

Junis

varumärkesgrund



Junis varumärkesgrund

Det här är ett verktyg och en hjälp på vägen för alla som på ett eller annat sätt representerar Junis – vare sig det är en ledare, förtroendevald eller anställd. Målet är att representera Junis på ett sätt som stärker den bild vi vill att andra ska ha av Junis. Bilden av Junis skapas inte bara av hur vi ser ut och hur vi kommunicerar. Den byggs minst lika mycket av hur vi agerar och vad vi levererar. Därför behöver vi utgå från samma grund både i organisation, verksamhet och kommunikation – för att bilden av vårt varumärke ska vara så tydlig som möjligt.

Inledning

Ett varumärke byggs av mottagarens samlade associationer till och intryck av en idé, organisation, produkt eller tjänst. Detsamma gäller för Junis. Det betyder att allt vi gör – oavsett det gäller verksamhet, påverkansarbete eller kommunikation – påverkar människors bild av vårt varumärke och ”den rätta känslan”. Varumärket Junis är med andra ord = allt vi är, gör och säger.

En viktig förutsättning för att vi i Junis ska lyckas nå ut med vår kommunikation är att underlätta för våra mottagare att känna igen oss. Att vi utgår från en och samma grund i allt vi gör och att vi uppträder på ungefär samma sätt, oavsett var och när vi syns. Endast genom att samla våra uttryck har vi möjlighet att skapa ett gemensamt intryck av oss själva och vår verksamhet. En del av det samlade intrycket av Junis består av vårt grafiska uttryck, det är samlat i *Junis grafiska profil* som finns att ta del av via junis.se/ledare/bildbanken. Junis varumärkesgrund handlar om de andra bitarna av vårt varumärke – till exempel vår vision, vårt varumärkeslöfte, våra målgrupper, hur vi positionerar oss och hur vi pratar om Junis.

Varumärkesgrunden är det interna, strategiska styrdokument som ligger till grund för vårt beslutsfattande. Varumärkesgrunden rymmer såväl information om ”vilka vi är” som ”vart vi ska” men även ”hur vi tar oss dit”. Grunden med dess kärna – varumärkeslöftet – definierar den känsla vi vill att mottagaren ska ha av Junis. Vår varumärkesgrund beskriver VAD vi ska kommunicera för att våra målgrupper ska få förtroende för oss och förknippa oss med det vi vill.

Framför allt vill vi förmedla att vi arbetar för en barnsligare värld där barn får vara barn.



Vilka är vi?

Vart ska vi?

Hur tar vi
oss dit?

Vår idé, vårt löfte och vår vision – vilka är vi?

För att uppfylla syftet och nå målet med ett tydligt varumärke behövs en varumärkesgrund som innehåller information om vilka vi är. Grundstenar i varumärket är vår idé, vårt löfte och vår vision.

Idé

Idén är vår uppgift i ett större sammanhang. Syftet med att vi finns till, nyttan och meningen det för med sig.

Vår idé

Att göra positiv skillnad för barn, tillsammans som en grupp.

Löfte

Ett varumärkeslöfte, kan även kallas varumärkets kärna, är en beskrivning som ska skapa ”den rätta känslan” för varumärket.

Vårt löfte

Barn ska få vara barn! Ha kul, utvecklas och vara med och bestämma. I ett jämlikt, tryggt och nyktert sammanhang där alla barn är välkomna, utan krav på prestation. Tillsammans, över hela landet, tar vi ansvar för en barnsligare värld.

Vision

Visionen fungerar som en långsiktig målbild. Den ska vara ambitiös och eftersträvansvärd och beskriva varumärkets roll i en framtida omvärld. Visionen är inte nödvändigtvis uppnåelig utan ska mer fungera som en ledstjärna. När man ska ta beslut inom Junis ska man fråga sig; bidrar det här på ett eller annat sätt till att komma närmre visionen?

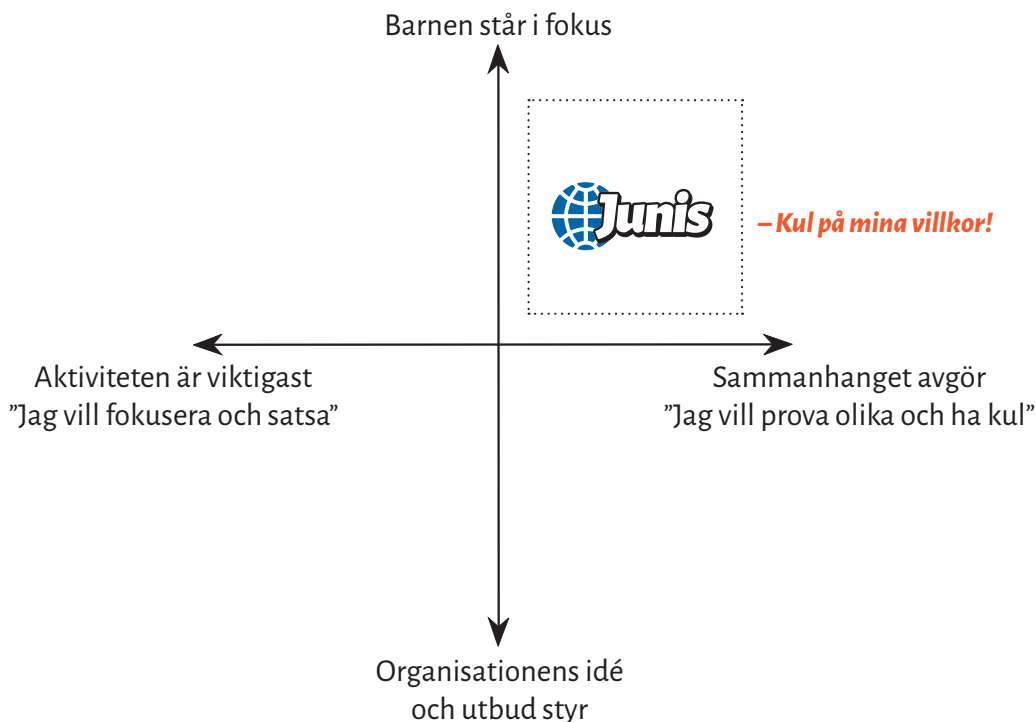
Vår vision

En värld där barn får vara barn!

**”En värld där barn får
vara barn!”**

Positionering – vad ska vi vara kända för?

Positionering handlar om vilken plats vi vill ha i människors medvetande och vilka associationer vi önskar göras till varumärket. Vad för sorts organisation ska människor tänka på när de tänker på Junis? Positioneringen sätter varumärket i ett sammanhang på marknaden, bland övriga aktörer, företag och organisationer. Att tydligt positionera oss underlättar för mottagarna att uppfatta oss på det sätt vi vill bli uppfattade.



Barnen står i fokus

Aktörer som erbjuder en mångfald av aktiviteter där barnen själva är med och bestämmer vad man ska göra. Ledarnas uppgift är att erbjuda rolig verksamhet i ett jämlikt, tryggt och nyktert sammanhang – på barnens villkor. Verksamheten utgår från en tydlig idé med barns trygghet och rättigheter i fokus.

Organisatörens idé och utbud styr

Aktörer som har ett specifikt erbjudande och det är organisatören som bestämmer vad som erbjuds. Ledare och deltagare är delaktiga utifrån en specifik verksamhet och aktivitet. Även här kan det finnas en tydlig idé och inställning, det kan handla såväl om bredd- som elitsatsning.

Vissa tycker att sammanhanget är viktigast...

Verksamheter för den som vill prova på olika saker och aktiviteter. Det handlar inte bara om vad man gör utan mer om sammanhanget. Viktigare är att ha kul, träffa kompisar, att få vara den man är och samtidigt växa och utvecklas. Både som ledare och deltagare.

... medan andra väljer utifrån själva aktiviteten.

Verksamheter för den som vill fokusera på något specifikt och satsa. Både ledare och deltagare väljer den verksamhet där de känner att de har bäst förutsättningar att utvecklas och lyckas.

Vart platsar Junis?

Målet är att Junis ska associeras till och positioneras som att ligga i ett "kvarteret" "Barnen står i fokus" och "Sammanhanget avgör". Vår positionering sammanfattas som Kul på mina villkor!

Målgrupper – hur attraherar vi fler?

Junis målgrupper kan vara både ledare och potentiella ledare, medlemmar och potentiella medlemmar, föräldrar och vårdnadshavare, civilsamhället och makthavare. De kan vara olika i ålder och kön och de finns i hela Sverige. Därför definierar vi inte typiska demografiska målgrupper utan utgår från hur personer resonerar kring Junis. Vilka är deras motiv och drivkrafter när det kommer till fritidsaktiviteter för barn? Hur ser de på barnverksamhet i nykterhetsrörelsens regi, där barnen själva är med och bestämmer? Vad har de för förkunskaper och tidigare erfarenheter som formar deras förutsättningar att tolka budskap från oss?

Nedan finns olika beskrivningar av hur folk kan resonera kring Junis. Syftet med dessa beskrivningar är att underlätta utvecklingen av hur vi kan attrahera fler, genom att anpassa de budskap och argument vi förmedlar beroende på vem eller vilka vi vänder oss till.

Det är kul

Vi är med i Junis för att det är kul, kompisarna är där, vi gör roliga saker och får vara med och bestämma. Både barn, föräldrar och ledare tycker det är viktigt, värdefullt och roligt att barnen själva är med och bestämmer och utformar aktiviteterna. Det skapar delaktighet och glädje. I Junis kan man känna sig trygg och våga prova nytt. Man får både ha kul och samtidigt lära sig saker, växa och utvecklas. Vissa av oss trivs så bra att vi fortsätter i verksamheten, stannar kvar och blir ledare. Andra av oss tycker att det är roligt här och nu. En del av oss har en tidigare relation till Junis genom föräldrar, syskon, vänner... För oss är det alldeles naturligt att vara med.

- Det viktigaste att förmedla är att vi finns, var vi finns och vad vi gör.
- **De ska veta:** att Junis är en demokratisk organisation där barnen tar fram förslag, röstar och är med och bestämmer, att det handlar om att ha kul och träffa kompisar, var Junis finns på just deras ort. På sikt ska de även känna till möjligheterna att själva bli ledare.
- **De ska känna:** glädje över att vara en del av Junis, trygghet tillsammans med ledare, kompisar och i aktiviteterna, nyfikenhet och mod att prova nya saker, delaktighet, att de är med och bestämmer och är inkluderade i en gemenskap.

Här får barn vara barn

Vi gillar Junis för att det är en bra verksamhet där barn får vara barn. Alla är välkomna och får vara med, ingen pekas ut och det ställs inga krav på prestation. Vi tycker att alldeles för många barnverksamheter ställer för stora krav, både på barn och föräldrar. Man måste satsa allt, annars får man inte vara med. För oss som vill prova lite olika saker och bara vill ha kul är Junis toppen. Här får man vara som man är, det räcker långt. För oss spelar det mindre roll vilken organisation som ligger bakom, så länge det känns tryggt. Junis har en bra verksamhet för barnen och är dessutom duktiga på att nå föräldrarna. För oss som inte alltid räcker till för våra barn – för att vi antingen jobbar för mycket eller kanske befinner oss i miss- eller åtminstone riskbruk – är det skönt att Junis finns. Här blir barnen sedda och får ha kul.

- Det viktigaste att förmedla är att alla barn är välkomna och att vår verksamhet inte ställer krav på vare sig barnens eller föräldrarnas individuella prestation.
- **De ska veta:** att Junis är en verksamhet utan krav på individuell prestation men däremot på ett gemensamt ansvar, att alla barn (6–15 år) är välkomna, att fokus ligger på att ha kul och att man kan prova på olika aktiviteter.
- **De ska känna:** att de är välkomna, att de duger precis som de är, känna glädje och trygghet, att de är inkluderade och en del av gemenskapen.

Fattar inte grejen

Vi undrar vad det egentligen är man gör i Junis? Vi har hört talas om Junis men fattar inte riktigt grejen. Vad gör man egentligen där och hur funkar det? På vissa ställen verkar det handla om idrott, på andra är det pyssel. Eller teater... Känns lite oproffsig. Ska man till exempel spela fotboll vill man ju göra det i ett riktigt lag med riktiga tränare. Baka och lägga pärlplattor kan man väl göra hemma i stället för i någon muggig föreningslokal? Och var kommer pengarna till verksamheten från när det i stort sett är gratis att delta? Får de bidrag?

- Det viktigaste att förmedla är hur vår verksamhet funkar och om idén bakom.
- **De ska veta:** att Junis är en del av IOGT-NTO-rörelsen som stöttar och finansierar, att ledarna är nyktra och trygga förebilder i alla situationer och sammanhang, att verksamheten fokuserar på att barn får vara barn och ha kul, att barnen själva är med och bestämmer aktiviteterna.
- **De ska känna:** trygghet med att Junis är en öppen och ärlig verksamhet, på barnens villkor.

Inte för oss

Junis är nog inte för oss. Vi är ingen missbruksfamilj och vill inte få någon stämpel på oss eller tvingas in i något. Vi tycker inte att det är något fel med en nykter verksamhet, självklart inte, men det är nog inget vi vill vara en del av. Mina barn ska inte behöva umgås med sådana som har problem. Det finns andra barnverksamheter som passar oss bättre. Om barnen är med i Junis kanske andra tror att vi är en missbruksfamilj. Den stämpeln vill vi verkligen inte ha. Vi vill inte heller att barnen tvingas på någon ideologi eller "sektidéer". Och måste vi föräldrar också bli helnyktra om barnen ska vara med i Junis?

- Det viktigaste att förmedla är vad vi gör, att alla är välkomna och om hur kopplingen till IOGT-NTO-rörelsen och kraven på nykterhet ser ut.
- **De ska veta:** att Junis är en del av IOGT-NTO-rörelsen, att ledarna är nyktra men att det inte ställs krav på att föräldrarna ska vara det, att i Junis betyder nykterhet trygghet, att Junis välkomnar alla barn, oavsett bakgrund och familjeförhållanden, som vill ha kul tillsammans och vara med och bestämma aktiviteterna i verksamheten.
- **De ska känna:** att de är välkomna till Junis, lugna med att det är en bra verksamhet där barn får vara barn och ha kul på sina villkor, att nykterheten ger trygghet och glädje för barnen.

Aldrig hört talas om

Junis? Nej, det är inget vi känner till. Vi har aldrig hört talas om Junis och inte kommit i kontakt med någon verksamhet i deras regi. Om vi får veta mer så kanske vissa av oss kommer att vara positiva. Medan andra tycker att det inte är för oss. IOGT-NTO och nykterhetsrörelsen har vissa av oss hört talas om men undrar vad den har med barn och barnverksamhet att göra?

- Det viktigaste att förmedla är vad vi gör och kopplingen till IOGT-NTO-rörelsen.
- **De ska veta:** att Junis är en del av IOGT-NTO-rörelsen, att ledarna är nyktra men att det inte ställs krav på att föräldrarna ska vara det, att i Junis betyder nykterhet trygghet, att Junis välkomnar alla barn, oavsett bakgrund och familjeförhållanden, som vill ha kul tillsammans och vara med och bestämma aktiviteterna i verksamheten.
- **De ska känna:** att de är välkomna till Junis, att nykterheten innebär trygghet för barnen, kravlöshet för egen del.

Våra vägledande principer – vad står vi för?

Vi gör positiv skillnad för barn, tillsammans som en grupp. Vi har kul i en trygg och nykter verksamhet som vägleds av demokrati och solidaritet.

Demokrati, solidaritet och nykterhet är stora ord med en innebörd som inte alltid är enkel att kommunicera med barn. Det kan också vara knepigt att förklara för våra medlemmars vårdnadshavare varför en barnorganisation har nykterhet som princip, eller varför ledare måste vara nyktra utanför verksamheten också. Därför har vi formulerat sätt att prata om våra vägledande principer som fångar kärnan i vad de egentligen betyder för Junis.

Vad tycker du?

I Junis innebär demokrati delaktighet, att alla får vara med och bestämma. Det finns alltid valmöjligheter. Vi tar fram förslag och röstar. Vi är öppna mot varandra, lär oss att involvera och visa respekt för olika viljor. Även viljan att inte vara med och bestämma.

- Vi frågar alltid: Vad tycker du?

Hur kan vi hjälpas åt?

I Junis handlar solidaritet om gemenskap och om att vara en bra kompis. Alla får och kan vara med på sina villkor. Vi lämnar ingen utanför men respekterar den som vill vara ifred. Tillsammans hjälps vi åt och visar hänsyn till varandra, till gruppen, miljön, naturen och omvärlden.

- Vi frågar alltid: Hur kan vi hjälpas åt?

Då känns det tryggt!

I Junis betyder nykterhet trygghet. Att du alltid kan vara den du är och att du kan lita på att ledare och andra vuxna alltid är sig själva och desamma oavsett situation. Vi litar på varandra som individer och på gemenskapen i grupp. Alla är inkluderade i Junis trygghet där barn och vuxna är på samma nivå.

- Då känns det tryggt!



Kreativt koncept – den röda tråden

Ett kreativt koncept är en grundläggande idé, en sorts röd tråd, utifrån vilken all kommunikation kan och bör utgå, både intern och extern. Konceptet ligger till grund för en och samma ton och attityd, vilket bygger igenkänning och på sikt ett tydligt varumärke. Junis kreativa koncept sammanfattas i en devis.

Devis

Devisen sammanfattar Junis och gör att både avsändare och mottagare blir påmind om vad vi är, gör och står för. Devisen ska stå i anslutning till logotypen i reklam- och marknadsföringssammanhang. Devisen speglar vår inställning och bidrar till att stärka vår position.



Vår devis

En barnligare värld!

Ton och attityd

I kommunikationen – både intern och extern – ska vi hålla oss till en och samma ton och attityd. Det hjälper oss att påverka våra olika målgrupper att ta beslut i rätt riktning.

Vår ton och attityd

Junis kommunikation speglar vår verksamhet – kul och klartänkt, demokratisk och solidarisk. Och med stor respekt för barnens värld.

Boiler plate/kortbeskrivning

En boiler plate sammanfattar organisationens idé och löfte i några korta rader som med fördel kan läggas i anslutning till avsändaren för att ständigt påminna om vår idé och verksamhet. Denna kortbeskrivning kan användas på till exempel baksidan av en broschyr, som avslut på en annons, landningssida på webben, mejlavsändare... Den kokar ner det allra viktigaste.

Vår boiler plate

En barnligare värld!

Hos oss får barn vara barn. Ha kul, utvecklas och vara med och bestämma. I ett jämlikt, tryggt och nyktert sammanhang där alla är välkomna, utan krav på prestation. Tillsammans, över hela landet, tar vi ansvar för en barnligare värld.

”En barnligare värld!

Hos oss får barn vara barn. Ha kul, utvecklas och vara med och bestämma. I ett jämlikt, tryggt och nyktert sammanhang där alla är välkomna, utan krav på prestation. Tillsammans, över hela landet, tar vi ansvar för en barnligare värld.