skapa en

GRAFISK PROFIL

UNDER TUSENLAPPEN

academi
av Martina Lundborg

hej,

KUL ATT DU ÄR HÄR!

Välkommen till min lilla guide om hur du skapar en professionell grafisk profil för under tusenlappen! Jag är så glad att du valt att kika in just här för att få tips och råd framåt. Detta är första steget till att förbättra din närvaro på sociala medier och internet! Nu kör vi!

Hallå där, det är jag, Martina Lundborg! Jag har varit igenom många versioner av mitt varumärke genom åren, och alltid gjort allting själv. Jag finns helt här för att du ska slippa göra samma fula val som jag gjorde när jag var ny! Jag är i grunden fotograf, men också videograf, eventkoordinator, webbdesigner och grafiker - många bollar i luften helt enkelt.

Men vi börjar med din grafiska profil - häng med så ska jag ge dig mina bästa tips!

academi
av Martina Lundborg

VARFÖR EN GRAFISK PROFIL?

Internet är fullt av information, bilder och budskap som konkurrerar om uppmärksamhet, men här är hemligheten: En stark grafisk profil är ditt bästa verktyg för att sticka ut och göra ett **bestående** intryck.

Fördelarna med en genomtänkt grafisk profil är många. För det första ökar den din trovärdighet och pålitlighet. När människor ser en enhetlig och professionell visuell identitet på din webbplats eller dina sociala medier, kommer de att känna förtroende för dig och ditt varumärke. Det gör det också lättare för dem att förstå vad du representerar och vad du erbjuder.

När folk ser din logotyp, färger och typsnitt, kommer de att associera dem med dig och ditt varumärke. Detta ökar chansen att de kommer ihåg dig och återvänder till dig för mer information eller för att köpa dina produkter eller tjänster.

Men, en ordentlig genomarbetad grafisk profil genom tex en byrå är dyr, och jag förstår att det inte är pengar som alla har när man startar. Så därför ska vi idag lära dig knepen till hur du gör en grafisk profil med en budget på enbart 1000 kronor.

academi
av Martina Lundborg

steg 1.

TONALITET

Innan du dyker in i skapandet av ditt varumärke på internet, är det viktigt att fundera över vilken känsla du vill att det ska förmedla. Tänk på ditt varumärke som en personlighet som kommunicerar med dina följare.

Här är några exempel:

1. KONSTNÄRLIG BOHEM

Om du är en konstnärlig själ som hämtar inspiration från naturen och kreativitet, bör ditt varumärke spegla den bohemiska, naturinriktade stilen. Använd naturnära färger, organiska former och en sprudlande kreativ ton.

2. LEKFULL FÖRSKOLA

Om du driver en förskola eller ett liknande företag, ska din tonalitet vara lekfull och barnvänlig. Använd ljusa färger, humoristiskt språk och fokusera på att skapa en trygg och rolig miljö för barn och föräldrar.

3. CAFFELATTE-ENTUSIAST

Om du är en kaffedrickande entusiast, bör din kärlek till kaffe genomsyra ditt varumärke. Använd bilder av rykande kaffebönor, dela dina bästa kafferecept, kommunicera i olika toner av brunt och beige och använd en informell och vänlig ton när du pratar om kaffe.

HITTA DIN RÖST

Oavsett vilken **känsla** eller **personlighet** du vill att ditt varumärke ska ha, är det avgörande att vara konsekvent i din kommunikation.

När du har klargjort din önskade tonalitet kan du använda den som en grund för att skapa ditt visuella uttryck, ditt språk och dina innehållsstrategier på internet. På så sätt kan du skapa en stark och igenkännbar online-närvaro som känns igen och som dina följare kan identifiera sig med.

academi
av Martina Lundborg

steg 2.

NAMN & DOMÄN

Då var det dags att säkra din plats på den stora vida webben. Du kanske redan har ditt namn redo, då kan du skippa detta och tuta vidare till steg 3!

SAKER ATT TÄNKA PÅ NÄR DU VÄLJER NAMN PÅ INTERNET OCH SOCIALA MEDIER:

Vi kan börja med den första frågan - Vill du hänga kvar i Sverige? Om svaret är Ja, då kan du döpa alltihop till något trevligt på svenska! Se bara till att du inte använder å, ä eller ö i ditt namn eftersom de inte går att ha i webbadresser och gör det väldigt komplicerat för folk utan svenska tangentbord att hitta dig.

ÄR DET LEDIGT?

Är domänen och namnet ledigt? Gå in på www.one.com eller liknande domäntjänst och sök på lediga domäner där. Hittar du en domänadress som du tycker fungerar så se till att det namnet även är ledigt på Instagram och TikTok, och alla andra plattformar där du helst vill hänga.

En domän kostar från **200 kronor** per år. Du kan även ”paxxa” namnet för mindre, om du inte vill bygga en hemsida direkt. Börja med det minsta paketet, där du ofta också får fria månader eller tillåmed år!

academi
av Martina Lundborg

steg 3.

LOGOTYP

Nu är ditt namn bara ditt och det är dags att skaffa en logga! Som tur är lever vi i en väldigt intressant tid fylld med digitala och intelligenta lösningar på alla problem. Ja, jag pratar om Ai.

Därför går du nu in på www.Looka.com eller liknande hemsida för Ai logotyper. Vi kommer använda namnet Lisa som företagsnamn, men med olika typer av företag när vi söker på Looka.com som exempel. Looka är inte det enda alternativet, det finns såklart många fler, så det är bara att testa sig fram!

KATEGORI

Först kommer du få skriva in vilken kategori ditt varumärke arbetar inom. Jag gjorde fyra olika, en inom hudvård, en inom medicin, en inom familj och en inom odling.

VÄLJ LOGGOR DU GILLAR

Nu får du massa förslag på olika logotyper, här ska du välja ett par stycken som du känner har rätt känsla för ditt varumärke! Tänk på att detta bara är känslan, du väljer inte den faktiskta loggan nu.

FÄRGER

Nästa steg är att välja tre färgkategorier som du gillar! Tänk på hur dina bilder ser ut som du gillar att posta - är det mycket dova toner eller är det någon färg som sticker ut mycket?

SLOGAN

Vill du lägga till en slogan till ditt företagsnamn så gör du det här! Det är inget krav dock, så om du känner att det räcker med bara namnet så hoppa över detta steg.

academi
av Martina Lundborg

steg 3.

LOGOTYP

SYMBOLER

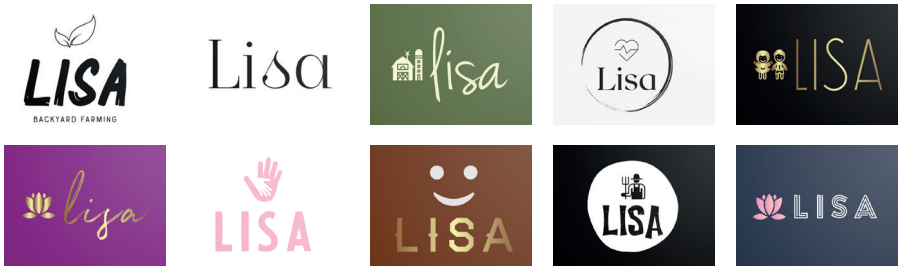
Efter slogan kommer den be dig att välja ett par symboler som du gillar. Antingen väljer du från deras förslag, eller i hela deras bibliotek. Är du tex en blomsterodlare så välj något med blommor eller bin.

NU FÅR DU MASSOR AV FÖRSLAG!

Så enkelt är det faktiskt. Nu har du massor av förslag att titta på och se om något känns rätt i magen. Jag lägger flera förslag här nedanför, utmana dig själv för att se om du kan se vad de olika varumärkena arbetar med!

ÄNDRA DETALJER ELLER BEHÅLL DEN SOM DEN ÄR

I nästa steg får du massor av sätt att göra din logga mer personlig. Du kan byta symbol, teckensnitt, färger och layout - möjligheterna är oändliga. På samma sida ser du även massor av förslag på sätt att använda din logga och framför allt, vilka färger den använder sig av. Det ska vi kika närmare på i Steg 4!



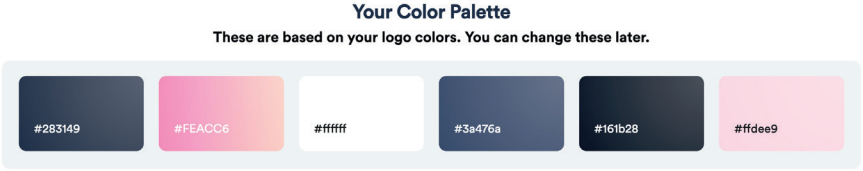
KÖP DIN LOGGA!

Hos Looka.com kan du köpa ett logopaket. Då får du din logga i transparent, svart, vit och färger. Du får också en liten guide till som berättar vad du använder var. Kostnad? **600 SEK**.

academi
av Martina Lundborg

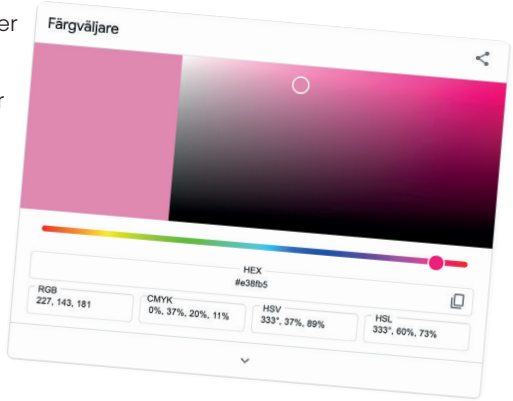
steg 4.

FÄRGER

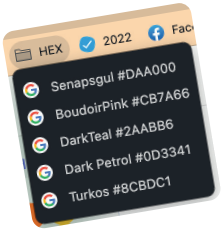


Ah, mitt favoritämne! Nu har du din tonalitet - du vet vilket språk du ska prata till dina följare. Du har din logga som känns rätt för dig och ditt företag - nu ska vi lista ut vilka färger du ska använda också! Har du gjort din logga på Looka.com så har du också fått lite färgförslag. De ser ut såhär!

Färgkoder på internet anges i HEX och börjar alltid med # följt av sex siffror eller bokstäver. #FFFFFF är vit, och #00000 är svart. Jag rekommenderar att du har en väldigt ljus och en väldigt mörk i din färgskala, men också två eller tre huvudfärger som du kan kombinera. Den väldigt ljusa är bra för bakgrunder eller text på mörk bakgrund, och tvärtom. Dina accentfärger kan du använda som bakgrunder, ikoner eller rubriker för att skapa igenkänning.



Vill du leka runt och välja färger själv så rekommenderar jag att söka på **Färgväljare** på Google. En länk som också är väldigt bra att ha sparad i sina bokmärken för att enkelt ha tillhands när du behöver den.

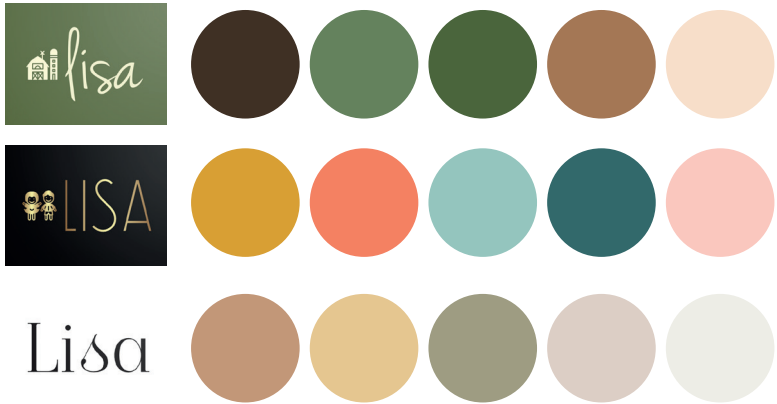


academi
av Martina Lundborg

steg 4.

FÄRGER

Behöver du inspiration så är Pinterest en magisk plattform. Sök på ”Färgscheman” eller ”Color scheme with hex” så får du oändliga tips! Testa och blanda för att hitta din perfekta kombination!

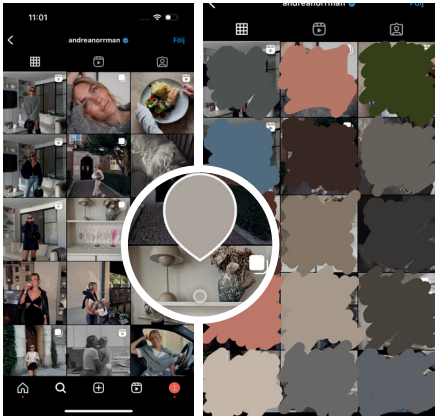


academi
av Martina Lundborg

Woho!

BONUSTIPS!

Har du ett aktivt instagram konto idag så finns det ett snabbt tips för att reda ut vilka färger som används mycket i ditt flöde. Se här på @andreanorrman som exempel - en väldigt nedtonad mörk och murrig stil med mycket brunt och grått.



@ANDREANORRMAN

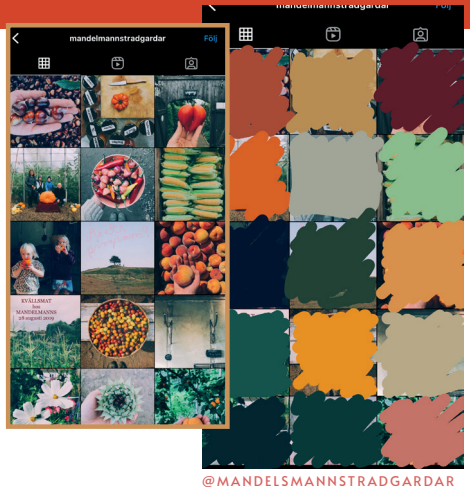
GÖR SÅHÄR!

Ta en skärmavbild av ditt instagramflöde under en period där du känner att det representerar dig.

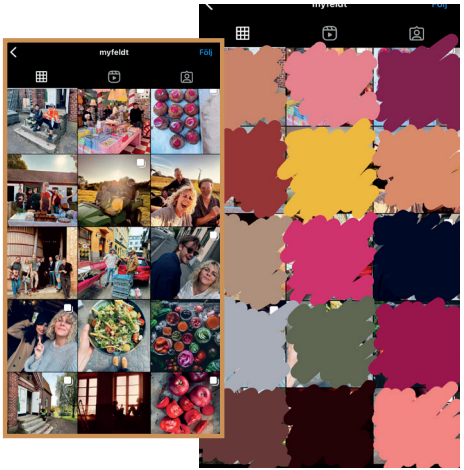
Öppna bilden i stories och välj verktyget Rita. Längst ner till vänster hittar du Färgväljaren.

Gå över varje bild och välj en färg som är framträdande i just den bilden och måla över hela rutan med den färgen.

Nu har du en färgpalett som är väldigt talande för hur ditt varumärke ser ut idag. Är du nöjd med den? Då kan du börja plocka HEX koderna direkt därifrån!



@MANDELSMANNSTRADGARDAR



Hur blev det? Dela dina resultat på instagram och tagga @adacemi.martinalundborg.se!

academi
av Martina Lundborg

steg 5.

TECKENSNITT

Det sista steget innan du officiellt har en hel grafisk profil är teckensnitt och fonter! Här finns det oändliga möjligheter, men det finns ett par saker att tänka på och en del rekommendationer som är bra att ha i åtanke när du väljer.

RUBRIKTEXT / H1

För dina rubriker vill du välja ett iögonfallande teckensnitt som drar blicken. Det ska vara tydligt och läsbart, men det gör ingenting om det är lite karaktär i då rubriker ofta är ganska stora i teckenstorlek.

UNDERRUBRIKER / H2

H2 är underrubriker till H1, och bör alltså komplettera de stora rubrikerna. Det kan vara lite mindre speciellt, se huvudrubriken på den här sidan som exempel. ”Steg 5” är mindre, enklare, renare, medans ”teckensnitt” är mer framträdande och bastant. Du kan också använda samma teckensnitt som på dina huvudrubriker, men kanske använda en *kursiv* text istället.

BRÖDTEXT / PARAGRAFER

Dina brödtexter och paragrafer måste vara väldigt läsbara. Här ska du inte ha några special med roliga detaljer på utan fokusera på att ha det läsbart och cleant. Här rekommenderas också att man använder ett så kallat Serif, det vill säga ett teckensnitt som har små fötter på *(se rubriken för ’teckensnitt’ tex)* för det är enklare att läsa för ögat då det leder ögat vidare.

ACCENTFONT

En accentfont är det du använder när du vill göra något som bryter av lite. Tex som att skriva en ”handskriven” text på sidan av en bild eller som kommentarsfont. Den får gärna vara detaljerad och speciell, sålänge du inte gör texten för liten så den inte går att läsa.

academi
av Martina Lundborg

steg 5.

TECKENSNITT

Nu vet du vad du ska leta efter, men var hittar du dina teckensnitt då? Och vad kostar dem?

GOOGLE FONTS (GRATIS!)

https://fonts.google.com/

Här kommer mina starkaste rekommendationer att använda Google's egna databas med egna teckensnitt. För det första kan alla webbläsare läsa dem, eftersom Google är den största databasen i världen.

Det är dessutom så att dina teckensnitt från Google Fonts redan finns tillgängliga hos de flesta hemsidebyggare och plattformar - så bara där har du sparat massor av tid.

Du kan också ladda ner teckensnitten från Google Font, så du kan använda dem i dina program på datorn så som Photoshop eller InDesign.

CREATIVE MARKET (100-500 SEK)

https://creativemarket.com/

Om du inte hittar något du gillar på Google så kan du också köpa egna teckensnitt på Creative Market, eller andra tjänster så som Etsy.

De fungerar på din dator och om du använder Elementor eller någon annan hemsidetjänst som erbjuder fontsupport så kan du också ladda upp dem på din plattform.

1001 FONTS (GRATIS!)

https://www.1001fonts.com/

1001 fonts är också en gratis sida där du kan ladda ner fonter. Dubbelkolla så att licensen gäller commercial use, så du får använda dem i marknadsföringssyfte.

academi
av Martina Lundborg

hur har det gått

FÖR VÅRA FÖRETAG?

The best
Organic Skincare

Dant. Gia nobitem volupta consecus diti conse pratur?

Familjebloggen
SEMESTER

Dant. Gia nobitem volupta consecus diti conse pratur?

WHAT IS
Backyard Farming

Dant. Gia nobitem volupta consecus diti conse pratur?

academi
av Martina Lundborg

sådär!

NU HAR DU EN GRAFISK PROFIL

GRATTIS! DET VAR VÄL INTE SÅ SVÅRT?

Se nu till att spara allting på ett bra ställe. Jag brukar samla allting i en mapp på Dropbox för att alltid ha det tillgängligt. Gör en pdf i Canva där du låter allting synas och samspela så du verkligen ser hur det hänger ihop och kan återvända till för att inte göra något som inte stämmer in i ditt varumärke.

BOKMÄRKEN ÄR DIN VÄN!

Lägg dina färgkoder och teckensnitt som länkar i en bokmärkesflik i din webbläsare så att det alltid bara är ett klick bort - på så sätt behöver du inte leta när du ska välja färg eller teckensnitt. Om din hemsida är gjord i Elementor kan du också spara dina teckensnitt och färger som Globala så att det alltid finns bara ett knapptryck bort.

BYGG VIDARE PÅ DIN GRAFISKA PROFIL?

Hitta symboler som talar samma språk som din grafiska profil, eller hitta illustrationer på tex Etsy som du kan använda i din kommunikation.

academi
av Martina Lundborg

TACK!

academi
av Martina Lundborg

Följ mig på

@MARTINALUNDBORG.SE &
@ACADEMI.MARTINALUNDBORG.SE