennetta ja pilkettä silmäkulmasta. Näin jalkautamme arvomme kaikkeen, mitä teemme.

Emme halua sparraukseen osallistuvien yritysten rypevän epäonnistumisissaan ja virheissään, vaan kasvamaan ilo ajurinaan jokaisessa sparrauksessa ja keskustelussa.

Vitsejä emme kerro, mutta tarkoituksemme on ottaa ihmiset vastaan sillä asenteella kuin he olisivat jo vanhoja tuttuja.

Ja aplodit, meillä taputetaan. Paljon ja kovaa.

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot

Kuka on Kasvu Open?

Yrittäjä, markkinointipäällikkö, myyjä, lakimies, palvelumuotoilija, keksijä, analyytikko, pääomasijoittaja, senior tax manager...

Kasvu Openilla on monta virkaa. Se on kokenut, älykäs, solidaarinen, rehellinen muttei tyly, huumorintajuinen, keski-ikää lähestyvä persoona, joka taputtaa aina kun on mahdollisuus taputtaa.

Se on nomadi, joka kohtaa pitkin poikin Suomea juuri heitä, jotka ovat hänet halukkaita tapaamaan. Puheesta ei erota murteita, mutta keskustelu on aina kuin kaverin kanssa käytyä. Se sanoo asiat simppelisti mutta siististi — ei kiroile, ei sano sää ja mää eikä pudota kirjaimia sanojen lopusta pois.

Käytännössä Kasvu Open on siis palvelemiemme yritysten, sparraajien ja kumppanien muodostama kollektiivinen äly, tai hive mind.

Meitä on oikeasti niin moneksi, että emme halua asettaa sanoja kenenkään suuhun.

(Pidetäänhän kuitenkin poliittiset näkemykset ja turha vakaumuksellisuus sparrausten ja tapahtumapäivien ulkopuolella.)

”

Kasvu Open on kuin yrityksen personal trainer: se kannustaa tekemään isommin, paremmin ja kyseenalaistaa ärsyttävän älykkäästi.

Suvi Widgrén
Kehitysjohtaja, Rekka Group

” *Kasvu Open on se kaveri, joka tulee aina auttamaan muutossa. Ja tuo vielä kaljat mukana!*

Janne Roiha
Kasvu Open Karnevaalin juontaja

Kun puhut kasvuopenia, ajattele, että sanot asian kaverillesi.

VÄRIT

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot



Lataa värit Adoben
Creative Cloudista

Ensisijaiset värit

Se on selvää kun kävelee keväällä luonnossa tai kun kasvattaa parvekkeella chilejä ja yrttejä – *vihreä on kasvun väri*. Vihreä kuvastaa tuoreutta ja uudistumista. Vihreä valo palaa kun on turvallista: liikennevaloissa sen kohdalla lähteä liikkeelle. Vihreä on ekologista ja ympäristöä kunnioittavaa. Terveellinen ruokakin on jostain syystä aina vihreää.

Kasvu Open haluaa olla sopivassa määrin näitä kaikkia edellä mainittuja, ja siksi värimme on alusta alkaen ollut vihreä. Olet saattanut jopa nähdä joskus yllämme vihreää takkia.

Brändimme päävärit ovat **vihreä** ja **valkoinen**. Valkoinen on kaiken perusta, vihreällä herätämme huomion. Seuraavalla sivulla esiteltävien lisävärien **sinisellä** voidaan korostaa, alleviivata, sävyttää tai kehystää.

Ensisijaisen vihreän, "malabarinpinaatin," vaihtoehtona on käyttää kirkkaampaa "bergamotin" vihreää, mikäli kontrastisuhdetta halutaan lisätä, *erityisesti mustia taustoja vasten*. Käytä kuitenkin harkiten ja tapauskohtaisesti.

Malabarinpinaatti

#018A1F
R1 / G138 / B31
C85 M20 Y100 K10

Bergamotti

#00B221
R0 / G178 / B33
C80 M0 Y100 K0

Valkoinen

Musta

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot



Lataa värit Adoben
Creative Cloudista

Lisävärit ja apuvärit

Maailma ei ole mustavalkoinen, eikä Kasvu Open ole vain vihreä ja valkoinen. Lisävärinä käytämme tummaa, syvää sinistä — ja toki myös ensisijaisen vihreän vaaleampia sävyjä.

"See No Green" -sinisen käytön määrässä voi soveltaa esimerkiksi tuttua 60-30-10 -sääntöä: 60% valkoista, 30% vihreää ja 10% sinistä.

Apuvärejä voi käyttää "herättävällä" tavalla, kuten nostojen yhteydessä, ikonograafeissa, taulukoissa ja graafisina elementteinä. Käytä näitä harkiten, ja muista että vihreän tulee aina olla etusijalla.


Lisävärit

"See No Green"

#1A2033
R1 / G138 / B31
C85 M20 Y100 K10

Kiinalainen parsakaali

#015914
R1 / G89 / B20
C85 M40 Y100 K35

#018A1F	60% läpinäkyvyys / #6D707C
	40% läpinäkyvyys / #9699A0
	20% läpinäkyvyys / #C0C1C5

Apuvärit

60% opacity / #6D707C

40% opacity / #9699A0

20% opacity / #C0C1C5

#45828A

#FFDBB5

#058FD9

#E0A359

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

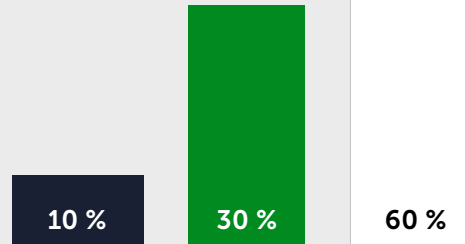
Typografia

- Kirjasimet
- Tekstyylit

Materiaalit ja yhteystiedot

 Lataa värit Adoben Creative Cloudista

Käytä värejä esimerkiksi näin



Myynti ja markkinointi haastaa kasvuyrityksiä

Myynti ja markkinointi ovat kasvuyritysten tärkein kehittämisen kohde. Kasvuyrityksissä molempien osa-alueiden puutteet tunnustetaan ja listataan tärkeimpien joukkoon, kun kasvuyrityksiltä kysytään niiden tulevaisuuden osaamisen kehittämistä.

Etenkin alkuvaiheessa kasvuyritys ansaitsee näytöt sisukkaalla myynti- ja markkinointityöllä. Monesti myös talous on talorahoituksen varassa, joten on ymmärrettävää, että uusien asiakkaiden löytäminen ja nykyisten säilyttäminen on tekemisen keskiössä.

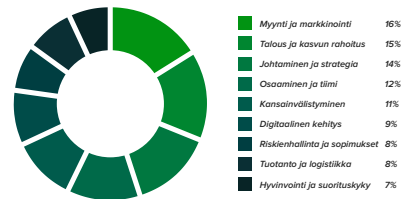
Kasvuyritykset tunnistavat, että myynti ja markkinointi ovat kehittämisen kohde, mutta myös merkittävä haaste.

Kun kasvuyritykset sanottavat oman kasvusuunnitelman haasteita tai riskejä, kolmanneksi yleisin haaste/risi on markkinoinnin tai myynnin epäonnistuminen. (Suurimmat kasvuyritysten tunnistamat riskit ovat: Liiketoiminnan yleiset riskit ja Kasvun rahoitus.)

Kasvuyritysten suurimmat haasteet Myynnin ja markkinoinnin-teemassa:

- markkinoinnin kohdentaminen ja erottautuminen muista,
- resurssien oikea-aikaisuus eli milloin ja mihin toimenpiteisiin kannattaa, ihmisten työpanos ja rahan käyttö,
- myynnin epäonnistuminen haaste.

Kasvu Openiin osallistuneiden yritysten suurimmat sparraustarpeet



Miten kasvuyritykset ratkovat myynnin ja markkinoinnin haasteita?

Kasvuyritysten konkreettiset kehittämistoimenpiteet Myynnin ja markkinoinnin teemassa ovat:

- Ydinviestin kirkastaminen**
Pohdi oma tuotetasi palvelutasi. Onko lupaamaasi hyöty kerrottu ymmärrettävästi ja erottavasti oikeissa kanavissa?
- Uusien myyntikanavien rakentaminen**
kumppanuuksien, jälleenmyyjien tai vaikka verkkokaupan avulla
Onko ostaminen eri kanavista helppoa? Voisinko löytää uusia kumppaneita, kenen kanssa onnistuu?
- Tuotteiden tai palvelujen kehittäminen**
Hio konseptit kuntoon siten, että myyntiprosessista saadaan tehokas. Kehitä tuote- ja palvelukonsepteja aiasta asti yhdessä asiakkaiden kanssa tai pyydä heti alkuvaiheessa konseptin ulkopuolisen henkilön näkemys.

Vilaamme vientiprojektimme suunnitelmia, tuomme arvolutauksemme selkeästi esille. Sivuston ja somen tavoitteiden kirkastaminen ja tarvittavat muutostyöt nopeasti tulille. Jo menellään!



"Koronan tähdittämää poikkeustilaa on pian eletty vuoden verran. Tässä vaiheessa alamme ja huomaamaan, ketkä ovat onnistuneet mukautumaan tilanteeseen ja ketkä vielä takertuvat kiinni menneisyyden rippeisiin.

Vimeistään nyt on päivänselvää, ettei kenellekään ole varaa tuudittautua ja toivoa pahuutta normaaliin. Myynnin pallotus pitää päivittää ja tukeutua entistä vahvemmin niihin tapoihin, jotka tuottavat tuloksia."

Digitaalisen myynnin onnistumisen kolme keskeisintä asiaa ovat:

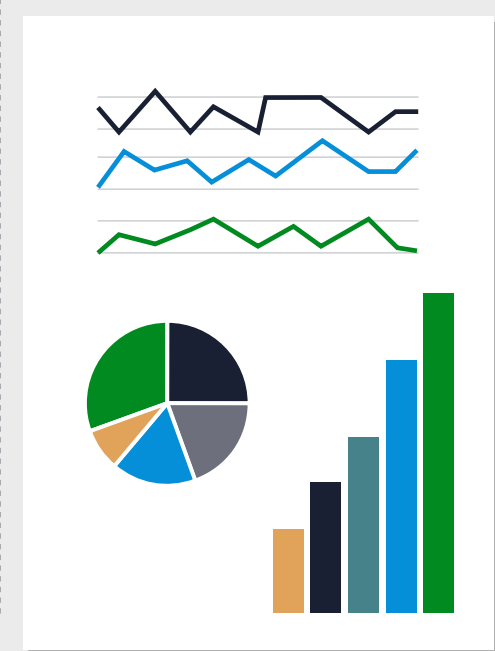
1. Tunnista, mihin asioihin ja asiakkaisiin pitää keskittyä – Juuri nyt
2. Jokainen myyjä tarvitsee entistä kirkkaamman rutinin arjen keskelle
3. Muista, että asiakkaan päätöksenteon peruspilari eivät ole muuttuneet

Sani Leino, sosiaalisen myynnin (social selling) sanansaattaja, myyntivalmentaja ja puhuja



Autamme jokaista suomalaista kasvuhaluista yritystä tavoittamaan hullunrohkeat unelmansa.

KASVU OPEN.



TUNNUS

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot



Lataa tunnuspaketti
käyttöösi täältä (.zip)

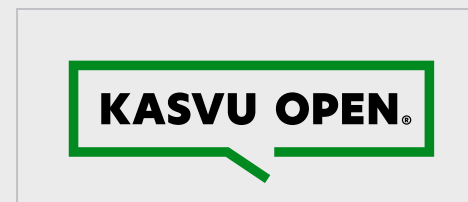
Tunnuksen versiot

Kasvu Openin ytimessä on avoimuus, auttaminen ja ennen kaikkea toimiva dialogi. Näistä periaatteista on muodostunut myös Kasvu Openin uusi tunnus.

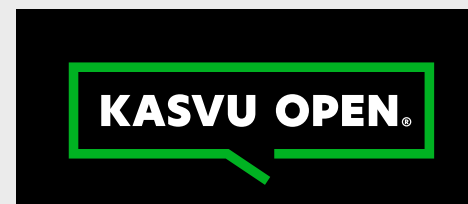
Kasvu Openin kirjoitusasua eli logoa ympäröi vihreä laatikko tai kehys, joka on avoimuutta kuvastaakseen kirjaimellisesti auki avattu. Päällisin puolin "sisäpiiriltä" vaikuttava kokonaisuus onkin *kaikille avoin*. Ja koska ainakin me tykkäämme monimerkityksellisistä asioista, laatikko muodostaa myös dialogin viestimiseksi logon ympärille puhekuplan.

Tunnus on ensisijaisesti musta ja Kasvu Openin vihreä, ja toissijaisesti (taustasta riippuen) vihreä ja valkoinen. Jos kumpikaan vaihtoehto ei toimi, voi tunnuksesta käyttää täysvalkoista negatiivia.

Kasvu Openin tunnus liitetään kaikkien sparrausohjelmien kuvitukseen, ensisijaisesti oikeaan alakulmaan. Kumppaniohjelmissa kuvitukseen liitetään myös mukana olevan kumppanin (tai kumppanien) logot.



Ensisijainen tunnus vaaleille taustoille.



Toissijainen tunnus tummille taustoille.



Täysvalkoinen negatiivi, jos kumpikaan ylemmistä ei toimi.

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

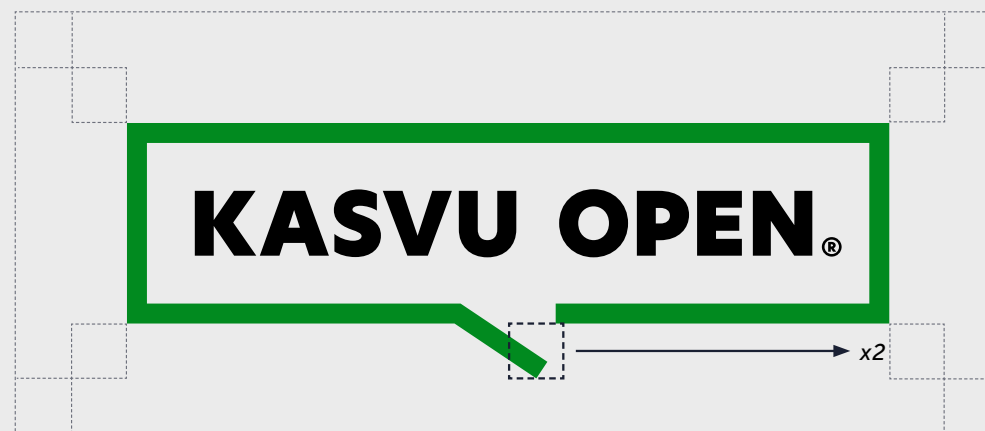
Materiaalit ja yhteystiedot

Suoja-alue

Suoja-alueen tarkoitus on varmistaa riittävä tila ja erottuvuus Kasvu Openin tunnukselle. Alueen sisäpuoli pidetään vapaana muista tunnuksista tai graafisista elementeistä.

Suoja-alueen mitat on määritetty niin sanotun puhekuplan kannasta: alue on kannan korkeus x 2, tunnuksen kaikilla reunoilla.

Suoja-alue on määritetty alkuperäisiin tiedoistoihin tunnuksen ympärille, eli jos käytät originaaleja versioita, kaikki menee ihan hyvin.



Lataa tunnuspaketti
käyttöösi täältä (.zip)

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot



Lataa tunnuspaketti
käyttöösi täältä (.zip)

Oikein: havainnollistavia esimerkkejä



Tämä lienee aika yksiselitteinen.



Hyvin vaalealla ja neutraalilla taustalla sopii käyttää ensisijaista tunnusta.



Verkoston yritysten omia värejä vasten vain negatiivi. Ja vain jos on ihan pakko.



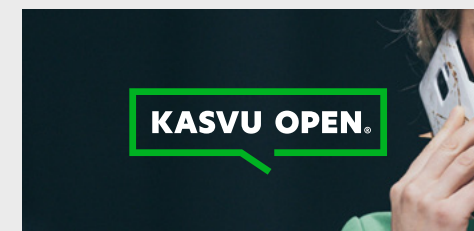
Värikuvan päällä voi käyttää ensisijaista tunnusta asetelun salliessa. Erottavuus!



Mustilla taustoilla toissijaisen tunnuksen vihreä #00B221 nostaa kontrastisuhdetta.



Toissijainen tunnus erottuu Kasvu Openin Not Navy Blue -taustasta hyvin.



Viimeistään tässä esimerkissä näet sen puhekuplan logon ympärillä, eikä vaan?



Rauhallinen, mutta värisävyyden kallellaan oleva kuva. Täysnegatiivi sopii parhaiten.



Esimerkki SUPERFINNS@-sparrausohjelman viestinnästä.



Musta vain jos mikään muu ei käy. Tämäkin esimerkki on mielestämme melko irvokas.

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

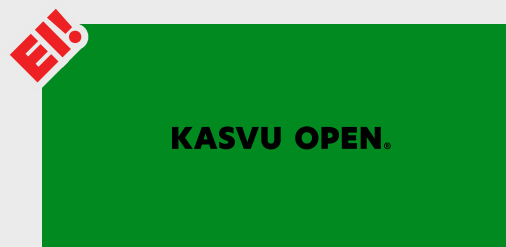
- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot



Lataa tunnuspaketti
käyttöösi täältä (.zip)

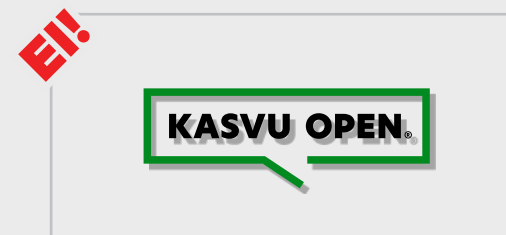
VÄÄRIN! Havainnollistavia esimerkkejä



Tämäkin lienee aika yksiselitteinen.



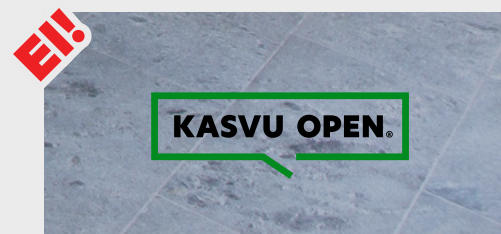
Älä irrota tunnuksesta puhekuplalaatikkoa.



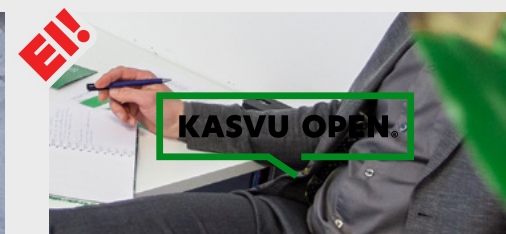
Älä lisää varjoa tai efektejä. Sen sijaan esim. tummenna tai vaalenna taustaa.



Älä käytä huutavan kirkkailla ja värikkäillä taustoilla tunnuksen vihreää versiota.



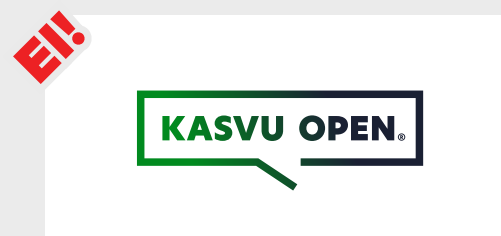
Älä kadota tunnusta taustaan – negatiivi toimisi paremmin. Vertaa edelliseltä sivua!



Sama kuva kuin edellisen sivun 3. esimerkissä, nyt vain hätäisellä asettelulla.



Älä litistä, venytä, kierrä tai sovita tunnusta sellaiseen paikkaan johon ei vain mahdu.



Älä liukuvärvää tunnusta, edes Kasvu Openin käyttämällä väreillä.



Älä sekoita toisen organisaation käyttämiä värejä Kasvu Openin tunnukseen.

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin


Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot

 Lataa tunnuspaketti
käyttöösi täältä (.zip)

Toisaalta...

...kehykset ja laatikot sopivat hyvin muidenkin asioiden kuin logon ympärille. Haluamme antaa innokkaimmille askartelijoille mahdollisuuden käyttää Kasvu Openin tunnuksen kehysosan muunnoksia. Muunnokset sopivat kuvakehyksiksi, nostoiksi, lainauslaatikoiksi, rajaaviksi elementeiksi... Käytä mielikuvitusta, mutta älä menetä mieltäsi!



” Sparrauksessa opin potentiaalisimpien asiakkaideni elävän Saharan eteläpuolisessa Afrikassa – ja olen markkinoinut koko ajan länsinaapuriin!



**Haku
aukeaa
14.2.**

TYPOGRAFIA

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot

Kirjasimet

Kasvu Openin teksteissä otsikot ovat jyrkkiä ja tiiviitä, mutta leipäteksti *helppoa ja kivaa* luettavaa. Leipäteksti on suosittu ja helppolukuinen Montserrat, joka löytyy Google Fonts -palvelusta ilmaiseksi ladattavana sekä myös Adobe Fontsista. Otsikoiden ja muun jyrkevemmän tekstikoon kirjasin on hieman persoonallisempi ja terävä Museo Sans.

Ohjeistavaa materiaalia voi olla joskus paljonkin, ja haluamme että lukija pysyy kärryillä, tai tässä kontekstissa *oikealla rivillä*. Siksi muut tekstiosat kuin otsikot kirjoitetaan siis rennommalla rivivälityksellä: esimerkiksi leipätekstin jako kirjainkoon ja rivivälin suhteen on 8pt / 12 pt.

Esimerkit ja lisätietoja näet seuraavalta sivulta.

Museo Sans

Museo Sans

Montserrat

Montserrat



Lataa Montserrat
Google Fontseista

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin


Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot

 Lataa Montserrat
Google Fontseista

Tekstityylit

Kaikissa tekstityyleissä käytetään mieluiten optista välistystä.

Mikäli Museo Sans ei ole käytössäsi, voi korvaavana kirjasimena käyttää Montserratia, vastaavia leikkauksia käyttäen. Esimerkiksi Museo Sans 900-leikkauksen vastaava on Montserrat Black, ja 700-leikkauksen vastine on Montserrat SemiBold ja niin edelleen.

Ja mitä teksti- ja kappaleityyleihin tulee – ylimääräinen huoli pois. Kasvu Openilta saamissasi aineistoissa (Powerpoint tai InDesign) tekstityylit on valmiiksi määritelty.

(Suositus: InDesignia käytettäessä kannattaa asettaa rivirekisteri neljään pisteseen, jolloin kaikki tekstityylit istuvat aina oikeille paikoilleen.)

Lorem ipsum

Secto quiae qui aligenis

Onse et veniet laborporeri dis maioere sitatur sedistrum

Em earionsed quaeste doluptas eumenim ant volori dolupti busdaernat est volo vendus.

Oraventes iacions facrissidem adhuidelica ac terri perte, seret ficus eorte, simmo pracchu ctata, comnia consul urem dio cortemq uamque et fatiam.

Qui veliqui restio que necto volorem volenda erumquidel modiae nam re poreprovid ea venis exeribus quas mil in recum nemped et audae nimus endignatem rectatibus

Otsikko

- Museo Sans, leikkaus 900
- Kirjainkoko 28 pt
- Riviväli 28
- Kirjainväliharvennus 0

Alaotsikko

- Museo Sans, leikkaus 700
- Kirjainkoko 16
- Riviväli 16
- Kirjainväliharvennus 10

Väliotsikko

- Museo Sans, leikkaus 700
- Kirjainkoko 10
- Riviväli 12
- Kirjainväliharvennus 15

Ingressi

- Museo Sans, leikkaus 500 Italic
- Kirjainkoko 10
- Riviväli 12
- Kirjainväliharvennus 10

Leipäteksti

- Montserrat Regular
- Kirjainkoko 8
- Riviväli 12
- Kirjainväliharvennus 10

Kuvateksti

- Montserrat Italic
- Kirjainkoko 7
- Riviväli 12
- Kirjainväliharvennus 10

SISÄLLYSLUETTELO

Brändistä

- Johdanto
- Kasvu Openin visio
- Arvot
- Kuka on Kasvu Open?

Värit

- Ensisijaiset värit
- Lisävärit ja apuvärit
- Käytä värejä esimerkiksi näin

Tunnus

- Tunnuksen versiot
- Suoja-alue
- Käyttöesimerkkejä
- Toisaalta...

Typografia

- Kirjasimet
- Tekstityylit

Materiaalit ja yhteystiedot

Materiaalit ja yhteystiedot

Vuosien aikana kertyneet kuvat Kasvu Open Karnevaalista, sparrauksista, tapahtumapäivistä sekä esimerkiksi tiimistä ovat erillisessä kuvapankissamme. Kuvat ovat verkostomme vapaassa käytössä, mutta kun käytät kuvia liitä kuvan lähteeksi Kasvu Open Oy.

Kuvapankissa on myös muita vuosittaiseen sparrausprosessiin liittyvää viestintä- ja markkinointiaineistoja, esimerkiksi Kasvu-polku®-kuvituksia, infograafeja, tiedotteita ja niin edelleen. Toki näiden kohdalla useimmiten lähetämme sinulle jo ennakoon juuri ne materiaalit joita tarvitset tai olet meiltä pyytänyt.

Dokumentin vasemman alakulman latauskuvakkeista voit napsia talteen ne materiaalit joita tarvitset käyttä

Kuvapankki: kasvuopen.kuvat.fi

Tiimin yhteystiedot // etunimi.sukunimi@kasvuopen.fi

Jaana Seppälä

Toimitusjohtaja
050 304 6794

Leena Räisänen

Kehitys, järjestelmät
050 469 9971

Inka Hyvönen

Asiakkuudet
050 570 3500

Anna-Kaisa Talvitie

Viestintä
040 715 6924

Matias Ulfves

Materiaalit, kuva ja video
050 373 3777

Malla Karhunen

Kasvupolut, tuotanto
050 543 1400

Vivi Pönttiö

Kasvupolut, tuotanto
050 439 8988

Inka-Sofia Hokkanen

Sparraajat
050 434 9943

Susanna Riikonen

Tuotantoharjoittelija
044 719 1658