

SYFTE FÖR NÄRVARO I SOCIALA MEDIER

Skapa gemenskap och klubbkänsla

Visa vardagen i klubben och stärka känslan av laganda, trygghet och kamratskap hos åkare, ledare och föräldrar.

Synliggöra utveckling och glädje i skidåkningen

Lyft processen, lärandet och modet i åkningen (inte bara resultat) och visa att framgång byggs inifrån.

Bygga och stärka klubbens varumärke

Förmedla klubbens värderingar, kultur och identitet genom ett enhetligt och trovärdigt uttryck som speglar vilka vi är både i och utanför backen.

Visa upp samarbete med sponsorer

Potential att sälja in synlighet för sponsorer på sikt.

TONALITET

- Varm, inkluderande och uppmuntrande
- Ett inifrån-perspektiv från åkare, tränare och föräldrar
- Hellre "vi" än "ni"
- Baserat på värdeorden i USLK

INNEHÅLL

- Alla typer av klubbaktiviteter
- Gruppbilder och rapportering från tävlingar på alla nivåer
- Resultat enbart för FIS-åkare vid placering 1-5
- Lyfta egna landslagsåkare

BILDSPRÅK

- Dokumentärt snarare än tillrättalagt
- Glada och positiva gruppbilder
- Vackra miljöbilder med fokus på snö och fjäll
- Styrka och fokus

FACEBOOK
INSTAGRAM



"Att våga försöka
är också en
seger."

"Vi tränar hårt,
hejar högst, har
roligast och
peppar varandra."

"Det bästa åket
är det man
längtar efter."

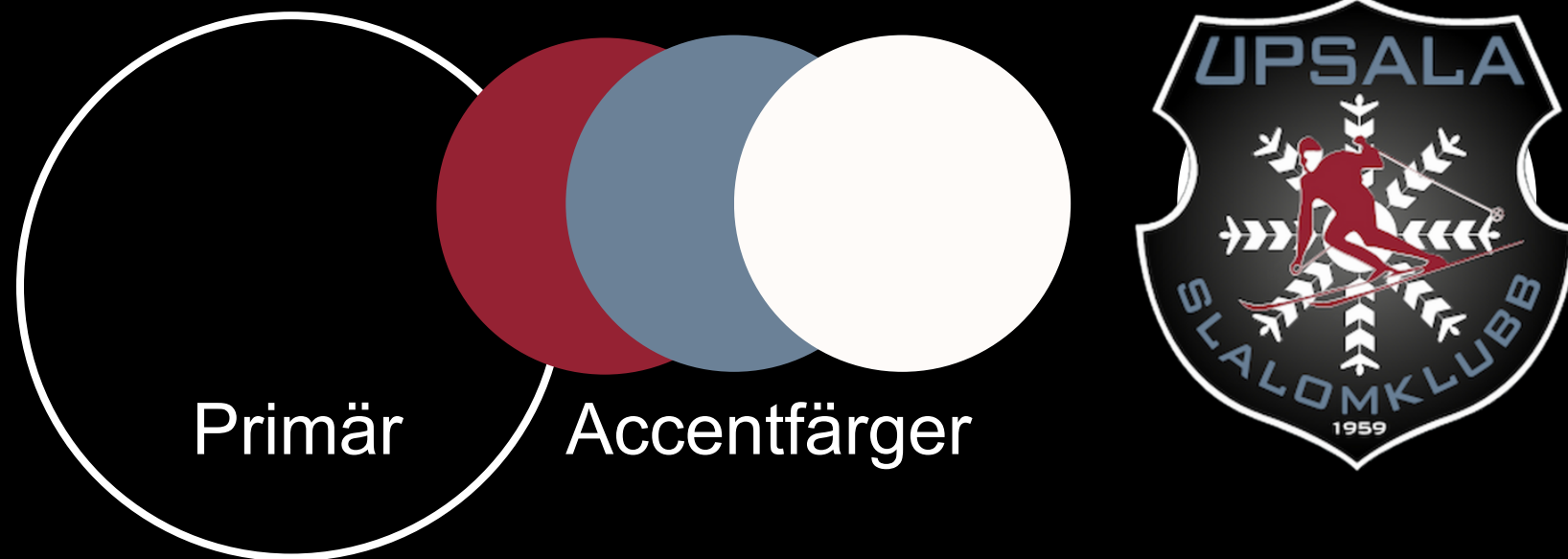
Att komplettera med:

- Hur man följer och kommenterar andra konton.
- Interaktion med och hantering av sponsorer.

VÄRDEORD

- Utveckling
- Schysst
- Laganda
- Kamratskap

FÄRGER



- Primärfärg svart som klubbkläder
- Accentfärger röd, blå och vit från loggan

TYPSNITT

RUBRIKER (Logo-typsnitt?)
Brödtext (Arial)

- Rubrik i samma typsnitt som loggan ger en stark visuell identitet och karaktär
- Brödtexten är lättläst i ett standardtypsnitt