



SKSG

Brand Guide

versie 1.10 / juni 2023

Inhouds- opgave

01 Manifest

02 Logo

Basisvariant	4
Logo met ondertitel	5
Gebruik	6
Plaatsing	7
Pay-off	8

03 Kleur

Kleurenpalet	10
Do's & don'ts	12

04 Typografie

Lettertype	13
Hiërarchie	14
Terugvallettertypes	17

05 Stijlelementen

Kader	18
Illustraties	21
Iconen	22
Do's & don'ts	23

06 Fotografie

Look & feel	26
Key-visuals	27
Do's & don'ts	28

07 Social media

Look & feel	29
-------------	----

08 Voorbeelden

Correspondentieset	30
Key middelen	34

09 Contact

01 Manifest

Durf te ontdekken!

Doe dit met plezier
en als jij het nodig hebt,
weet dan dat wij er zijn.

Een duwtje in de rug,
een stimulerend "ga door!"

Zodat jij je kunt ontwikkelen
tot het mooiste wat je kunt
worden:

jezelf!

02 Logo

Basisvariant

Dit is ons logo: herkenbaar en vertrouwd, maar toch eigentijds. We gebruiken het liefst de variant met roze en paars op een witte achtergrond. Als we een gekleurde achtergrond gebruiken, dan plaatsen we het logo volledig in het wit.

We plaatsen het logo alleen in zwart als een kleurenprint niet mogelijk is. De zwarte variant gebruiken we dus nooit in een digitale omgeving.



02 Logo

Logo met ondertitel

Voor de verschillende vestigingen van SKSG hebben we een speciale versie van het logo, waarbij de ondertitel de vestiging aanduidt. De ondertitel is hierbij altijd met de 'K' en de onderkant van het handje uitgelijnd.

Bij ondertitels met meer dan 15 karakters (incl. spaties) gebruiken we twee regels.

Schrijf de ondertitel niet zelf onder het logo, maar gebruik de basisbestanden.



02 Logo

Do's & don'ts

Om het karakter en de herkenbaarheid van het SKSG-logo te behouden is het belangrijk om het logo altijd in originele vorm te gebruiken.

Haal de elementen nooit los, verander de vorm of positie niet, gebruik geen afwijkende kleuren of effecten en plaats het logo niet over fotografie.



Gebruik het logo in originele vorm



Logo-elementen niet loshalen



Logo nooit in andere positie plaatsen



Logo niet roteren



Logo niet verbreden of versmallen



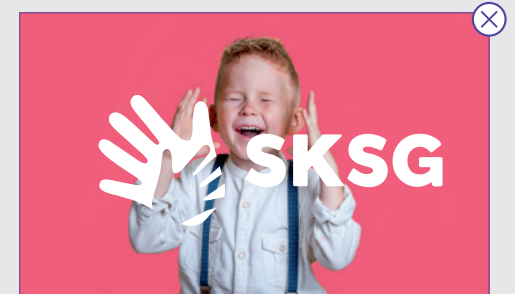
Logo geen andere kleuren geven



Geen effecten gebruiken



Geen omlijning gebruiken



Logo niet op drukke ondergrond plaatsen

02 Logo

Plaatsing

Om ervoor te zorgen dat ons logo genoeg ruimte krijgt, zorgen we altijd voor een marge die minimaal even groot is als de breedte van de 'S' van het logo.

Plaats het basislogo nooit kleiner dan 7,5 mm of 21 px hoog, zodat het leesbaar blijft. Plaats het logo met ondertitel niet kleiner dan 11 mm of 31 px hoog.

Basislogo



Minimale marges



Minimale hoogte: 7,5 mm / 21 px

Logo met ondertitel



Minimale marges



Minimale hoogte: 11 mm / 31 px

02 Logo

Pay-off

Bij communicatiemiddelen als bijvoorbeeld de correspondentieset, wordt de pay-off als endorsement gebruikt. We plaatsen deze het liefst in een tegengestelde hoek van het logo.

De pay-off bestaat in dit geval altijd uit twee regels en wordt opgebouwd in Zilla Slab semibold met corpgrootte 11 en interlinie 15.

Verdeel de twee regels altijd op dezelfde manier:

**Het mooiste wat je
kunt worden, is jezelf!**

**Het mooiste wat je
kunt worden, is jezelf!**

Zilla Slab semibold, corpgrootte 11, interlinie 15



Het mooiste wat je
kunt worden, is jezelf!

02 Logo

Pay-off

Speelt de pay-off de hoofdrol op een communicatiemiddel, bijvoorbeeld bij give aways of premiums, dan nemen we iets meer vrijheid in afbreking en uitlijning. Het font en de regelafstand blijft wel altijd gelijk.

Het logo fungeert in deze gevallen als afzender.



03 Kleur

Kleurenpalet

Ons meest kenmerkende kleuren zijn paars en roze. Daarnaast gebruiken we groen, geel en wit. Iedere kleur heeft zijn eigen associatieve betekenis.

De kleuren mogen vrij gekozen worden, maar de associaties kunnen een handige richtlijn vormen. Bij een item over gezonde voeding zou groen bijvoorbeeld een versterkende keuze zijn, terwijl paars logischer zou zijn bij een item over pedagogiek.

Uitzondering:

Wit gebruiken we nooit als volvlak, maar alleen voor een kader (zie pag. 13 en 14).

Paars

wijs – creatief – innovatief – kwalitatief

Roze

speels – vrolijk – liefdevol – aandachtig

Groen

gezond – duurzaam – groei – toegankelijk

Geel

plezier – energiek – uitdagend – geluk

Wit

deskundig – open – puur – rust

03 Kleur

Kleurenpalet

Gebruik altijd de vastgestelde kleurcodes, zodat er zo weinig mogelijk kleurverschil ontstaat.

Onze voorkeur bij printtoepassingen is een uncoated afwerking, vanwege de duurzame en natuurlijke uitstraling. Alleen als het niet anders kan kiezen we voor coated.

Paars

HEX #53388E CMYK 82-87-0-0 RGB 83-56-142 PMS C 268 PMS U 2617

Roze

HEX #EB5678 CMYK 0-78-32-0 RGB 235-86-120 PMS C 709 PMS U 191

Groen

HEX #9FC63F CMYK 46-0-88-0 RGB 159-198-63 PMS C 375 PMS U 368

Geel

HEX #FFD12D CMYK 0-18-86-0 RGB 255-209-45 PMS C 115 PMS U 107

Wit

HEX #ffffff CMYK 0-0-0-0

03 Kleur

Do's & don'ts

In al onze uitingen werken we met volvlakken in een van de kleuren uit ons palet (paars, roze, groen of geel). We gebruiken geen verlopen of afwijkende kleurvarianten.

Het liefst gebruiken we paarse titels op roze, groene en gele volvlakken. Wil je een uiting met een paars volvlak, gebruik dan witte titels. Voor het roze volvlak hanteren we een uitzonderingsregel: indien paarse titels op het roze volvlak resulteren in een slechte leesbaarheid, mag er worden uitgeweken naar witte titels.

Wit gebruiken we nooit als volvlak, maar alleen voor kaders (zie ook pag. 18).



In al onze uitingen werken we met volvlakken in paars, roze, groen of geel



We gebruiken geen afwijkende kleuren



We gebruiken geen verloopjes of andere effecten

03 Kleur

Do's & don'ts

In al onze uitingen werken we met volvlakken in een van de kleuren uit ons palet (paars, roze, groen of geel). We gebruiken geen verlopen of afwijkende kleurvarianten.

Het liefst gebruiken we paarse titels op roze, groene en gele volvlakken. Wil je een uiting met een paars volvlak, gebruik dan witte titels. Voor het roze volvlak hanteren we een uitzonderingsregel: indien paarse titels op het roze volvlak resulteren in een slechte leesbaarheid, mag er worden uitgeweken naar witte titels.

Wit gebruiken we nooit als volvlak, maar alleen voor kaders (zie ook pag. 18).



Gebruik paarse titels op roze, groene en gele volvlakken



Gebruik witte titels op een paars volvlak

03 Kleur

Do's & don'ts

In al onze uitingen werken we met volvlakken in een van de kleuren uit ons palet (paars, roze, groen of geel). We gebruiken geen verlopen of afwijkende kleurvarianten.

Het liefst gebruiken we paarse titels op roze, groene en gele volvlakken. Wil je een uiting met een paars volvlak, gebruik dan witte titels. Voor het roze volvlak hanteren we een uitzonderingsregel: indien paarse titels op het roze volvlak resulteren in een slechte leesbaarheid, mag er worden uitgeweken naar witte titels.

Wit gebruiken we nooit als volvlak, maar alleen voor kaders (zie ook pag. 18).



Gebruik wit alleen voor een kader



Gebruik wit nooit als volvlak

o4 Typo- grafie

Lettertype

Maak kennis met Zilla Slab! Ons lettertype is vriendelijk, open, eigentijds en professioneel. We gebruiken het font in de gewichten Regular, Medium en Semi-bold.

Zilla Slab is te downloaden via Google Fonts:

<https://fonts.google.com/specimen/Zilla+Slab>

Zilla Slab

Regular Medium Semi-Bold

04 Typo- grafie

Hiërarchie

Dit zijn onze standaardverhoudingen.
De lettergrootte is echter flexibel, zolang
de verhoudingen meeschalen.

1. Semi-bold, grootte 70-80
2. Semi-bold, grootte 55-65
3. Semi-bold, grootte 30-40
4. Medium, grootte 13-20
5. Regular, grootte 10-12*
6. Regular, grootte 8

* In de SKSG Word-templates wordt voor
bodytekst altijd het lettertype Zilla Slab
in de lettergrootte 11 toegepast. In mails
wordt ook lettergrootte 11 toegepast.

1. titel groot

Lorem ipsum

2. titel medium

Lorem ipsum

3. titel klein

Lorem ipsum

4. introtekst

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
integer vestibulum tempor ipsum at ultricies.

5. bodytekst

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer elit
vestibulum tempor ipsum at ultricies. Nulla suscipit turpis vitae facilisis
imperdiet. Aliquam mattis felis non mauris imperdiet volutpat. Fusce nec
felis id metus volutpat accumsan ut in nunc. Aenean at pellentesque dolor.
Duis dictum ipsum pellentesque velit feugiat gravida.

6. inzetjes

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.

04 Typo- grafie

Terugvallettertypes

Wanneer het niet mogelijk is om Zilla Slab te gebruiken, zoals bij de opmaak van online Word-documenten of online Powerpoint-presentaties, gebruiken we een terugvallettertype.

Voor tekstdocumenten gebruiken we het lettertype Georgia. In presentatiedocumenten gebruiken we de Helvetica.

Let op: gebruik deze lettertypes alleen als het niet anders kan.

Georgia

Regular **Bold**

Helvetica

Regular **Bold**

05 Stijl- elementen

Kader

Alleen de corporate branding (dus uitingen met uitsluitend de pay-off als boodschap en SKSG als afzender, zie pag. 35) bevat een aflopend kleurvlak.

Alle uitingen met een ruimere functie dan alleen corporate branding, zoals flyers, mappen of signing, bevatten een wit kader.

Als richtlijn voor de dikte van het kader houden we de volgende standaarden aan:

A5: 6 mm / **A4:** 8 mm / **A3:** 11 mm



Voorbeeld: informatieflyer
over buitenschoolse opvang

05 Stijl- elementen

Kader

Alleen de corporate branding
(dus uitingen met uitsluitend de pay-off
als boodschap en SKSG als afzender, zie
pag. 35) bevat een aflopend kleurvlak.

Alle uitingen met een ruimere functie dan
alleen corporate branding, zoals flyers,
mappen of signing, bevatten een wit
kader.

Als richtlijn voor de dikte van het kader
houden we de volgende standaarden aan:

A5: 6 mm / **A4:** 8 mm / **A3:** 11 mm



Uitingen die corporate branding als enige doel
hebben (dus uitsluitend bestaan uit een key-
visual met bijschrift, de pay-off en het logo),
bevatten géén wit kader.



Uitingen die een breder doel hebben dan
corporate branding, zoals wervingsadvertenties,
eventcommunicatie of informatieflyers, bevatten
wél een wit kader.

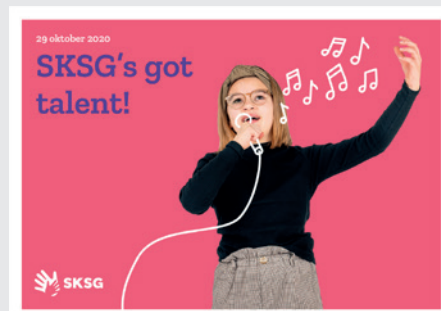


05 Stijl- elementen

Kader

Het kader mag aan één zijde uitgebreid worden, zodat een wit vlak ontstaat waarin we een titel en/of tekst kunnen plaatsen. Het kader met de fotografie houden we dan vrij van teksten en logo.

Tip: Wil je een afwijkende fotografijestijl gebruiken (bijvoorbeeld een foto gemaakt in de BSO)? Dan is een uiting met uitgebreid kader hier heel geschikt voor.



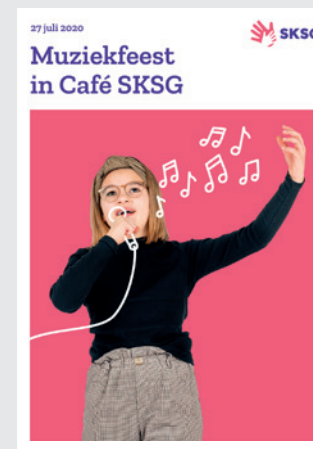
Dubbelszijdige flyer horizontaal



Enkelzijdige flyer horizontaal



Dubbelszijdige flyer verticaal



Dubbelszijdige flyer verticaal

05 Stijl- elementen

Illustraties

In de key visuals van SKSG laten we de verbeeldingswereld van kinderen tot leven komen met speelse en vrolijke illustraties. Wereldberoemd DJ, professioneel skateboarder, visboer... tijdens de ontdekkingstocht bij SKSG kun je, naast jezelf, elke dag iets anders zijn!

Voor de continuïteit hanteren we voor de illustraties altijd dezelfde (Illustrator) penseelwaarden:

penseeldefinitie: 5 pt rond

variabele-breedteprofiel: uniform

lijndikte: 1,4 pt

Als richtlijn voor de lijndikte houden we de volgende standaarden aan:

A5: 0,65 pt / **A4:** 0,9 pt / **A3:** 1,3 pt



05 Stijl- elementen

Iconen

Onze iconen laten op een vrolijke en heldere manier zien waar SKSG voor staat. Je herkent ze aan de speelse lijnen en eenvoudige vormen.

Voor de continuïteit worden nieuwe iconen altijd opgebouwd vanuit hetzelfde Illustrator-bronbestand, met de volgende penseelwaarden:

penseeldefinitie: 5 pt rond

variabele-breedteprofiel: uniform

lijndikte: 1,4 pt

Als richtlijn voor de lijndikte houden we de volgende standaarden aan:

A5: 0,6 pt / **A4:** 0,8 pt / **A3:** 1,2 pt

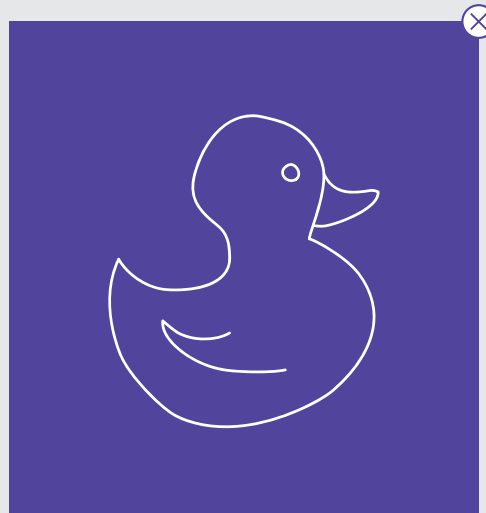
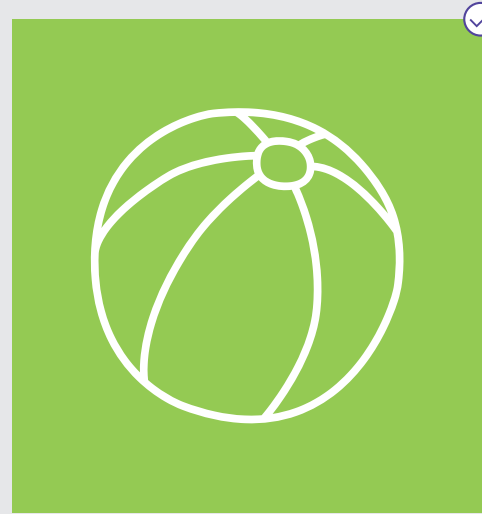
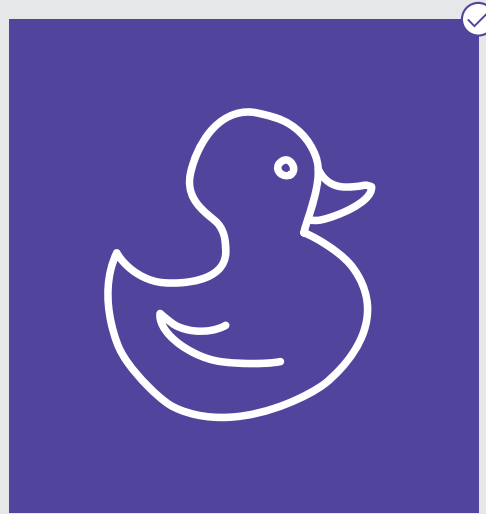


05 Stijl- elementen

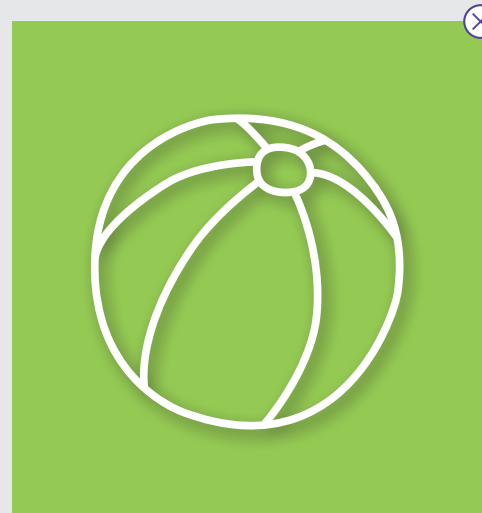
Do's & dont's

Om het karakter en de herkenbaarheid van de iconen te behouden is het belangrijk om deze altijd met de originele kenmerken te gebruiken.

Pas de lijndikte niet aan, gebruik geen effecten en kleur de iconen niet in.



Lijndikte niet aanpassen



Geen effecten gebruiken



Iconen niet inkleuren

05 Stijl- elementen

Do's & dont's

In onze uitingen gebruiken we de iconen altijd in 100% wit. Hiervoor hanteren we de volgende vier vaste combinaties:

1. groen vlak, paarse titels, witte iconen
2. geel vlak, paarse titels, witte iconen
3. roze vlak, paarse titels, witte iconen
4. paars vlak, witte titels, witte iconen

We gebruiken geen afwijkende kleuren voor de titels en iconen.



05 Stijl- elementen

Do's & dont's

In onze uitingen gebruiken we de iconen altijd in 100% wit. Hiervoor hanteren we de volgende vier vaste combinaties:

1. groen vlak, paarse titels, witte iconen
2. geel vlak, paarse titels, witte iconen
3. roze vlak, paarse titels, witte iconen
4. paars vlak, witte titels, witte iconen

We gebruiken geen afwijkende kleuren voor de titels en iconen.

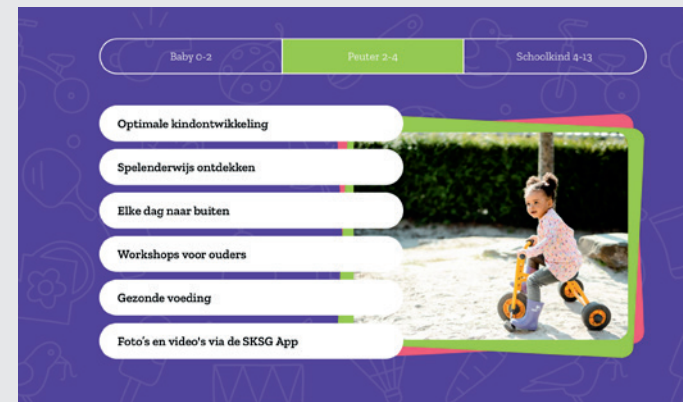
Uitzonderingen:

Er gelden enkele uitzonderingen. Deze zijn hiernaast toegelicht. Wat betreft social media worden er ook af en toe uitzonderingen gemaakt.



Kinderopvang | Peuterspeelzaal

Uitzondering: Als we het logo willen combineren met een gekleurd vlak en iconen, zetten we de witte iconen op een dekking van 20%.



Uitzondering: Op de website gebruiken we de witte iconen als achtergrondpatroon met een dekking van 20%.

Ontwikkelen van de fantasie

Wat is een goed boek om samen met je peuter te lezen? Het gaat er vooral om dat het boek past bij de belevingswereld van je kind. Met name prentenboeken met kleurrijke illustraties werken voor peuters heel goed. Maar ook boeken met korte herkenbare verhalen en 'doe-boeken' met opdrachtjes om bijvoorbeeld iets aan te raken. Peuters zijn heel erg bezig met het ontwikkelen van hun fantasie. En in boeken kan alles, dus dit is de ideale plek waar hun fantasie voor even werkelijkheid kan worden.



In boeken kan alles, dus dit is de ideale plek waar hun fantasie voor even werkelijkheid kan worden.

Uitzondering: Op de website gebruiken we geïsoleerde paarse iconen op een witte achtergrond.

o6 Foto- grafie

Look & feel

In onze fotografie zien we energieke, vrolijke en expressieve kinderen die helemaal zichzelf durven zijn.

Ze geven ons een kijkje in hun belevingswereld.



o6 Foto- grafie

Key-visuals

De basis van onze fotografie wordt gevormd door key-visuals. De achtergrond hiervan bestaat altijd uit een volvlak van één van onze huisstijlkleuren.

In het beeld is een tekening verwerkt die de belevingswereld van het kind weergeeft.

Andere beelden dan de key-visuals worden altijd gebruikt in kleur met de eigen, originele achtergrond. Hier worden geen iconen in verwerkt.



o6 Foto- grafie

Do's & dont's

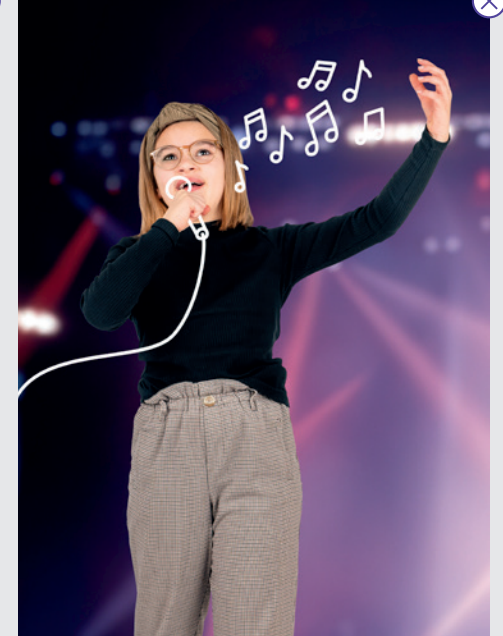
Om de continuïteit van de SKSG-identiteit te bewaken is het belangrijk om de fotografie in dezelfde stijl te houden. Gebruik daarom geen zwart-wit fotografie, bij de key-visuals geen volvlakken in een andere kleur dan de huisstijlkleuren en hier geen foto-achtergronden.



Gebruik geen zwart-wit fotografie



Gebruik geen afwijkende kleuren



Gebruik geen foto-achtergrond

07 Social media

Look & feel

Op onze social media kanalen kiezen we voor een speelse en kleurrijke mix van 'gewone' (huis-, tuin- en keuken)fotografie, afgewisseld met corporate posts met de key visuals, iconen en typografie. Voor een goede balans plaatsen we corporate posts liever niet direct achter elkaar op de tijdlijn.

Omdat SKSG altijd in beeld is als afzender, plaatsen we het logo niet ook nog afzonderlijk in de afbeeldingen.



o8 Voor– beelden

Correspondentieset



Meike Emmelkamp
Brand Marketeer

Hereweg 101, 9721 AA Groningen
t 050 313 7727 m 06 3055 6426
e m.emmelkamp@sksg.nl w www.sksg.nl

Het mooiste wat je
kunt worden, is jezelf!



Guido Heeringa
Manager Klant & Markt

Hereweg 101, 9721 AA Groningen
t 050 313 7727 m 06 1007 3203
eg.heeringa@sksg.nl w www.sksg.nl

Het mooiste wat je
kunt worden, is jezelf!



Visitekaartje

o8 Voor– beelden

Correspondentieset



Naam Achternaam
Straat Huisnummer
Postcode Plaats

Plaats 1 januari 2023

Onderwerp: Lorem ipsum dolor

Beste Naam,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur?

Met vriendelijke groet,

Directie SKSG

Het mooiste wat je kunt worden, is jezelf!

SKSG Kinderopvang
Hereweg 101
9721 AA Groningen

Contact:
050 313 77 27
www.sksq.nl

IBAN: NL31 ABNA 0541 1490 50
KVK: 41012651
BTW: NL801688309B01

Briefpapier



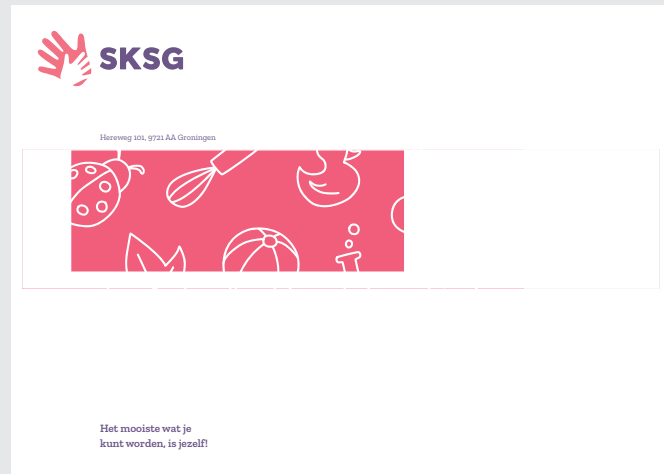
Volgpagina.

Het mooiste wat je kunt worden, is jezelf!

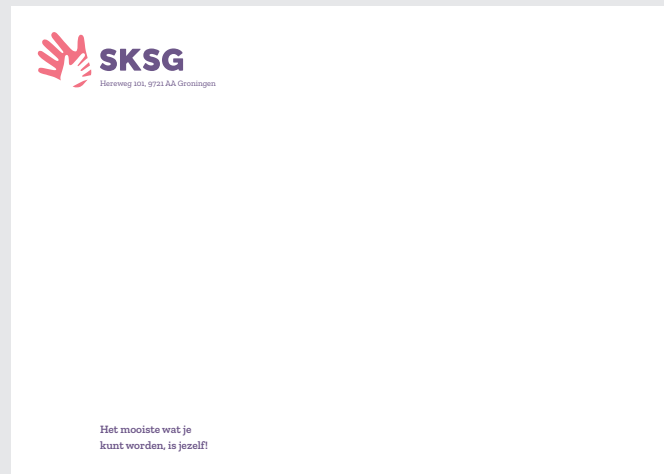
Volgvel

o8 Voor– beelden

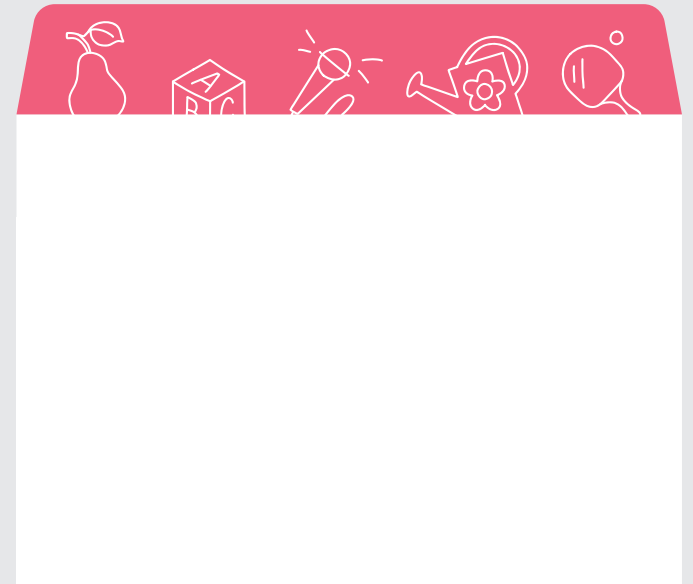
Correspondentieset



Vensterenvelop EA5



Envelop zonder venster EA5



Binnenzijde envelop

o8 Voor– beelden

Correspondentieset



Hereweg 101, 9721 AA Groningen



Het mooiste wat je
kunt worden, is jezelf!

Vensterenvelop C4



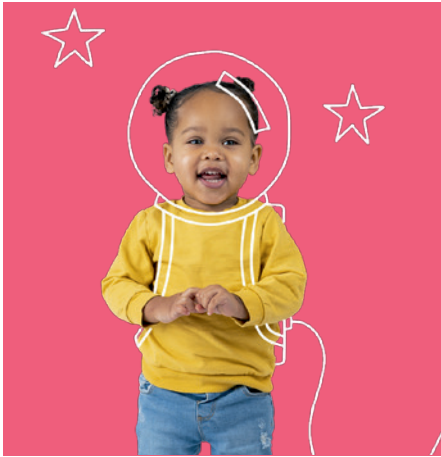
Hereweg 101, 9721 AA Groningen

Het mooiste wat je
kunt worden, is jezelf!

Envelop zonder venster C4

o8 Voor– beelden

Correspondentieset



Titel document

Ondertitel document

Status: Concept | Versie 1.1

Eigenaar: Naam Achternaam

Datum: 1 januari 2023



Inhoudsopgave

Titel eerste hoofdstuk (Kop 1)

2

Titel van hoofdstuk 2

2

Titel hoofdstukje 3

3

Dit is een kop twee met tekst (Kop 2)

3

Nog een kop 2 met tekst

3

Concept | Versie 1.1 | Naam Achternaam | Datum: 1 januari 2023

Pagina: 1 van 4

Titel eerste hoofdstuk (Kop 1)

Inleiding Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

Standard Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra magna imperdiet enim. Fusce est.

Tussenkop

Oplossing verder ingeprengden. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo

Kop	Kop	Kop	Kop	
Tekst	Tekst	Tekst		
Tekst	Tekst			
Tekst				

Tore escitias et ute estia nim volupta quia necesti rerum namque ab ides ma que cus, opta alis acis si cone pra di as nonnendi corera delectatio lilt quo voluptas se odici rest veriorro odit resque tem fugiat et verusita pororep subsectumendi ium que reitua lictipiae dolupta remimendebis si enim nationsequi ut eicis aboressequae voloria nitionem ini dus voluptae nullorum nonsequasi que nobitib utecusa plis mi, con narnus ipid et doloria et aut aut pore sapedit iostia parundam alit undit es sperepalit reur remque voluptatibus nim nonceos ut a volaricis escuscione nonsequamus am, el ium reuepro bernati isimus ne idipsan ditappel mo od et volorruptat.

Titel van hoofdstuk 2

esperum aut esti tendaeapel il eseruptam volores ut arumquunt fugit quas dolorro quas sita quam, soluptatur, q Num quide plitenda dolor aut ipiet adit magnitibus con consequi ipsam cuptas eos restibusam, quid et quas expedis sensih elaborene si aped quo deritatem accas. Ut quos eum fugiatius maiorensit, officiotam ut lis et es necum esis eserorid molum nullitatem expere bearchilibus re vendest vellaute pro moluptur aut atiat doluptatur? Qui sit laccatemodi cumqui beatendit quia pre velles provit, si re paribust int quamus acruptam quo con coeres aliquam quia quia ditatur, solesci laegue omis expilbus, quia maximima e pre, vel eicietur sae non etur, sibitius aut aut autosao nobita pellaut volere re sequi blanisc ipsantati tet aspis dolore maio stiam quidita tianguam et ma ipit quodit quatorem inis et quam quidero remporos volorroem lia perum aut event latem.

Dit is ook een tussenkop

Num quide plitenda dolor aut ipiet adit magnitibus con consequi ipsam cuptas eos restibusam, quid et quas expedis. Ut quos eum fugiatius maiorensit, officiotam ut lis ut es necum esis eserorid molum nullitatem expere bearchilibus re vendest vellaute pro moluptur aut atiat doluptatur:

- Hier sit laccatemodi cumqui beatendit quia pre velles provit;
- Si re paribust int quamus acruptam quo con coeres aliquam quia quia;
- Dilatir, solesci laegue omis expilbus.

Concept | Versie 1.1 | Naam Achternaam | Datum: 1 januari 2023

Pagina: 2 van 4

Word-template beleidsdocumenten

o8 Voor— beelden

Key middelen

Corporate advertenties

Aflopende advertenties (zonder wit kader) gebruiken we alleen voor corporate communicatie (imago). Elementen bestaan uit een key-visual inclusief bijschrift, de slogan 'Het mooiste wat je kunt worden, is jezelf!' en het corporate logo. Geen extra stukken tekst, gewoon alleen om SKSG te laten zien.

Deze advertenties kunnen we bijvoorbeeld gebruiken op de achterkant van een FC Groningen magazine of een ander informatief krantje, etc.



o8 Voor– beelden

Key middelen

Wervingsadvertenties

Advertenties met een wit kader waarbij er ruimte is voor een beschrijvende tekst of CTA. Bijvoorbeeld gericht op het werven van baby's, voor de Sport BSO of voor bepaalde acties. De heading wordt gebruikt voor versterking van de bodytekst en het beeld mag corporate fotografie of een gewone afbeelding zijn.

Deze advertenties hebben een duidelijke CTA en zijn niet alleen bedoeld voor imago-building.



Zwanger? Gefeliciteerd!

Jouw baby is het meest bijzondere wat er is en verdient de beste zorg. Ook wanneer jij aan het werk bent.

Bij SKSG bieden we een veilige en vertrouwde omgeving, waar structuur en aandacht voor jouw kind het belangrijkste is. Benieuwd geworden? Plan een rondleiding op één van onze prachtige locaties, door te bellen met 050 317 1390, via WhatsApp 06 4949 4921 of op onze site [sksg.nl/rondleiding](https://www.sksg.nl/rondleiding).



o8 Voor– beelden

Key middelen

Locatiebord



Kinderopvang | Peuterspeelzaal

o8 Voor- beelden

Key middelen

Informatiemappen



o8 Voor– beelden

Key middelen

Informatieflyers





Jouw kind in vertrouwde handen

De stralende lach die speciaal voor jou bedoeld is, de prachtige ogen waarmee hij of zij de wereld probeert te begrijpen en uiteindelijk het eerste stapje: klaar om de wereld te veroveren! Jouw kind is het mooiste wat er is. Als jij aan het werk bent, wil je daarom de beste zorg voor hem of haar in een vertrouwde of liefdevolle omgeving.

Onze pedagogische professionals geven jouw kind volop aandacht, begeleiding en verzorging in een vertrouwde, vaste groep. De **optimale ontwikkeling** van jouw kind staat bij ons voorop. Speelgoed en activiteiten op het kinderdagopvang zijn afgestemd op de leeftijd van de kinderen. Je kind maakt kennis met zingen, voorlezen, bewegen en spelen met verschillende materialen. Daarnaast gaan we - óók als het regent - **elke dag met de kinderen naar buiten**.

Natuurlijk snappen we dat je zelf het liefst de hele dag bij je kleintje bent. Daarom is er de **SKSG-app**. Zodat als jij aan het werk bent, je toch op de hoogte blijft van de belevenissen van jouw kind!

Het mooiste wat je kunt worden, is jezelf!

SKSG Kinderopvang
Hereweg 101
9721 AA Groningen

050 317 1390
klantadvies@sksg.nl
www.sksg.nl

o8 Voor– beelden

Key middelen

Informatieflyers



o8 Voor– beelden

Key middelen

Informatieflyers



Het mooiste wat je
kunt worden, is jezelf!

Toe maar kleintje, start je ontdekkingstocht!

De stralende lach die speciaal voor jou bedoeld is, met grote ogen de wereld ontdekken en uiteindelijk het eerste stapje: klaar om de wereld te veroveren! Als jij aan het werk bent, wil je de beste zorg voor je kind in een vertrouwde omgeving.

De ontwikkeling van jouw kind staat bij ons voorop. Ieder kind is uniek en heeft eigen wensen en behoeften. Onze pedagogisch professionals geven jouw kind de ruimte om zich in een eigen tempo te ontwikkelen. Je mag ons zien als partner in de opvoeding. We begeleiden en stimuleren jouw kind om het mooiste te worden wat hij of zij kan worden, namelijk: zichzelf.

Start de ontdekkingstocht van jouw kleintje bij SKSG? **Kom naar de kijkdag van onze babyopvang op dinsdag 31 januari!** Meld je snel (en gratis) aan via sksg/kijkdag.



SKSG Kinderopvang
Hereweg 101
9721 AA Groningen

050 317 1390
klantadvies@sksg.nl
www.sksg.nl

09 Contact

Vragen?

Heb je vragen of opmerkingen over (een onderdeel uit) deze brand guide? Neem contact op met Meike Emmelkamp via m.emmelkamp@sksg.nl.

Deze visuele identiteit is ontwikkeld door [Junction creative + digital agency](#).

