



Styleguide OFED

OFED, het Opleidings- en ontwikkelingsfonds in de elektrotechnische detailhandel, heeft de ambitie om werkgevers en werknemers in de sector een online innovatief leerplatform te bieden met kennis, vaardigheden en inspiratie waarmee de werknemer zich blijvend kan ontwikkelen.

OFED zet zich in voor iedereen die werkt of wil werken in de elektrotechnische detailhandel. Of je nu werkgever, werknemer of toekomstig werknemer bent. Een krachtige en toegankelijke identiteit is dan ook van groot belang.

Gebruik van deze styleguide in alle interne en externe communicatie draagt hieraan bij.

1. Schrijfwijzer

Dagelijks communiceren wij met werknemers, werkgevers, stakeholders & partners. We sturen ze branche specifieke informatie, houden ze op de hoogte van ontwikkelingen binnen de academy en inspireren. Dit doen wij via verschillende kanalen en met diverse content makers. Eenduidige communicatie is hierin belangrijk. Een werknemer spreken we altijd op dezelfde manier aan. Hetzelfde geldt voor de communicatie met werkgevers, stakeholders & partners. Deze schrijfwijzer geeft duidelijke richtlijnen en inzicht in de tone of voice van OFED.

Tone of voice

Actief, open, modern, toegankelijk, fris, helder, duidelijk, uitnodigend en activerend.

Aanspreekvorm is doorgaans 'je/jij' voor medewerkers. In uitzonderlijke gevallen, bij communicatie met werkgevers en stakeholders, is 'u' de juiste aanspreekvorm.

Schrijfwijze

We gebruiken de volgende schrijfwijze: 'OFED' en 'ETD Academy'. De naam 'OFED' wordt altijd in hoofdletters geschreven, zonder puntjes ertussen. 'Academy' wordt in de naam met een hoofdletter 'A' geschreven. Tussen 'ETD' en 'Academy' staat een spatie.

Uitspraak naam 'OFED'

De naam 'OFED' wordt uitgesproken als 'oofet' en dus niet letter voor letter (oo-ef-ee-dee).

Taalgebruik; niveau B1/B2

Taalniveau B1 staat voor eenvoudig Nederlands. De overgrote meerderheid van de bevolking begrijpt teksten die op taalniveau B1 zijn geschreven. Taalniveau B1 kenmerkt zich door het gebruik van veel voorkomende woorden en korte, eenvoudige en actieve zinnen. Er zijn 6 taalniveaus: niveau A1 is het laagste niveau en taalniveau C2 is het hoogste. Taalniveau B1, is geschikt voor ieder opleidingsniveau. Het leest gemakkelijk en snel.

De belangrijkste kenmerken van teksten op taalniveau B1 zijn:

- duidelijke titel en tussenkoppen;
- actieve schrijfstijl met voorbeelden;
- eenvoudige woorden die iedereen kent;
- korte en duidelijke zinnen.

OFED hanteert voor iedereen niveau B1/B2 maar zal, afhankelijk van inhoud en doelgroep, soms meer richting B2 gaan. Voor deze taalniveaus bestaat geen handleiding. Wel kan er een woordenlijst geraadpleegd worden op zoekeenvoudigewoorden.nl.

OFED schrijft actief, open, duidelijk en activerend. We vermijden woorden als 'zullen' en 'willen'. We gebruiken moderne en informele taal, passend bij de veelal jonge doelgroep. Korte zinnen en weinig bijvoeglijke naamwoorden.

*actief, open,
duidelijk en
activerend*

Praktisch

Hieronder een aantal stappen om snel en volgens richtlijnen te communiceren.

1. Wat wil je overbrengen?
2. Wie is je lezer?
3. Welk middel gebruik je?
4. Schrijf namens OFED, gebruik de juiste tone of voice
5. Schrijf foutloos en op het juiste niveau (B1/B2)

Voorbeelden werknemers

We schrijven:

- Je vindt de informatie hier
- Meedoen aan de cursus?
- Verder komen in je vak?

Liever niet:

- Je zou je informatie hier kunnen vinden
- Zou je mee willen doen aan de cursus?
- Wil jij verder komen binnen jouw vakgebied?

Voorbeelden werkgevers & stakeholders

We schrijven:

- Hier vindt u de informatie
- Bedankt voor uw e-mail
- Stuurt u dit formulier voor 1 mei terug dan kunnen we de aanvraag snel behandelen

Liever niet:

- U zou de informatie hier kunnen vinden
- We hebben uw e-mail ontvangen
- Wij verzoeken u dit formulier voor 1 mei te retourneren om vertraging in de behandeling van uw aanvraag te voorkomen.

2. Communicatiemateriaal

Deze huisstijlgids geeft richtlijnen die houvast geven bij het gebruik en consistent doorvoeren van de huisstijl van OFED en ETD Academy. Door het volgen van deze specifieke huisstijl richtlijnen bij interne en externe communicatie ontstaat er een herkenbare en eenduidige uitstraling.

De logo's en huisstijlen van OFED en ETD Academy zijn duidelijk familie van elkaar, veel richtlijnen zijn voor beide huisstijlen gelijk. Daar waar specifieke regels gelden voor een van de twee logo's zal dat worden aangegeven.

Beschikbaar materiaal

Ten behoeve van het communicatiemateriaal zijn de volgende uitingen beschikbaar:

- Logo's (on- en offline)
- Foto's (branchefoto's).
- Een standaard in- en outro voor video's

Deze materialen zijn te vinden op www.ofed.nl/huisstijl-ofed (wachtwoord: Lettertype1!)

Vragen of meer informatie over de huisstijl van OFED?

Stuur een bericht naar info@ofed.nl of bel met Sandra Eskes, 06-45556682.

www.ofed.nl/huisstijl-ofed

wachtwoord: Lettertype1!

3. Huisstijl

De huisstijl wordt gekenmerkt door:

- Het logo
- De vastgestelde OFED huisstijlkleuren
- Lettertypen
- Beeldende elementen zoals de bollen van het logo en het raster

De basis van de huisstijl wordt gevormd door het OFED-logo en het ETD Academy-logo. OFED als het centrum voor kennis en ambitie binnen de elektrotechnische detailhandel (de bollen zijn alle ketens en kleinere winkels binnen deze branche). OFED brengt mensen samen.

Het logo is een combinatie van het woord 'OFED' / 'ETD Academy' en het beeldend element (de cirkel met bollen), al dan niet in combinatie met de ondertitel 'Opleidingsfonds ETD' of 'POWERED BY OFED'.

Wanneer de logo's sterk verkleind worden is de ondertitel niet meer leesbaar en moet de variant zonder ondertitel gebruikt worden.

Voor ETD Academy is ook een compacte variant van het logo ontwikkeld, bijvoorbeeld voor gebruik in een vierkant of rond kader zoals in de app. Bij voorkeur wordt echter het originele brede logo toegepast.

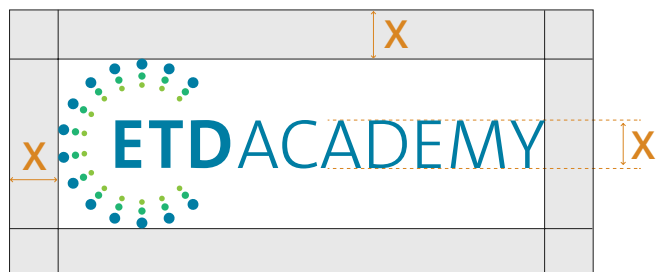
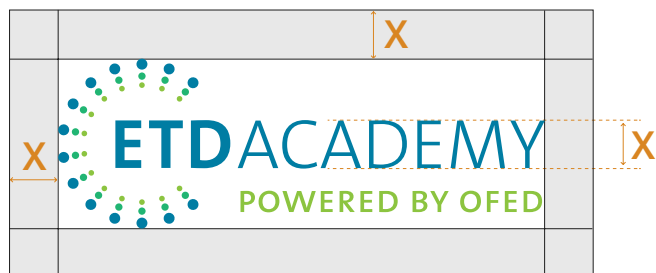
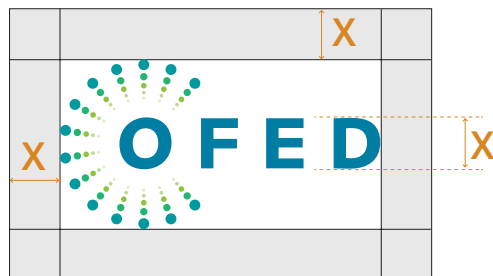


4. Wit-marges logo

Het logo heeft vaste verhoudingen en wit-marges. Bij plaatsing van het logo in correspondentie of andere uitingen dient er met de omliggende witruimte rekening te worden gehouden. Houd bij het plaatsen van het logo altijd rekening met deze minimale witmarge.

De marge (x) is gelijk aan de hoogte van het woord OFED in het logo.

Het logo mag in ieder formaat, mits in verhouding en met de juiste witmarges, worden toegepast. Bij het sterk verkleinen van het logo wordt de ondertitel onleesbaar en moet de variant zonder ondertitel gebruikt worden.



5. Omgaan met het logo

Het logo heeft een visueel sterk karakter, deze wordt sterker als iedereen hetzelfde logo gebruikt. Het logo kent twee elementen, de cirkel met bollen en het woordbeeld 'OFED' of 'ETD Academy' al dan niet toegepast met de ondertitel.

Het logo dient bij voorkeur op een witte of lichte achtergrond te worden gebruikt.

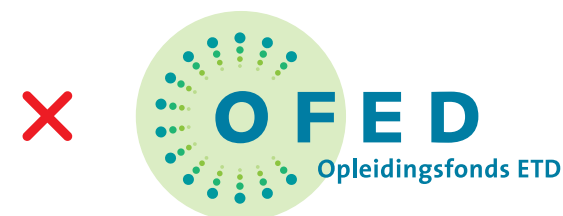
Wanneer het niet mogelijk is om het logo in originele kleur te plaatsen is het toegestaan om de variant in 1 kleur te plaatsen. Deze is ook inzetbaar als diapositieve variant voor gebruik op een gekleurde achtergrond.

Het is toegestaan het logo op een beeld te plaatsen mits de ondergrond licht genoeg is en er voldoende contrast overblijft.



DON'Ts

1. Plaats het logo nooit in een andere kleur dan de corporate kleuren.
2. Plaats het logo nooit op een donkere kleur waardoor de leesbaarheid verminderd en het contrast te laag wordt.
3. Plaats het logo nooit op een beeld waardoor het logo slecht of niet meer leesbaar is.
4. De elementen nooit schalen onafhankelijk van elkaar.
5. Het logo nooit vervormen in de hoogte en/of breedte.
6. De elementen nooit verplaatsen onafhankelijk van elkaar.
7. Geen elementen aan het logo toevoegen.
8. Het logo nooit roteren.
9. Het logo nooit aansnijden.
(zie ook minimale witmarges)



6. Kleurenspectrum

Voor OFED en ETD Academy is een kleurenspectrum bepaald. Deze bestaat uit twee hoofdkleuren (blauw en grijs). Er is een reeks subkleuren (blauw- en groentinten) en een aantal accentkleuren (oranje, rood en lichtgrijs) ontwikkeld. Deze kleuren vormen samen een herkenbaar kleurenspectrum dat breed toepasbaar is.

Het gebruik van het kleurenspectrum kenmerkt de huisstijl.

hoofdkleuren	RGB	HEX	CMYK	PMS	RAL
	0/124/163	#037CA3	80/0/0/40	308	5019
	87/87/87	#575757	0/0/0/80	432	7012
subkleuren					
	0/154/159	#009A9F	80/15/40/0	321	5021
	34/181/115	#22B473	75/0/70/0	355	6037
	139/197/63	#8BC53F	50/0/90/0	376	6018
	185/220/140	#B9DC8C	35/0/60/0	366	6019
	220/238/197	#DCEEC5	20/0/30/0	-	-
accentkleuren					
	247/147/30	#F6921E	0/50/90/0	144	2000
	237/28/36	#EC1C24	0/95/85/0	179	2002
	195/195/195	#C3C3C3	0/0/0/30	428	7004

7. Typografie

De huisstijl wordt mede gekenmerkt door het gebruik van het lettertype 'TheSans'.

Omdat 'TheSans' niet voor iedereen en op elke PC beschikbaar is kan worden uitgeweken naar Open Sans, deze staat standaard op elke PC. Gebruik van andere lettertypen dan hier weergegeven wordt afgeraden. Gebruik van de juiste lettertypen kenmerkt de OFED identiteit.

Voor koppen/tussenkopjes wordt de 'bold' variant van het lettertype gebruikt, in de blauwe huisstijlkleur of een sub- of accentkleur. Om extra aandacht te geven kan een kop ook in kapitalen/hoofdletters worden gezet.

Voor leestekst wordt de 'regular' variant van het lettertype gebruikt, bij voorkeur in de donkergrijze huisstijlkleur of in zwart.

Voor quotes wordt de 'italic' of 'bold italic' variant van het lettertype gebruikt.

Voor bronvermelding of voetnoten wordt de 'italic' variant van het lettertype gebruikt.

TheSans

OpenSans

qwertyuiopasdfghjklzxcvbnm
QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM
1234567890!@#\$%^&*()±\$-_
=[{}];:;'"\"|,<.>/?`~

qwertyuiopasdfghjklzxcvbnm
QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM
1234567890!@#\$%^&*()±\$-_
=[{}];:;'"\"|,<.>/?`~

FACTSHEET ARBEIDSMARKT ELEKTROTECHNISCHE DETAILHANDEL 2018

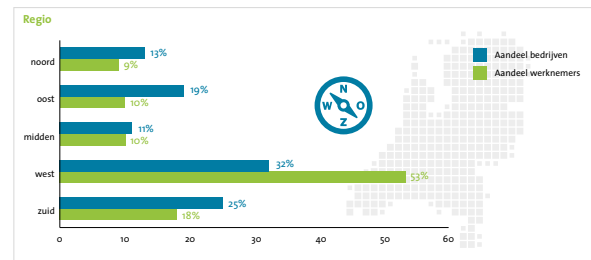
Hoe ziet de arbeidsmarkt van de elektrotechnische detailhandel (ETD) eruit? En wat betekent dat voor bedrijven en voor hun (aankomende) werknemers? Voor de branche belangrijke vragen, want de antwoorden geven richting aan toekomstige activiteiten.

Bedrijven

De sector telt in 2018 1.482 bedrijven met pensioenverzekerde werknemers. Dit is een daling van 3,2% ten opzichte van 2016.

De ETD wordt gekenmerkt door een groot aandeel van kleine bedrijven. Ruim een derde van de bedrijven heeft 1 of 2 werknemers in dienst. Slechts 4% van de bedrijven heeft meer dan 100 medewerkers.

Een derde van de bedrijven is gevestigd in het westen van het land en iets meer dan de helft van de werknemers is er werkzaam.



Een derde van de bedrijven is gevestigd in het westen van het land en iets meer dan de helft van de werknemers is er werkzaam.

HOOFDKOP IN KAPITALEN
EN BLAUW

tussenkopje in bold
en blauw

leestekst in regular
en donkergrijs

quote in italic
en blauw

bronvermelding/voetnoot
in italic en donkergrijs

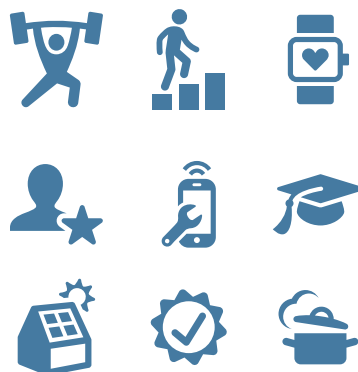
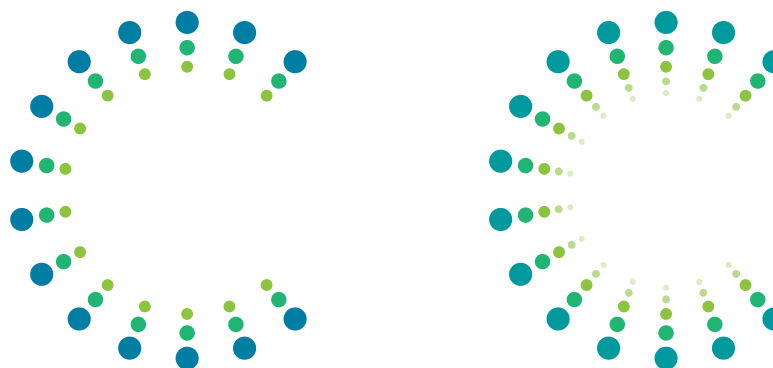
Bronnen: Pensioenruiterder TCF en werkgroep van april 2018
Data: bedrijven in de ETD met pensioenverzekerde werknemers in loondienst

8. Extra beeldende elementen

De 'bollen' uit het logo kunnen als beeldend element gebruikt worden. Belangrijk is dat hierbij de huisstijl-kleuren worden gebruikt. De bollen mogen ook in wit of in een lichtgrijze kleur gebruikt worden, zoals in de beurswand rechtsonder.

Tevens heeft ETD Academy nog een beeldend element dat wordt gebruikt als achtergrond, dat is een raster. Dit wordt altijd aflopend gebruikt in een hoek en ofwel in een lichtblauwe kleur (een percentage van de blauwe hoofdkleur), ofwel in (semi-transparant) wit over een gekleurde achtergrond of foto heen.

In de ETD Academy app wordt gebruik gemaakt van iconen om bepaalde thema's en onderwerpen te illustreren, deze iconen maken deel uit van de totale uitstraling en kunnen ook in andere uitingen gebruikt worden, zoals hier een beurswand. Belangrijk is dat bij het gebruik van iconen een eenduidige stijl wordt gehanteerd, zodat de iconen bij elkaar passen.



9. Fotografie / video

Beelden die aansluiten bij of herkenbaar zijn voor de doelgroep. Focus op het individu enerzijds en menselijke interacties anderzijds. Mensen in hun eigen, vertrouwde werkomgeving. Het gaat om mensen die geloofwaardig zijn voor de branche. De doelgroep moet zichzelf kunnen herkennen. De beelden moeten een natuurlijke vanzelfsprekendheid uitstralen en staan voor vakmanschap en plezier in het vak.

Kijk voor voorbeelden op www.ofed.nl

Op beeldmateriaal staan zoveel mogelijk 'echte' werknemers. Wanneer er acteurs of modellen worden ingezet, herkennen de werknemers zich hierin en sluit het beeld aan bij hun leven en werkweld. Focus op het individu enerzijds en menselijke interacties anderzijds. Je ziet mensen in hun eigen, vertrouwde werkomgeving. Het gaat om mensen die geloofwaardig zijn voor de branche.

De beelden moeten een natuurlijke vanzelfsprekendheid uitstralen en staan voor vakmanschap en plezier in het vak. Diversiteit in de mensen is belangrijk. Het moet een afspiegeling zijn van zowel het huidige werknemersbestand, als wel het gewenste werknemersbestand (diversiteit in gender, leeftijd en etniciteit).

Alleen een schone, opgeruimde werkvloer en omgeving wordt in beeld gebracht. Bedrijfsnamen en merknamen komen niet prominent in beeld. Producten worden alleen getoond mits het een functie heeft.



Kleurfilter

Als herkenbaar beeldend element kan gebruik gemaakt worden van kleurfilters over de foto's heen. Dit filter maakt de foto tot een rustiger beeld waarover bijvoorbeeld tekst geplaatst kan worden en geeft tevens een herkenbare stijl waardoor verschillende foto's beter bij elkaar passen.

Praktisch gezien wordt er een kleurvlak over de foto heen gelegd waarbij dit vlak op 'vermenigvuldigen' staat, zodat de kleurkracht in tact blijft en de foto te zien blijft. Uiteraard worden hiervoor de huisstijlkleuren gebruikt.

Een voorbeeld hiervan is te zien in de rolbanner voor OFED.



Typografie in video's

Alle OFED video's sluiten we altijd af met een outro, de intro is optioneel.

Daarnaast plaatsen we altijd een transparante versie van het OFED logo in de rechter bovenhoek.

Als er tekst in de video geplaatst wordt, worden natuurlijk de juiste huisstijl-kleuren gebruikt en het juiste lettertype (TheSans of OpenSans). Om de leesbaarheid te vergroten kunnen witte vlakken achter de teksten worden geplaatst.



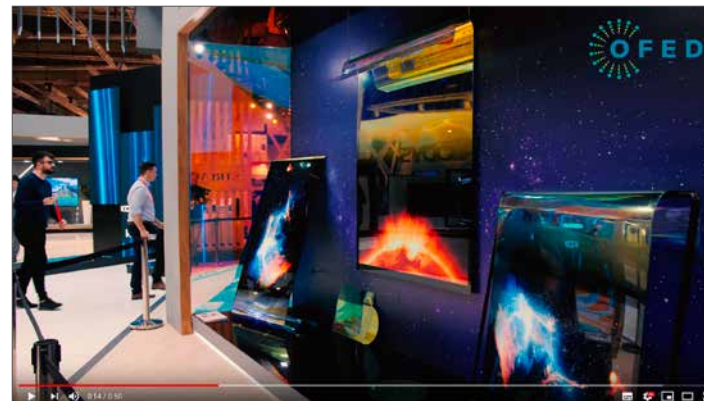
een paar stills uit de animatie van de intro en outro



eindbeeld van intro



eindbeeld van outro



voorbeeld van logo in rechter bovenhoek



voorbeeld van tekst in een video

10a. Toepassing van de huisstijl van OFED

Hierbij een aantal voorbeelden van de OFED-huisstijl toegepast op verschillende uitingen:

- briefpapier
- factsheet
- rolbanner
- poster
- website

OFED
OPLEIDINGS- EN ONTWIKKELINGSFONDS
VOOR DE ELEKTROTECHNISCHE DETAILHANDEL

Postadres: Postbus 416, 3440 AK Woerden
Bezoekadres: Kavenoerendaan 4, 3447 GG Woerden
Telefoon: 0348 437 332
E-mail: info@ofed.nl
Website: www.ofed.nl

IBAN: NL04 INGB 0667 054 91
BIC: INGBNL33

In OFED werken diverse ondernemersorganisaties samen: NEDO van DECEAAR, NEDO-ANED en werknemersorganisaties OEV, Vakbonden van OEV.

**FACTSHEET ARBEIDSMARKT
ELEKTROTECHNISCHE DETAILHANDEL 2018**

Hoe ziet de arbeidsmarkt van de elektrotechnische detailhandel (ETD) eruit? En wat betekent dat voor bedrijven en voor hun (aankomende) werknemers? Voor de branche belangrijke vragen, want de antwoorden geven richting aan toekomstige activiteiten.

Bedrijven

De sector telt in 2018 1,482 bedrijven met pensioenverzekerde werknemers. Dit is een daling van 3,1% ten opzichte van 2016. De ETD wordt gekenmerkt door een groot aandeel van kleine bedrijven. Ruim een derde van de bedrijven heeft 1 of 2 werknemers in dienst. Slechts 4% van de bedrijven heeft meer dan 100 medewerkers.

Een derde van de bedrijven is gevestigd in het westen van het land en iets meer dan de helft van de werknemers is er werkzaam.

Regio

Regio	Aandeel bedrijven	Aandeel werknemers
noord	13%	9%
oost	10%	19%
oost	15%	10%
west	32%	33%
zuid	25%	25%

Een derde van de bedrijven is gevestigd in het westen van het land en iets meer dan de helft van de werknemers is er werkzaam.

Bronnen: Arbeidsenquête 2017 en werknemersenquête april 2018
Data: bijlagen van OFED naar geïntegreerde werknemers en bedrijven

OFED
OPLEIDINGS- EN ONTWIKKELINGSFONDS
VOOR DE ELEKTROTECHNISCHE DETAILHANDEL

Home Nieuws Activiteiten Branche informatie Over OFED Downloads

OVER OFED

OFED is het opleidings- en ontwikkelingsfonds voor de elektrotechnische detailhandel, in samenwerking met de Opleidings- en Ontwikkelingsfondsen 1e23 voor de detailhandel en werknemersorganisaties NEDO, Vakbonden van OEV, Vakbonden van OEV en Vakbonden van OEV. Het fonds is een samenwerkingsverband van de Opleidings- en Ontwikkelingsfondsen 1e23 voor de detailhandel en werknemersorganisaties NEDO, Vakbonden van OEV, Vakbonden van OEV en Vakbonden van OEV.

VISIE & BELEID

OFED 2020: VAN ANALOGIE NAAR DIGITALE INTERACTIE

Het Opleidings- en Ontwikkelingsfonds in de elektrotechnische detailhandel, OFED, heeft de ambitie om werknemers en ondernemers in de sector een online innovatief werkdagboek te bieden met kennis, vaardigheden en inspiratie waarmee de werknemers zich blijvend kan ontwikkelen.

PREMIEAFDRACHT

In de fondsen van het Opleidings- en Ontwikkelingsfonds heeft het bestuur ingestemd dat de bedrijven vanaf 1 juli 2017 tot en met 30 juni 2019 0,35% van hun brutoomzet afdragen voor scholing en ontwikkeling.

De inruig van deze bijdrage wordt verzorgd door TKP. TKP heeft op basis van de beschrijving in de cas de werkingswijze bepaald en de aangestelde bedrijven hiervoor gefactureerd.

Bent u het niet eens dat u onder de cas van de elektrotechnische detailhandel valt? Stuur uw bedrijfsinformatie in een mail naar: TKP-ontwikkelingsfonds.nl. Op basis van deze gegevens, kunnen zij beoordelen of u wel of niet aan de ingesloten onder de juiste cas.

Voor vragen over de heffing en inruig, kunt u contact opnemen met TKP Personeel via het telefoonnummer 050 - 522 3057 (maand).

CUSTOMER JOURNEY

Tips & tricks voor de moderne verkoper

FASE 1: De start:

- Je klant oriënteert zich thuis via internet
- Zorg er daarom voor dat jouw klanten positieve reviews plaatsen!

FASE 2: Een goed begin is het halve werk:

- De eerste indruk is belangrijk, en begint al buiten je winkel: de parkeerplaats, de etalages
- Laat je hulp intentie zien: Een hartelijke welkom (greet, oogcontact en/of glimlach)
- Zorg dat je behulpzaam, attent en origineel bent
- Stel open vragen om het gesprek te starten "Hoe kan ik u bij maken vandaag?"

FASE 3: De behoefte van de klant achterhalen met de LSD methode:

- L** Luisteren: stel open vragen en let goed op wat de klant je vertelt
- S** Samenvatten: dit doe je tussen het luisteren door, je controleert of je de klant goed hebt begrepen en je laat de klant zien dat je goed luistert
- D** Doornemen: om meer informatie te krijgen

FASE 4: Van product naar totaaloplossing:

- Zorg dat jouw klant zijn product optimaal kan gebruiken
- Ontdek de 'onbewuste' behoefte van je klant
- Adviseer je klant richting het beste product
- Voeg accessoires, services en verzekeringen toe

FASE 5: Closing the deal:

- Twijfelt de klant? Toon begrip, achterhaal de reden en zorg voor een oplossing
- Geef een bevestiging of offerte mee, neem hierin de totaaloplossing op
- Afronden: bevestig de aankoop of maak een vervolgafpraak. Visag actief om een review op internet

Type klanten en hoe benader je deze?

- De doelgerichte klant**
 - Sied en adequaat handelen
 - Bevestigingen en mededelingen
 - Aanvullen
- De kijker**
 - Direct laten weten dat je tips en relevante informatie hebt
- De oriënterende klant**
 - Begrip, centren
 - Achterhalen wat de drempels zijn
 - Informeren

Wil je meer? Volg de training 'De Moderne Verkoper' in de OFED Academy app.

Download de app en meld je aan via ofed.nl/academy

OFED
OPLEIDINGS- EN ONTWIKKELINGSFONDS
VOOR DE ELEKTROTECHNISCHE DETAILHANDEL

OFED werkt samen met:
Techniek Vakbonden CTV

OFED
OPLEIDINGS- EN ONTWIKKELINGSFONDS
VOOR DE ELEKTROTECHNISCHE DETAILHANDEL

helpt je verder in je vak

WWW.OFED.NL

10b. Toepassing van de huisstijl van ETD Academy

Hierbij een aantal voorbeelden van de ETD Academy-huisstijl toegepast op verschillende uitingen:

- rolbanner
- beurswand
- folder
- app



Colofon

©2021 OFED Huisstijlhandboek

Ontwikkeling huisstijl: www.ilpanda.nl

Contactpersoon huisstijl: Sandra Eskes