



FC Nokia

Brändikirja

Sisällysluettelo:

Brändin ydin.....3

Missio, visio, brändilupaus

Arvot.....4-5

Laadukkuus, avoimuus, oikeudenmukaisuus,
yhteisöllisyys

Visuaalinen ilme.....6-7

Logo, värit, typografia

Äänensävy ja viestintä.....8-9

Kohderyhmät, viestintäkanavat,
miten puhumme, miten emme puhu, kuvamaailma

Brändi arjessa.....10

Yhtenäisyys ja vastuu.....11

1. Brändin ydin



Missio

FC Nokia tarjoaa kaikille jalkapallosta ja futsalista kiinnostuneille tytöille mahdollisuuden päästä mukaan harrastamaan sekä kehittymään kohti omaa huippuaan.

Visio 2030

FC Nokia on futsalin valtakunnallinen kärkiseura, jalkapallon valtakunnallisesti tunnustettu kasvattajaseura sekä paikallisesti tunnustettu lasten ja nuorten kasvua tukeva toimija.

Brändilupaus

FC Nokia tarjoaa pelaajille mahdollisuuden kehittyä, kannattajille tunteita ja ylpeyden aiheita sekä yhteistyökumppaneille luotettavan ja näkyvän kumppanin.

2. Arvot



FC Nokian valmennus on hyvin suunniteltua ja toteutettua, ja sen tavoitteena on pelaajan kokonaisvaltainen kehittäminen. Seura tarjoaa turvallisen ja kannustavan ympäristön, jossa jokaisella on mahdollisuus kehittyä omista lähtökohdistaan. Toiminta perustuu ammattimaisiin, seuran tasoon ja arkeen sovitettuihin toimintatapoihin sekä pitkäjänteiseen ajatteluun ja jatkuvaan kehittymiseen kaikilla toiminnan osa-alueilla. Esimerkillinen käytös kentällä ja sen ulkopuolella on olennainen osa FC Nokian identiteettiä, ja laadukkuus näkyy kaikessa tekemisessä sekä siinä, miten seura näyttäytyy ulospäin.



FC Nokiassa viestintä on selkeää ja ajantasaista, vuorovaikutus rehellistä ja rakentavaa, uudet ihmiset otetaan vastaan avoimin ovin, päätöksenteko on läpinäkyvää ja toimintaa kehitetään avoimen palaute- ja kehityskulttuurin pohjalta.



OIKEUDEN- MUKAISUUS

FC Nokiassa kaikille tarjotaan tasapuoliset mahdollisuudet selkeiden ja yhtenäisten pelisääntöjen pohjalta, ja pelaajan sekä joukkuevalintojen perusteet ovat reilut ja avoimet. Reilu peli ja vastustajan kunnioittaminen ohjaavat toimintaa, ja pelaajia kohdellaan yhdenvertaisesti tasapainoisen palautteen kautta. Mahdolliset konfliktit ratkaistaan oikeudenmukaisesti, ja tavoitteena on aina oppia tilanteista eikä etsiä syyllisiä.



YHTEISÖLLISYYS

FC Nokiassa me-henki menee yksilösuoritusten edelle, ja kaikki ovat tervetulleita osaksi yhteisöä, jossa pelaajat, vanhemmat ja valmentajat ovat samassa veneessä. Yhdessä tekemisen kulttuuri, turvallinen ja lämmin ilmapiiri sekä yhteinen identiteetti luovat ylpeyden seurasta ja vahvan yhteenkuuluvuuden tunteen – tämä on meidän seuramme, ja yhdessä olemme enemmän!

3. Visuaalinen ilme

FC Nokian logo



Seuran logo ilmentää pelisilmää
tyttöfutikselle - pilkettä silmäkulmassa.
Seuran värejä - sininen, valkoinen ja musta -
kannetaan ylpeydellä.



Logoa käytetään aina alkuperäisessä
muodossaan ilman muokkauksia.

Ensisijaisesti logoa käytetään aina värillisenä.

Logo ei saa vääristyä, vaihtaa värejä tai kadota
taustaan.

Värit



Tämä taustalla oleva tummansininen
löytyy somekäyttöön värikoodilla:
#00285a

Logossa oleva sininen löytyy somekäyttöön
värikoodilla:
0b82c6

Painossa väri:
RGB: 0, 130, 198
CMYK: 80, 45, 0, 0
(Pantone 3005U)
Fontti: Haettenschweiler

Typografia

Otsikot: vahva ja selkeä fontti

Esimerkiksi Canvasta löytyvä:

Garet

Leipäteksti: helposti luettava ja moderni

Esimerkiksi Canvasta löytyvä:

Inter

4. Äänensävy ja viestintä



Kohderyhmät

Junioripelaajat ja heidän perheensä

Joukkueiden fanit ja kannattajat

Muut laji-ihmiset

Paikalliset yritykset ja yhteistyökumppanit

Nokian kaupunkiyhteisö

Viestintäkanavat

Sosiaalinen media: ottelut, arki, tunteet, viihde

Verkkosivut: virallinen tieto

Ottelutapahtumat: elämyksellisyys ja yhteisö

Äänensävy

Energinen, positiivinen ja rehellinen.

FC Nokia puhuu rohkeasti mutta kunnioittavasti.

Korostetaan rohkeasti merkityksellisyyttämme

tyttöjen ja naisten liikuttajana.

Miten puhumme?



Me-muodossa

**Kannustavasti ja innostavasti
Selkeästi ja ymmärrettävästi**

Miten emme puhu?

Ylimielisesti

**Halventavasti vastustajista tai tuomareista
Epäselvästi tai sisäänpäin kääntyneesti**

Kuvamaailma

**Kuvissa korostuvat peli, tunne, liike ja yhteisö.
Aidot ottelu- ja harjoitushetket ovat tukirankana.
Käytetään paljon kuvia, joissa näkyvät kasvot,
lajista välittyvä ilo sekä tuodaan seuran logoa
näkyviin.**

Kolme tärppiä:



**Tuokaa henkilöiden ja joukkueiden tarinoita esiin!
Muistakaa säännöllisyys ja suunnitelmallisuus!
Ei unohdeta videoita - saa olla nokkela!**

5. Brändi arjessa

Ottelutapahtumat

FC Nokian ottelut ovat koko perheen tapahtumia, joissa näkyvät seura, yhteisö ja paikallisyhteisyys.

Junioritoiminta

Kaikki juniorit ovat FC Nokian tärkeimpiä brändilähettiläitä. Toiminta on turvallista, kannustavaa ja kehittävää.

Yhteistyökumppanit

Kumppanuudet perustuvat pitkäjänteisyyteen, luottamukseen ja yhteisiin arvoihin.

6. Yhtenäisyys ja vastuu

FC Nokian brändi kuuluu kaikille seuran toimijoille. Yhtenäinen ilme ja viestintä vahvistavat seuran tunnettuutta, uskottavuutta ja arvostusta.

Tämä brändikirja toimii FC Nokian virallisena brändiohjeena ja ohjaa seuran visuaalista ilmettä, viestintää ja toimintakulttuuria.

Brändin linjauksista ja mahdollisista päivityksistä vastaa seuran hallitus.

