

lucrasoft



# LUCRASOFT ICT GROEP

## HUISSTIJL HANDBOEK

Versie 1.0  
Datum: 6 juni 2016

# INLEIDING

Dit handboek geeft richting aan alle interne en externe communicatie middelen van de Lucrasoft ICT Groep. Je vindt hierin richtlijnen, regels, voorbeeld en verwijzingen naar standaard middelen en templates.

Het handboek begint met de basis waarop al onze communicatie is afgestemd. We kijken naar de missie en visie, wat ons verhaal is en hoe we dit vertellen. Vervolgens is uitgewerkt welke standaarden we volgen en wat de afspraken daarbij zijn.

Kom je ergens niet uit, mis je ergens iets of heb je ondersteuning nodig bij het vormgeven, opmaken en/of redigeren van je communicatiemiddelen. Loop dan even langs bij Marketing of stuur een email naar [marketing@lucrasoft.nl](mailto:marketing@lucrasoft.nl)

In dit document kom je op verschillende plekken verwijzingen tegen naar netwerklocaties waar je direct de genoemde bestanden kan vinden. Het kan zijn dat je niet overal toegang toe hebt, is dit het geval dan weet je ons te vinden.

# MISSIE / VISIE

Wij zijn de vriendelijkste en meest veelzijdige IT-partner, die jou met een slim IT-systeem in staat stelt om te bouwen aan je bedrijf.

## Missie

### Onvoorwaardelijke steun

Wij helpen ondernemers aan een IT-systeem dat werkt. Om dat te bereiken willen we jou en je business leren kennen en bouwen we aan duurzame relaties. Want als we weten wie je bent en in welke specifieke situatie je zit, dan kunnen we je goed helpen.

### Recht op het doel af

Linksom of rechtsom, wij denken altijd in technische oplossingen die jouw specifieke vraag beantwoorden. Met onze verzameling aan kennis en specialismen beschouwen we ieder vraagstuk als een puzzel. Daarbij dagen we onszelf telkens uit om de beste oplossing te vinden.

### Helden op sokken

Wij hebben van onze hobby ons werk gemaakt. Bij Lucrasoft lopen we met onze sokken over de gang en hoort iedereen bij het team. Het is een omgeving die voelt als 'thuis', waardoor we het beste uit onszelf halen. Er is altijd een oplossing, het kan altijd beter. Dát is wat ons iedere dag samen bezig houdt.

## Visie

### Elkaar Inspireren met technologie

Innovatie stopt nooit. Met de mogelijkheden die de nieuwste techniek biedt, willen we jou inspireren. Zo maken we de wereld samen makkelijker, slimmer en beter, en laten we techniek vóór ons werken. Wij bouwen samen aan een fanclub met 1000 leden in binnen- en buitenland: klanten en partners die in onze aanpak geloven.

# HET VERHAAL VAN LUCRASOFT (VOICE)

Onze missie en visie hebben we gevat in een kernboodschap die bestaat uit vijf elementen: de persoonlijke benadering, de manier van werken, de passie voor IT, de teamspirit, en de 'totaaloplossing'.

[VRIENDELIJK EN PERSOONLIJK] Wij sluiten vriendschappen

[BETROUWBAAR EN DOELGERICHT] Wij denken in oplossingen

[PASSIE] We zijn bevlogen over IT

[TEAMSPIRIT] Bij Lucrasoft voelen we ons thuis

[ALLES ONDER ÉÉN DAK] We sturen je niet van het kastje naar de muur

## Verder lezen

Deze omschrijving is een beknopte samenvatting van het Voice onderdeel uit het Tone & Voice basisdocument welke hier te vinden is:

<\\\\ls-fileserver\\Algemeen\\Marketing & Communicatie\\Huisstijl & basisinformatie\\Bouwstenen\\>

# DE STEM VAN LUCRASOFT (TONE)

## Kenmerken communicatie doelgroep

Lucrasoft communiceert hoofdzakelijk richting managers en directeurs van MKB-bedrijven. Zij zijn op zoek naar een betrouwbare IT-partner die hun problemen oplost en advies geeft. Zij zijn slechts beperkt geïnteresseerd in techniek en achterliggende processen. Een prettige samenwerking en fijne communicatie vinden zij veel belangrijker.

## Dit verwacht de doelgroep van Lucrasoft

- Betrokkenheid en behulpzaamheid
- Pragmatisme (oplossingsgericht denken)
- Proactief handelen
- Vereenvoudigen (maak het niet ingewikkeld, maar zorg wel dat de klant het begrijpt)
- Het middel is van ondergeschikt belang, het doel moet worden bereikt
- Vragen beantwoorden (en geen vragen oproepen)
- Een 'prettige' partner om mee samen te werken
- Een sterk team (niet afhankelijk van één persoon)
- Heldere communicatie en duidelijkheid

## 5 communicatie basisregels

1. We zijn een familie
2. Jij bent belangrijk
3. We gaan als vrienden met elkaar om
4. De oplossing telt
5. We werken met passie

Zie meer info en voorbeelden van wat wel en wat niet te doen in BIJLAGE 1

## Communicatie checklist

- Je/Jij/Jouw/Jullie (en geen u)
- Wij/ons/samen (en geen Lucrasoft)
- De oplossing is belangrijker dan het probleem
- Uit onze teksten blijkt passie en teamspirit
- Uit onze teksten blijkt dat we op goede voet staan met onze klanten

## Verder lezen

Deze omschrijving is een beknopte samenvatting van het Tone onderdeel uit het Tone & Voice basisdocument welke hier te vinden is:

<\\Is-fileserver\\Algemeen\\Marketing & Communicatie\\Huisstijl & basisinformatie\\Bouwstenen\\>

# HUISSTIJLREGELS

## Kleurcodes



Lucrasoft-blauw	#1D3F75	RGB 0-57-133	CMYK 100-69-0-38
Lucrasoft-oranje	#F89820	RGB 244-152-0	CMYK 0-47-100-0
Lucrasoft-grijs (logo ondertitel)	#98A2C6	RGB 152-162-196	CMYK 46-33-9-0

## Titels / Slogans

Hoofdtregel:	Raleway regular, Half Lucrasoft-blauw / Lucrasoft-oranje, in hoofdletters
Onderregel:	Calibri regular, Lucrasoft-grijs, in hoofdletters

## Lettertype

### Standaard

Lettertype:	Calibri
Lettergrootte:	11
Letterkleur:	zwart
Letterdecoratie:	Geen
Regelafstand:	meerdere, 1.25

## HOOFDKOP

(alleen verschillen ten opzichte van standaard)

Lettertype:	Calibri Light
Effecten:	KAPITALEN
Lettergrootte:	24
Alinea afstand voor:	24

## Subkop

(alleen verschillen ten opzichte van standaard)

Lettertype:	Calibri Light
Lettergrootte:	16
Alinea afstand voor:	2

## Subsubkop

(alleen verschillen ten opzichte van standaard)

Lettertype:	Calibri Light
Lettergrootte:	11



Letterdecoratie: Vet  
Alinea afstand voor: 2

#### *Subsubsubkop*

(alleen verschillen ten opzichte van standaard)

Lettertype: Calibri Light  
Lettergrootte: 11  
Letterdecoratie: Cursief  
Alinea afstand voor: 2

## STANDAARDISATIES

Diverse documenten (templates, productsheets ed.) binnen Lucrasoft zijn gestandaardiseerd.

### Templates

Binnen Lucrasoft werken we met templates voor verschillende standaard documenten zoals brieven, offertes, projectplannen, handleidingen etc.

Deze gestandaardiseerde documenten staan hier: <\\ls-fileserver\Algemeen\Sjablonen>

Aanpassingen hieraan kunnen alleen door de Marketing afdeling gedaan worden, neem hiervoor contact op via [marketing@lucrasoft.nl](mailto:marketing@lucrasoft.nl) of loop even langs om ze samen aan te passen.

### Productsheets / Handleidingen / Voorwaarden

Deze overzichten, handleidingen van producten en diensten, en bijbehorende voorwaarden, die wij leveren komen tot stand in nauwe samenwerking tussen afdelingsmanagers, Sales en Marketing, waarbij laatst genoemde de productie voor zijn rekening neemt.

De definitieve versies worden op onderstaande locaties gepubliceerd. Gebruik deze locatie altijd om te beschikken over de meest recente versie (sla ze dus niet in je eigen mapjes op. Wil je ze ergens beschikbaar hebben, maak dan een linkje), want updates aan deze bestanden worden hier door Marketing rechtstreeks geplaatst.

#### LOCATIES:

SOLUTIONS: <\\ls-fileserver\Algemeen\Algemeen\Lucrasoft Solutions\Documenten>

SYSTEMS: <\\ls-fileserver\Algemeen\Algemeen\Lucrasoft Systems\Documenten>

VISUAL: <\\ls-fileserver\Algemeen\Algemeen\Lucrasoft Visual\Documenten>

## Afbeeldingen



### Afbeeldingsformaat

- De afbeeldingen zijn CMYK (geschikt voor drukwerk)
- 65 cm x 40 cm (300 dpi)
- 7677 x 4724 px (Van een aantal afbeeldingen hebben we ook grotere formaten beschikbaar)

### Inhoud van de afbeeldingen

- De afbeeldingen zijn altijd relevant aan sport (sporters, sportcoach, sportteam, sportruimtes)
- De afbeelding beeldt een bijbehorend kenmerk/slogan van Lucrasoft uit (b.v. wij kunnen aanvallen en verdedigen)
- De boodschap of de sporter staan altijd in het midden van de afbeelding
- Het logo van Lucrasoft staat altijd in het wit in de linker bovenhoek
- Bij drukwerk, documenten en ander soort uitingen is er wit rand om de foto aangebracht

### Kleuren afbeeldingen

Omdat we hebben gekozen om geen beelden te laten schieten, maar aan te kopen hebben we een uniforme stijl bedacht die we in Photoshop kunnen toepassen om met alle foto's één geheel te creëren.

- De afbeeldingen krijgen allen een lichte donkerblauwe met oranje (Lucrasoft kleur) gloed
- De afbeeldingen zijn donker van kleur, met in het midden de sporter verlicht (in de spotlight)
- De buitensporten zoals surfers, roeiers hebben vaak een fel buitenlicht. De donkere randen en lichte 'glow' in het midden zullen zelf moeten worden gemaakt in Photoshop (zie voorbeeld)



AANGEKOCHE AFBEELDING



BEWERKTE AFBEELDING



Handleiding (Lucrasoft2016-Visual Identity.pdf) voor hoe foto's bewerk moeten worden is te vinden op: <\\ls-fileserver\Algemeen\Marketing & Communicatie\Huisstijl & basisinformatie\Bouwstenen>

PSD Template (bework-bestand\_v3.psd)hiervoor staat hier:

<\\ls-fileserver\algemeen\Marketing & Communicatie\ Huisstijl & basisinformatie\Beelden\Versie 1>

# FOTOGRAFIE

Bij het fotograferen van personen voor communicatie uitingen hanteren we de volgende stijlregels:

- Glossy kleur / beeld
- Karakter van Lucrasoft is vriendelijk, informeel, gericht op mens, op groei,
- Kleding
  - Niet: broek en tshirt, geen pak/kostuum, shirts met grote opdrukken
  - Wel, t-shirt & jasje, (nette)broek & overhemd met gymies
- Liever een serieuze blik dan een gemaakte lach

Toevoeging voor de fotograaf, beelden kunnen gebruik worden voor de volgende media:

- Website
- Nieuwsbrief
- Magazine / Brochure
- Advertorials

## Overzicht afbeeldingen en bijbehorende boodschap



Alles draait om techniek



Alleen het resultaat telt



Wij steunen je onvoorwaardelijk



Wij kunnen aanvallen en verdedigen



Wij willen elke dag beter worden



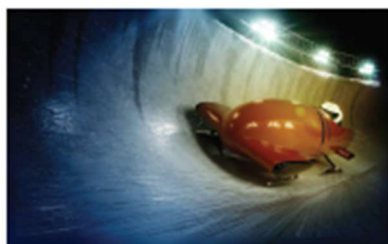
Wij coachen je naar de overwinning



Wij zijn een geoliede machine



Wij kunnen aanvallen en verdedigen



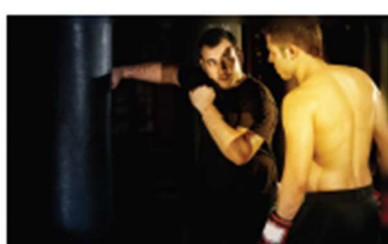
Wij zijn een geoliede machine



Wij gaan recht op ons doel af



Wij passen ons gemakkelijk aan



Wij nemen je even apart



Wij hebben van onze hobby ons werk gemaakt



Wij willen elke dag beter worden



Wij zijn een hechte club