



Kommunikationsstrategi Studentboet

Antagen av Studentboets styrgrupp den 24/05/2016

Detta dokument utgör riktlinjer för Studentboets kommunikation. Riktlinjerna omfattar all kommunikation där Studentboet står som avsändare. Riktlinjerna antogs av Studentboets styrgrupp 2016-05-24.

Syfte

Strategins syfte är att beskriva hur Studentboets kommunikation ska se ut, för att gynna en enhetlig, tydlig och positiv bild av verksamheten.

Inledning

En viktig utgångspunkt i Studentboets kommunikation är att all kommunikation ska ha Studentboet som tydlig avsändare. Genom att vara tydlig med detta, att synas i samband med den verksamhet som bedrivs/utgår ifrån Studentboet, stärks Studentboet som varumärke. Att synas i samband med sin verksamhet visar användare och allmänhet att Studentboet gör saker och är aktiva, vilket är positivt ur PR-synpunkt. En annan positiv effekt av detta är att sprida/öka allmänhetens kännedom om Studentboets existens och verksamhet.

Målgrupp

Studentboets primära målgrupper är alla presumtiva och nuvarande studenter vid Uppsala universitet och Sveriges Lantbruksuniversitet. En annan viktig målgrupp är allmänheten i Uppsala, främst i egenskap av uthyrare av bostäder till studenter Studentboet medverkar också som sakkunnig i debatter el. dyl. för att belysa boendesituationen för Uppsalas studenter. Slutligen är det också viktigt att personalen vid Uppsalas universitet, kommun och kårer känner till Studentboet och vår verksamhet för att bättre kunna informera och hjälpa stadens studenter.

Verksamhet

Studentboets primära uppgift är att hjälpa presumtiva och nuvarande studenter vid Uppsala universitet och Sveriges Lantbruksuniversitet med deras frågor gällande boende; hur man letar och söker bostad, hjälp med juridiska boendefrågor samt en säker plattform för annonser (främst andrahand). Verksamheten är till stor del förlagd till Studentboets hemsida där information och annonser hittas. Studenter kan även besöka kontoret för att få personlig hjälp med sina frågor.

Studentboets övriga verksamhetsområden är kompetensförsörjning och kunskapsspridning.

Studentboets profil och värdeord

För att Studentboets verksamhet ska fungera bra för målgrupperna krävs att verksamheten bedrivs på ett seriöst sätt och att målgrupperna uppfattar studentboet som en seriös, hjälpsam och förtroendeingivande aktör. Detta bör återspeglas i den kommunikation som Studentboet sänder ut. Studentboets värdeord ska genomsyra all verksamhet som Studentboet bedriver och därmed även speglas i Studentboets kommunikation.



Kommunikationsstrategi Studentboet

Värdeord

Trygg, hjälpsam, seriös, kompetent, pålitlig

Kommunikationskanaler

Studentboet kommunicerar främst genom hemsidan www.studentboet.se. Studentboet har även ett Twitter-konto, ett Instagram-konto och sina två Facebook-sidor Studentboet och Studentboet ads/annonser. Studentboets sociala medier används för att på ett snabbt sätt nå ut till många av våra användare medan hemsidan har ett mer långsiktigt och informativt innehåll. Hemsidan har både en svensk och en engelsk version som båda ska hållas uppdaterade. De inlägg som görs på sociala medier ska också göras på båda dessa språk för att nå ut till så många av våra följare som möjligt.

Aktivitet i kommunikationskanalerna

Studentboets hemsida har ett mer informativt och långsiktigt innehåll även om annonsaktiviteten gör att den får många besökare dagligen. Inför varje terminsstart bör dock informationen gås igenom och uppdateras vid behov, för att allt material ska vara aktuellt. Hemsidan uppdateras löpande utifrån ändringar i omvärlden, t.ex. ändringar i relevant lagstiftning etc. Information om och marknadsföring av tidsbegränsade projekt ska främst marknadsföras via Studentboets sociala medier.

På Studentboets Facebook-sida, Twitter-kontot och Instagram-kontot Studentboet ska inlägg publiceras en gång i veckan för att hålla intresset från våra användare uppe. Under perioder då många event är planerade ska dessa självfallet lyftas fram, och under lugnare perioder kan tips och råd av bostadsrelaterad art ges, event hos våra samarbetspartners delas eller annan relevant information publiceras.

Studentboets Facebook-sida Studentboet ads/annonser uppdateras löpande i och med att annonser publiceras på vår hemsida. På denna sida behöver alltså inte några andra inlägg göras såtillvida inte vi har ett event som är kopplat till bostadssökande, eller som på annat vis kan vara av intresse för studenter som söker bostad eller bor i andrahand.

Negativ feedback i våra kommunikationskanaler svaras på med professionell och saklig ton. Skulle inlägget vara kränkande, eller på annat vis gå emot Studentboets värderingar, plockas det bort. Om inlägget är svårbedömt gällande hur det ska hanteras, bör styrgrupp eller relevant kanslipersonal hos Uppsala studentkår konsulteras för att minimera risk för dålig publicitet kopplat till hanteringen av inlägget.

Ett enat intryck

Studentboets logotyp

Studentboets logotyp ska alltid finnas väl synlig på alla trycksaker som ges ut av Studentboet. Undantag kan göras där det är omöjligt, olämpligt eller icke relevant att använda logotypen.



Kommunikationsstrategi Studentboet

Logotypens utformning och användning

Studentboet har under åren haft ett antal olika varianter av sin logotyp. För att ge en mer enhetlig bild krävs dock att samma typ används konsekvent för bästa resultat enligt syfte. Bilagd denna strategi finns de olika logotyper som Studentboet i nuläget använder sig av samt en beskrivning av när det passar att använda de olika typerna. Rent generellt kan dock sägas att typ 2 i bilagan är den som i normalfallet används. Logotypen tillsammans med Studentboets finansiärs och kårens loggor används i mer övergripande fall, t.ex. på Studentboets hemsida, på vår roll-up och i andra fall där det bör framgå mot vilken bakgrund Studentboets verksamhet ska ses.

Font

För att förstärka det enhetliga budskapet och den profil Studentboet förmedlar och har använder vi följande fonter i all kommunikation.

Lato - en Googlefont, som är vad som används på vår hemsida och bör användas i den mån det går.

Arial - är närmast det vi använder på vår hemsida därför blir den bäst när Lato inte kan användas

Georgia – ett formellt typsnitt som används i interna dokument och pressmeddelanden.

Presentation av verksamhet

Att Studentboet står bakom en verksamhet skall alltid föras fram vid presentationstillfällen. Vid presentation av Studentboet som verksamhet ska det klargöras vilka finansiärer Studentboet har (Uppsala kommun, Uppsala universitet och Sveriges Lantbruksuniversitet). Studentboets ursprung som grundat av Uppsala Studentkår ska också lyftas fram.

Avsändare

Gällande formellt undertecknande finns regler om avtalsrätt och firmatecknande i Uppsala studentkårs ekonomihandbok. Vid informella undertecknanden, t.ex. vid brev och julkort är det dock också viktigt att Studentboet syns som avsändare på ett tydligt sätt.

Pressmeddelanden

Pressmeddelanden som skickas av Studentboet bör kontrolleras av relevant kanslipersonal hos Uppsala studentkår. Pressmeddelandets innehåll kan också vid behov stämmas av med Uppsala studentkårs presidium.

Artiklar, insändare etc.

Om Studentboet skriver insändare eller artiklar bör texten hanteras på samma sätt som pressmeddelanden. Innehållet bör också stämmas av med Uppsala studentkårs presidium.



Kommunikationsstrategi Studentboet

Mediekontakt

I de fall Studentboet kommenterar någon händelse i media utgår vi ifrån kårens åsiktsprogram. I de fall Studentboet har varit i kontakt med media ska kårens presidium underrättas. Om Studentboet uttalar sig i media är det viktigt att det är tydligt att det framgår att det är vi, Studentboet, som är avsändare. Styrgruppen informeras om medieaktiviteter i samband med ordinarie styrgruppsmöten. Vid kontakter med media uttalar sig Studentboet utifrån de erfarenheter och den kunskap som finns inom projektet.

Annonser på hemsidan

Annonser till hemsidan www.studentboet.se måste följa svensklag och vara i linje med vår verksamhets värdegrunder. Annonserna ska ha en tydlig koppling till studentboets verksamhet, till gruppen studenter eller på annat sätt komplettera vårt tjänstutbud.

Annonserna ska ha en särskild grafiskprofil som skiljer sig åt från studentboets. Annonserna ska ligga på vänster sidan av hemsidan på första sidan om inte det är särskilt relevant att lägga in i underfliken.

Annonserna på www.studentboet.se av våra samarbetspartners ska erbjudas gratis. Andra företag och organisationer får betala för tjänsten.

Tekniska specifikationer får tas fram i samarbete med NoEnd Ventures där paket erbjudanden med storlekar och priser anges. Detta ska först godkännas av Studentboets styrgrupp. I den ska följande ingå:

- Olika storlekar på annonser
- Olika placeringar på annonser
- Olika flik för annonser
- Olika tidsintervaller för annonser
- Digitala specifikationer för annonser
- NoEnd Ventures fast priser för arbetet
- Färgpalett om detta behövs



Kommunikationsstrategi Studentboet

Bilaga 1

Studentboets logotyper och grafiska element

Typ 1. Siluett med logotyp

Att användas när det är bra att visa i vilken kontext vi agerar, t.ex. på hemsidan, på mässor för studenter och andra aktörer etc. Poängen är att visa vår bakgrund och legitimitet varför universitetens, kommunens och kårens logotyp finns med.



Typ 2. Logotyp med text

Denna logotyp kan användas i de forum där det är relativt klart i vilken kontext vi verkar (varför inte våra finansiärer och grundares logotyper behöver synas), t.ex. på Facebook, på interna utskick, på pressmeddelanden, på publicerade undersökningar (här kan man med fördel använda siluetten på inledande sida/titelsidan och sedan använda denna logotyp, alternativt logotyp 3 på påföljande sidor). Denna logotyp finns i flera versioner, för att kunna passas in i det format som ska tryckas. Är det ett väldigt litet format kan det vara smartare att ta logotypen som inte har texten 'Studentbostäder i Uppsala' då detta inte kommer att synas i vilket fall.

Version 1

a)



Studentboet

b)



Studentboet



Kommunikationsstrategi Studentboet

Version 2

a)



Studentboet

Studentbostäder i Uppsala

b)



Studentboet

Studentbostäder i Uppsala

Typ 3. Förenklad logotyp

Denna logotyp kan användas som profilbild på facebook, detta då Siluett med logotyp ändå används som bakgrundsbild på våra facebooksidor. Logotypen kan också användas i interna dokument och andra lämpliga sammanhang.



Färg och typsnitt på logotypen

Studentboets blå är C 72, M 15, Y 0, K 0. Studentboets typsnitt på logotypen finns inte kvar. Filerna vi har kvar går att arbeta med för att fortsätta använda logotypen. Skulle vi behöva skapa en logotyp på nytt heter det närmaste typsnittet Lobster.

Att tänka på

I vissa fall kommer dessa logotyper inte att "räcka till". Det viktiga är då att ta med nyckelelementen från våra logotyper för att förmedla den enhetliga bild vi eftersträvar. Våra finansiärers och grundares logotyper kan plockas in från siluetten (typ 1). Huset och vårt namn i rätt font går också att plocka ut. Den blå bakgrundsfärgen ska användas, eller



Kommunikationsstrategi Studentboet

alternativt vår stadssiluettt med de blå strålarna (kan ses i typ 1). Huruvida texten 'Studentboet' och 'Studentbostäder i Uppsala' är vitt eller blått beror på kontexten, och ger sig ofta självt: är det vit bakgrund används blå text och används blå bakgrund/stadssiluetten använder vi den vita texten.