



Brandbook

Gids voor een
consequent gebruik
van de Cevora
merkidentiteit





Dit is Cevora

Werknemers en werkzoekenden opleiden voor de beroepen van de toekomst: dat doet Cevora.

Ons motto:

Samen leren en groeien

Wij geloven dat mensen die opleidingen volgen, daadwerkelijk groeien. Ze presteren beter, ontwikkelen talenten die hen vooruithelpen en halen meer voldoening uit hun werk. Bovendien zijn ze voorbereid op een toekomst – en arbeidsmarkt – die er door de digitalisering radicaal anders zal uitzien. Gevuld met beroepen die nu nog niet bestaan.





Dit is ons brandbook

Dit brandbook is ontstaan vanuit de Cevora mindset en filosofie. Cevora staat na dertig jaar sterker dan ooit. En we willen er nog eens drie keer dertig bijdoen. Minstens. Dus daar hoort een sterk merk bij.

Een sterk merk ontstaat door **consistentie**: in beeld en woord. In witruimte, in een punt of een komma. Of een puntkomma. Het zit 'm in de details.

Dus werk je voor of bij Cevora? Fijn! Dit is jouw opdracht: lees dit grondig door. Geef je volle aandacht aan die details, ze maken ons tot wie we zijn. Neem dit boek dus ter harte. En draag mee zorg voor ons merk.

Dit brandboek is ook een uitnodiging. Neem de duik, tussen de do's en de don'ts, tussen ons zinderend oranje en ons geruststellend paars, tussen het toegankelijke Roboto-lettertype en het opvallende Quicksand Bold. Laat je inspireren door de vele voorbeelden.

Dit brandboek heeft ook een digitale evenknie. Daar kan je alle logo's downloaden en ook de laatste versie van PowerPoint-template, de foto's en de HTML-en CSS van alle web-elementen bijvoorbeeld.

Zet hem in je favorieten: www.cevora.be/huisstijl

Heb je een vraag? Stuur dan een mailtje naar onze marketing-mensen: branding@cevora.be. Zij helpen je graag verder.

Dank je wel!

Stéphane Verbrugge, head of marketing, en het hele marketing-team

Logo, baseline & naam

➤ Gebruik ons logo op deze manier.
Zo zien we er op ons best uit.

Logo

Kleurgebruik

De kleur en het lettertype van het Cevora-logo dienen steeds gerespecteerd te worden.



Samen leren en groeien
Apprendre et grandir ensemble

lettertype logo :

ALTERNATE GOTHIC N°2 VARIANT (*)

lettertype baseline :

Quicksand

Gebruik deze precieze kleurcodes.

Gebruik nooit andere kleuren dan donkerpaars voor het logo en oranje als steunkleur.



Pantone
PMS 274

CMYK
C100
M100
Y7
K38

RGB
R31
G20
B93

Hex
#1F145D



Pantone
PMS 151

CMYK
C0
M64
Y100
K0

RGB
R255
G121
B0

Hex
#FF7900

Indien het donkerpaars niet mogelijk is in druk, gebruik dan het logo in 90% zwart.

(*) Het lettertype Alternate Gothic diende als basis voor CEVORA maar de letters werden aangepast (afgeronde hoekjes). Deze letters zijn enkel in vector formaat beschikbaar.



Zwart-wit
90% black

RGB
R60
G60
B59

Hex
#3C3C3B



Een opleiding
maakt het
verschil

Ontdek de opleidingen
waarop je in 2020 recht hebt

CEVO
FORA

Logo, baseline & naam

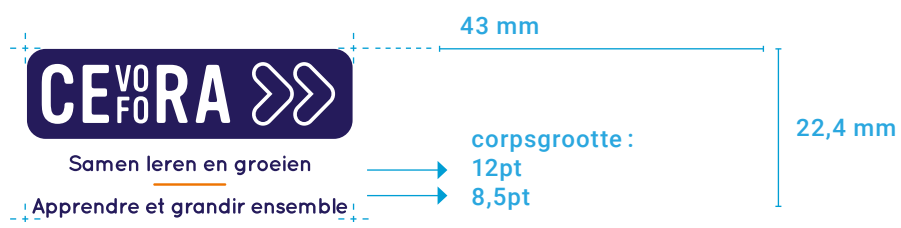
Logo

Grootte

Zorg ervoor dat het logo en de baseline altijd goed leesbaar zijn.

De gebruikelijke grootte van het logo op het briefhoofd is:

Dit is het standaardlogo.



De minimale grootte van het logo is:



De corpsgrootte van de baseline mag nooit kleiner zijn dan 5 pt.



Er werd geen maximumgrootte bepaald voor het logo. Het dient wel altijd proportioneel vergroot te worden.

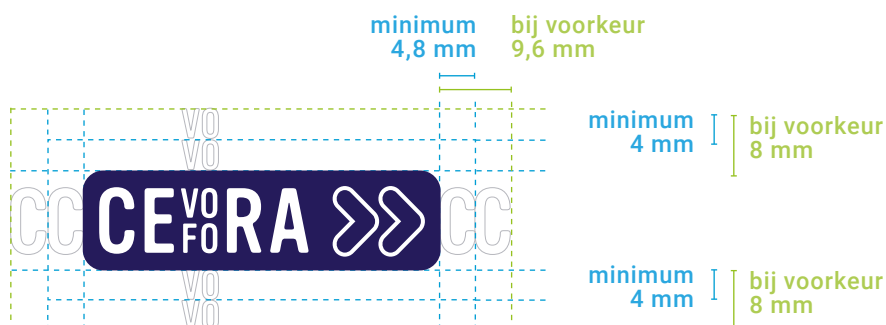
Voor large format printing gelden nog andere regels en dient het lettergewicht nog aangepast te worden.

Raadpleeg een specialist.



Witruimte rond logo

Plaats het logo altijd op voldoende afstand van andere grafische elementen.





Apprendre et grandir ensemble

www.cefora.be

Logo, baseline & naam

Logo: varianten

Er zijn 5 verschillende versies beschikbaar:

- 1 Logo met pijltjes baseline NL + FR uitgevuld onder het logo



Samen leren en groeien
Apprendre et grandir ensemble

Standaardsituatie, algemene voorstelling: gebruik logo 1

- 2 Logo met pijltjes baseline FR gecentreerd onder het logo



Apprendre et grandir ensemble

Logo eentalig Frans - doelgroep uitsluitend FR: gebruik logo 2

- 3 Logo met pijltjes baseline NL uitgevuld onder het logo



Samen leren en groeien

Logo eentalig Nederlands - doelgroep uitsluitend NL: gebruik logo 3

- 4 Logo met pijltjes zonder baseline



Focus enkel op de naam en op het merk: gebruik logo 4



Cevora helpt je voor te bereiden op de beroepen van morgen, die bedrijven nodig hebben om veerkrachtig te blijven. Hoe? Dankzij leerervaringen/opleidingen waarbij je talenten ontwikkelt die je echt vooruithelpen.

1 op de 4 bedienden in België kunnen van onze service genieten. Want onze focus ligt op de niet minder dan 55.000 bedrijven en 440.000 bedienden verbonden aan het paritair comité 200 – zij financieren onze werking.

Cevora vzw
Silver Building Blok A - Auguste Reyerslaan 70 - 1050 Brussel
Tel. 0800 59 222 - contact@cevora.be

www.cevora.be



Cevora vzw wordt paritair beheerd door de sociale partners van het APCB: ACLVB-CCSLB, BETY-SETCA, LBC-MVK, CNE, VBO-FEB en de hierbij aangesloten federaties UNIZO en UCM.
Cevora vzw - V.U. - Olivier Lambergh, E. Plaaylaan 144 - 1030 Brussel - 20190503 - 7.15 MW



opleidingscentrum
uitgebreid aanbod
snelle inschrijving
meteen toepasbaar
gratis
kwaliteit



Logo, baseline & naam

Logo: varianten

5 Logo zonder pijltjes zonder baseline



- Bij een herhaling van het logo (in bv. een ppt/word) met nadruk enkel op de naam Cevora
- Op de frontcover van een brochure (in combinatie met logo met baseline versie 1 op de backcover) :

gebruik logo 5

Logo op een donkere of gekleurde achtergrond

Standaard hebben alle logo's (alle versies) een witte rand, die is natuurlijk niet zichtbaar op een witte achtergrond, maar hij is er wel. De lijndikte van deze contourlijn is op de standaardgrootte 1,25 pt. Het lijntje mag dus zeker niet dikker zijn.

Wanneer een variant van het logo met baseline op een donkere achtergrond gebruikt wordt, moet een aangepaste versie met witte tekst i.p.v. paarse tekst gebruikt worden.



logo met baseline op een donkere achtergrond



Vond je een job?

Je vond een job? Proficiat! Op dat moment
Stel dat je, binnen een periode van drie maanden
programma verder zetten daar waar je stopte.

De begeleiding eindigt sowieso wanneer
programma, verstreken is.

Welke documenten outplacementbeg

- >> Urenregistratietabel: tabel
outplacementcoach.
- >> Registratietabel oplei
hier aan of je graag
Je tekent de tabel
- >> Evaluatieformulier
naar het online
Ook dan bez
- >> Opvolgings
jou een o

Logo, baseline & naam

Logo: don'ts

Vervorm het logo **niet**

Schaal het logo altijd proportioneel. Maak het niet breder of smaller.



Niet toegestaan kleurgebruik logo

Gebruik nooit andere kleuren voor het logo.



Baseline

In tekstvorm enkel op deze manier:

Gebruik bij voorkeur het lettertype Quicksand.



Samen leren en groeien.

Niet



Samen leren en groeien!
samen leren en groeien.
SAMEN LEREN en groeien

Naam

Gebruik de naam in een titel (zonder logo) in het lettertype Quicksand.



Quicksand Bold

Nederlandstalig: **Cevora**

Franstalig: **Cefora**

Niet



GeFoRa of CEVORA.

Schrijf de naam altijd precies als een zin.

In een doorlopende tekst kan het lettertype hetzelfde blijven, met name leestekst **Roboto**.



Roboto Regular - **Roboto Bold**

Nederlandstalig: **Cevora**

Franstalig: **Cefora**



Wat is er in voor onze WERKGELUK event op 21-09?



CEVOFORA <info@cevofora.net>
vrijdag 19 september 2023 16:29
aan: Haring / Oomsma

Jouw mening telt! Zie je enkel tekst, zonder afbeeldingen? Klik hier! Versie: en Transpa



Hallo

Je nam op 21 september deel aan de online kick off van de Week van het Werkgeluk.
Bedankt voor je deelname!

De CEVOFORA vindt uw jouw mening belangrijk en zijn we nieuwsgierig naar wat je ervan vond.
Daarom willen we je vragen om via onderstaande link enkele antwoorden in te vullen.

[Ga naar het EVALUATIEFORMULIER](#)

Wat is de naam van de medewerkers die deelnamen of heb je met alle medewerkers kunnen volgen?
Dank je goed hiervoor. Via onderstaande link kun je de medewerkers van de Week van onze sprekers herkennen.

Visual: pijltjes

» Onze pijltjes tonen dat onze klanten groeien. Zo vinden we ze mooi.

Visual: pijltjes

Deze pijltjes vullen het merkebeeld aan.

Ze illustreren de 'groei' in 'Samen leren en groeien'

De twee kleuren stellen onze twee voornaamste doelgroepen voor: werkgevers en (toekomstige) bedienden van het paritair comité 200.

Gebruik ze voor visuele accenten, klein en groot.

Als opsommingstekens of als grafisch element in de opmaak van de bladspiegel, mogen ze zowel in het paars, oranje als in het wit gebruikt worden, in volvlak of in outline.



Het is oké om er een beeld te laten doorschijnen.



De pijltjes mogen aflopend of volledig in beeld worden vertoond.



Of plaats ze op een foto.



Cevora draagt bij aan de ontwik-
keling van 400.000 werknemers in
de Belgische arbeids-
sector. De verandering en
volop in verandering en
open stellen de kop en
volop in verandering en
open stellen de kop en
volop in verandering en
open stellen de kop en

➤ Jouw profiel

Je bent nieuwsgierig en hebt een passie voor ons werkveld:
experts, de klantendienst enz.
Je staat er uiteraard niet alleen voor en je werkt zelf ook
follow-up van de kwaliteit en planning, de pedagogisch
de colleges van projecten van je team. Je werkt samen met
mee aan de projecten van je team. Je werkt samen met
en klanttevredenheid.

➤ Interesse?

Bezoek ons ten laatste op 23/02/2019 je cv en motivatie via
op onze website www.cevora.be of via
job@cevora.be of via
onze organisatie.

➤ Wat wij jou bieden

Je krijgt de kans om te werken bij een van de belangrijkste
leer van 95 van je ervaring, aangevuld met een contract van
teem van 95 van je ervaring, aangevuld met een contract van
leer van 95 van je ervaring, aangevuld met een contract van
leer van 95 van je ervaring, aangevuld met een contract van



Visual: pijltjes

Visual: pijltjes

Ze mogen per twee (in dat geval altijd paars en oranje) gebruikt worden.



Nooit drie of meer pijltjes naast elkaar.

De enkele pijltjes mogen ook gebruikt worden om thema's te highlighten in de aanvullende kleuren of in wit op een donkere achtergrond.



Een enkele pijl mag ook als grafisch element worden gebruikt.



Enkele pijl in een van de subkleuren om een thema aan te duiden.



Enkele witte pijl om een titel in de kijker te zetten.

De vorm van de pijl kan ook gebruikt worden om een foto in te plaatsen.



Quelles formations suivre en 2019 ?

Peu importe le secteur dans lequel évolue votre entreprise ou les fonctions de vos collaborateurs, le Cefora vous offre des formations de haute qualité, dans des domaines spécifiques comme dans des thématiques plus larges.

Par où commencer ?

Voici un guide de nos formations qui devrait vous aider... Bonnes formations !



People management & RH

Recrutez les bonnes personnes, aidez-les à développer leur potentiel.



Informatique

Nos formations s'adressent à tout utilisateur qui veut améliorer ses compétences digitales et ses connaissances des programmes Microsoft Office. Nous proposons également des formations techniques pour les professionnels de l'IT.



Bien-être

Apprenez à gérer le stress, à vous sentir bien dans votre corps et optimisez l'ergonomie sur votre lieu de travail.



Gestion d'entreprise

Optimisez les changements, les projets, les processus et l'innovation au sein de votre entreprise.



Marketing, communication & vente

Positionnez vos produits sur le marché, communiquez de manière ciblée et vendez plus.



Développement

Développement personnel et épanouissement



Fonctionner pro

Faites le plein de conseils pour vos présentations et votre



Formations spécifiques à un

Agences de publicité, imprimeries et médias
Auto-école • Bois et meuble • Construction
• Contact centers • Intérim • Location de voirie
Titres-services • Tourisme • Verre.



Service de soutien

Des formations spécifiques aux domaines de l'office & facturation, du management, de l'administration, des finances et de la logistique.



Vous êtes responsable RH ou gérant d'entreprise ?

Découvrez tous les services et avantages que le Cefora vous réserve en page 24 !



Kleurenpalet

» Deze kleuren staan ons goed.

Basiskleuren

Kleurgebruik

De Cevora-identiteit is opgebouwd uit drie hoofdkleuren, op een witte achtergrond. Aangevuld met zwart voor doorlopende tekst.



Pantone
PMS 274

CMYK
C100
M100
Y7
K38

RGB
R31
G20
B93

Hex
#1F145D



Pantone
PMS 151

CMYK
C0
M64
Y100
K0

RGB
R255
G121
B0

Hex
#FF7900



Pantone
Cool gray 10

CMYK
C40
M30
Y20
K60

RGB
R97
G99
B101

Hex
#616365

Geen gradaties

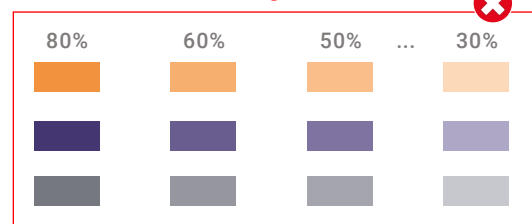
Gebruik de kleuren enkel aan 100% opaciteit. Gradaties zijn niet toegestaan.



OK ✓



niet toegestaan





#BeOpen

Laat Superman spelen over aan
Clark Kent.

Deel je fouten en leer eruit.
Da's ... super, man!

2018						
MAART						
MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO
5	6	7	1	2	3	4
12	13	14	8	9	10	11
19	20	21	15	16	17	18
26	27	28	22	23	24	25
		29	30	31		

Kleurenpalet

Extra kleuren

Deze tien subkleuren passen bij het basispalet.

	Monza Pantone PMS 207	CMYK C5 M100 Y45 K22	RGB R167 G2 B64	Hex #A70240
	Rose Pantone PMS 219	CMYK C1 M92 Y1 K0	RGB R215 G31 B133	Hex #D71F85
	London hue Pantone PMS 2645	CMYK C40 M45 Y0 K0	RGB R172 G152 B219	Hex #AC98DB
	Cobalt Pantone PMS 2746	CMYK C87 M81 Y0 K0	RGB R67 G67 B148	Hex #434294
	Cerulean Pantone PMS 279	CMYK C68 M34 Y0 K0	RGB R75 G146 B219	Hex #4B92DB
	Bondi blue Pantone PMS 7459	CMYK C79 M20 Y30 K4	RGB R3 G149 B168	Hex #0094A8
	Powder blue Pantone PMS 304	CMYK C35 M0 Y6 K0	RGB R161 G222 B233	Hex #A1DEE9
	Gimblet Pantone PMS 398	CMYK C14 M5 Y100 K29	RGB R174 G164 B0	Hex #B5B875
	Amber Pantone PMS 124	CMYK C0 M32 Y100 K0	RGB R234 G171 B0	Hex #EAAB00
	Tiger Pantone PMS 144	CMYK C4 M50 Y96 K0	RGB R237 G145 B15	Hex #ED910F



Gebruik deze subkleuren énkél:

- Als de twee hoofdkleuren niet volstaan in een ontwerp, bijvoorbeeld om een aantal categorieën elk een kleur te geven.
- Als kleine accenten in een geheel dat opgebouwd is uit het basispalet, nooit als overheersende kleur(en).



Onze 10 meest populaire opleidingen Peoplemanagement en HR

Coachen en leiden: basis - 2 modules	225N
Peoplemanagement: de essentie in 2 dagen	232N
Het selectiegesprek - 2 modules	197N
Onboarding... voor een geslaagde integratie van nieuwe medewerkers	198N
Train de trainer: opleidingen geven met resultaat	214N
Sociale wetgeving	190N
Coachen en leiden: omgaan met grote en kleine conflicten	226N
Coachen en leiden: motiveren en inspireren	228N
Coachen en leiden: delegeren	227N
Update sociale wetgeving	191N

...gen op cevora.bel/opleidingen2019



Hayke Petrus
Cevora-verantwoordelijke voor de opleidingen Peoplemanagement en HR

“Werf talent, duurzame inzetbaarheid, candidate experience, ... Of je nu al bekend bent met deze HR-trends of niet, we hebben opleidingen om de vaardigheden van elke medewerker aan te scherpen: **van junior recruiter tot ervaren L&D manager, inclusief teamleiders in de maak.** Heb je weinig tijd en ben je op zoek naar een praktische opleiding? Dan raad ik onze webinars aan, kort en inspirerend! En om je kennis te verdiepen, ben ik er zeker van dat je je gading vindt in onze trainingen en workshops over werving, talentmanagement, coaching en leiderschap.”



Onze nieuwste
Peoplemanagement
in 2019

- ✓ Een geslaagde re-integratie van je medewerker na lang ziekte
- ✓ Als leidinggevende omgaan met stress, burn-out en andere risico's in je team
- ✓ Rekruteren via LinkedIn, Facebook, Twitter, andere sociale media en jobs waar online kandidaten vinden?
- ✓ Webinar: gebruik van video in recruitment
- ✓ Webinar: trends binnen leren en ontwikkeling

DL167
DL1467N

Thema's

>> Themakleuren... warm aanbevolen.

Aanbeveling

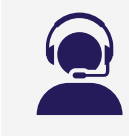
Thema-kleuren

Gebruik bij voorkeur de subkleuren volgens de hierna vermelde thema's, zoals ze ook in het opleidingsoverzicht worden gebruikt.

				
Persoonlijke ontwikkeling	Professioneel functioneren	Marketing, sales & communicatie	Ondersteunende diensten	Organisatie-management
				
People management & HR	Welzijn	Informatica	Talen	Sector opleidingen

Thema-picto's

Gebruik steeds de bijhorende picto's als een bepaald thema behandeld wordt.

		
Futurproof	Engaged	Impact

> Bijvoorbeeld : thema futurproof, customer oriented, impact

Segmentatie doelgroep

Gebruik deze presentatie voor de respectieve doelgroep.

Werkgevers  #BoostMyBiz	Employeurs  #BoostMyBiz
Werknemers  #UpSkillMe	Employés  #UpSkillMe
Werkzoekenden  #NewTalent	Chercheurs d'emploi  #NewTalent

Kernwaarden



» Zo lezen we het graag.

Lettertipes

De huisstijl omvat twee lettertypes: Roboto en Quicksand. Deze twee lettertypes zijn gratis te downloaden via <https://fonts.google.com>.

Roboto

- » Duidelijk.
- » Leesbaar.
- » Voor doorlopende tekst.
- » Voor **trefwoorden** in doorlopende tekst of **subtitels**.

» gebruik Roboto Regular of **Roboto Bold**

Quicksand

- » **Creatief & luchtig**
- » **Voor titels & trefwoorden** die in de kijker staan
- » Zowel Quicksand Regular als **Bold** mogen worden gebruikt, maar **nooit**:
 - ✗ *cursief*
 - ✗ onderstreept

» gebruik Quicksand Regular of **Quicksand Bold**

Uitzondering

Als de voorgeschreven fonts Quicksand en Roboto écht niet beschikbaar zijn of het technisch niet mogelijk is om de juiste fonts te gebruiken, worden volgende lettertypes toegelaten:

Trebuchet

- » Het standaardlettertype-alternatief voor Quicksand is Trebuchet.

» gebruik **Trebuchet Bold** voor titels

Arial

- » Het standaardlettertype-alternatief voor Roboto is Arial.
- » Gebruik Arial **niet** in titels.

» gebruik Arial uitsluitend voor leesteksten



#BeOne



La réunionite aigüe?

Relax, ça se soigne!

www.cefora.be



Apprendre et grandir ensemble



Foto's

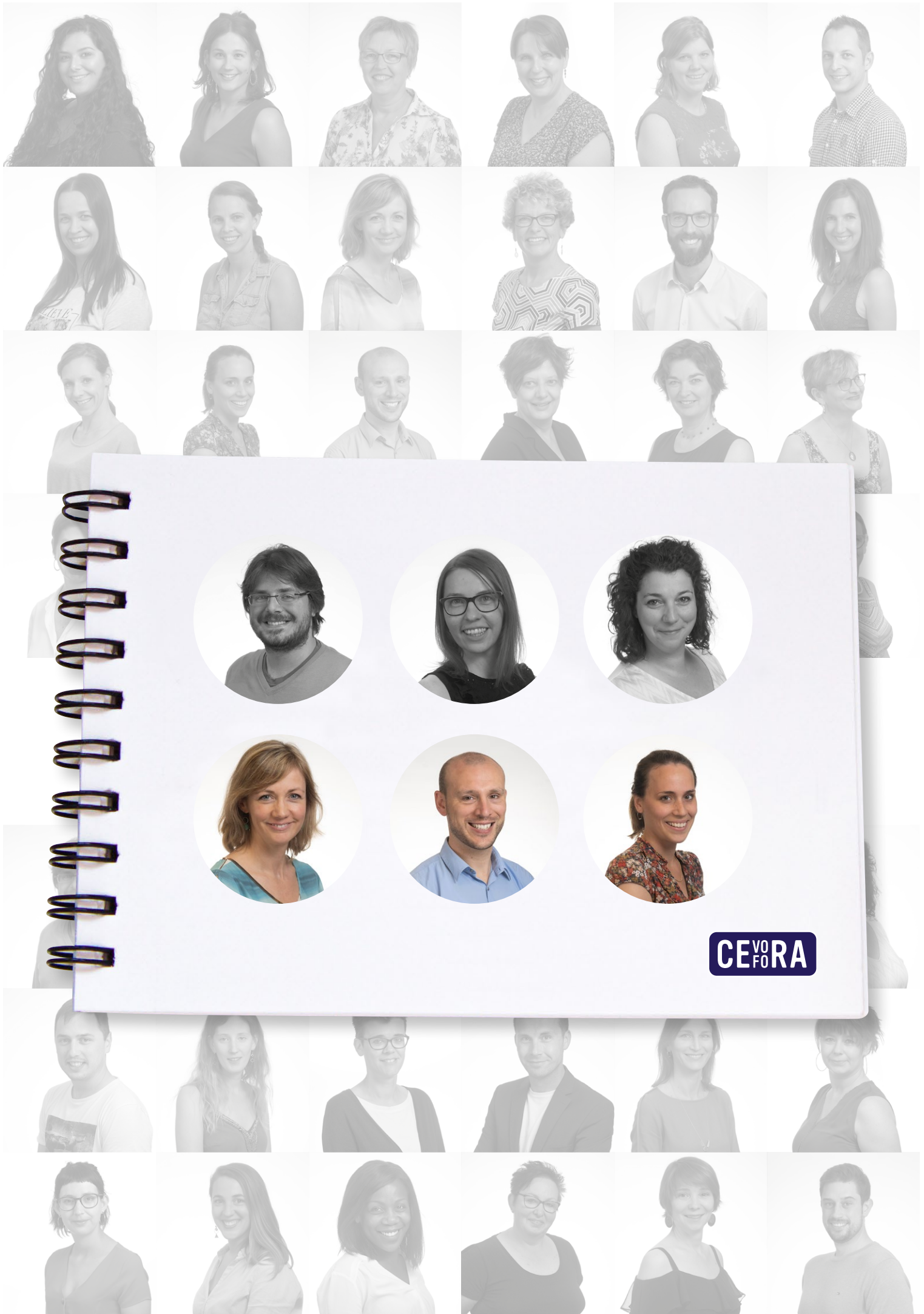
» Zo zien we het graag.

- » **Genre:** natuurlijk, levensecht, echte mensen – geen tandpasta-smile of stockfoto-stijl.
- » **Omgeving:** natuurlijke omgeving (op het werk, in een training, aan een pc, ...).
- » **Belichting:** zacht, natuurlijk licht, geen opvallend studiolicht.
- » **Mensen:** alle soorten en maten, zo divers als onze klantengroep ook is. Zorg dat iedereen er flatterend op staat.
- » **Kleurenpalet:** indien mogelijk met (accenten van) ons paars en oranje.
- » **Nabewerking:** natuurlijk, geen opvallende Photoshop-retouchering.

Portretten

Zacht belicht, flatterend en echt. Het liefst weergegeven in een cirkel.





**CEVO
FORA**



>> Zo zien we het graag.

Video

Gebruik in **elke** Cevora-video de kleuren en lettertypes van de huisstijl. Het Cevora-logo staat altijd rechts bovenaan en elke video eindigt met hetzelfde eindbeeld.



Logo rechts bovenaan (bug)

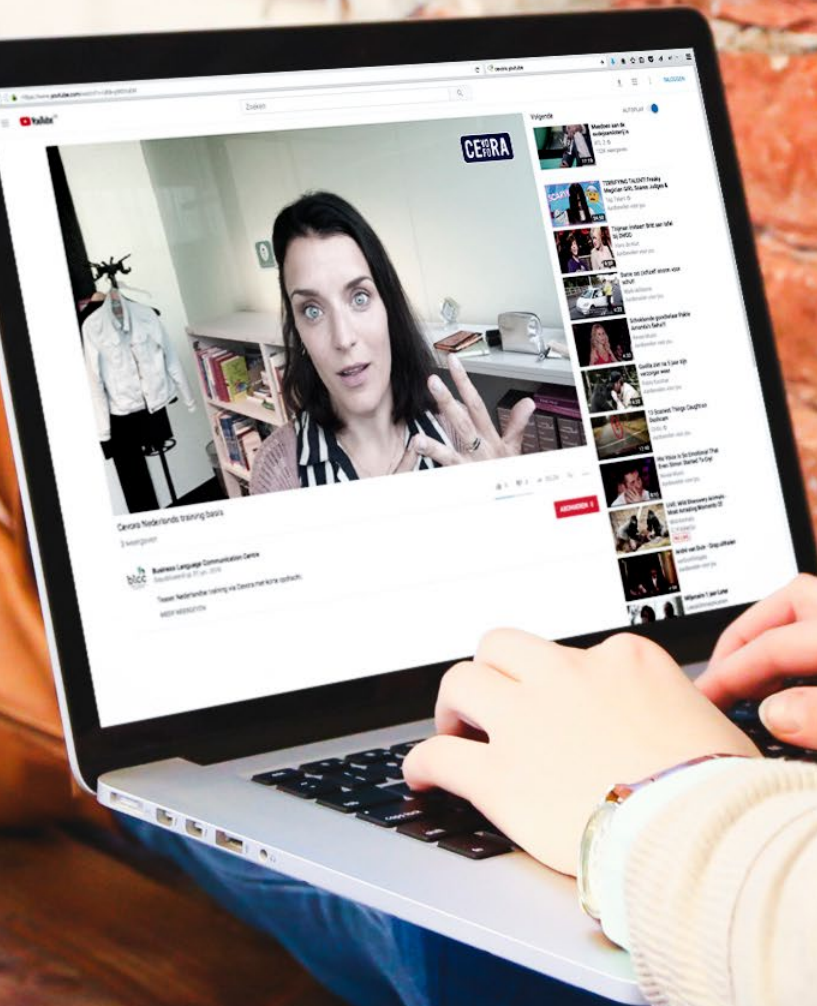
- Dit staat altijd in beeld.
- De 'bug' (logo rechts bovenaan) is geoptimaliseerd voor HD 1080x1920 in PNG (met transparantie): *Logobug HD1080x1920.png*. Importeer dit met alphakanaal in montageprogramma.



Elke Cevora-video sluit af met dit kort eindbeeld. Kies, volgens taal, uit:

- Eindbeeld NL+FR.mov
- Eindbeeld FR.mov
- Eindbeeld NL.mov





Social media

» Onze klanten, onze tribe.

Elementen van een post

A Promotiepost

(beheerd door de social media manager van Cevora).



Videocontent van 20-60 seconden met als doel om onze opleidingen of events te promoten bij een doelpubliek van professionals of werkzoekenden.

Frame 1 – 4 seconden

Trek de aandacht met een catchphrase, de opleidingsnaam of de eventnaam.



Frame 2 – 4 seconden

Bied een inzicht over het thema van de opleiding of een overzicht van het programma van het event.



Frame 3 – 3 seconden

Win de aandacht terug met een catchy formulering.





Frame 4 - 3 seconden

Geef de praktische info: de datum en de naam van de opleiding of het event.



Frame 5 - 3 seconden

Call to action met datum.



Frame 6 - 3 seconden

Sluit af met een belofte in de vorm van een van de vaste hashtags.





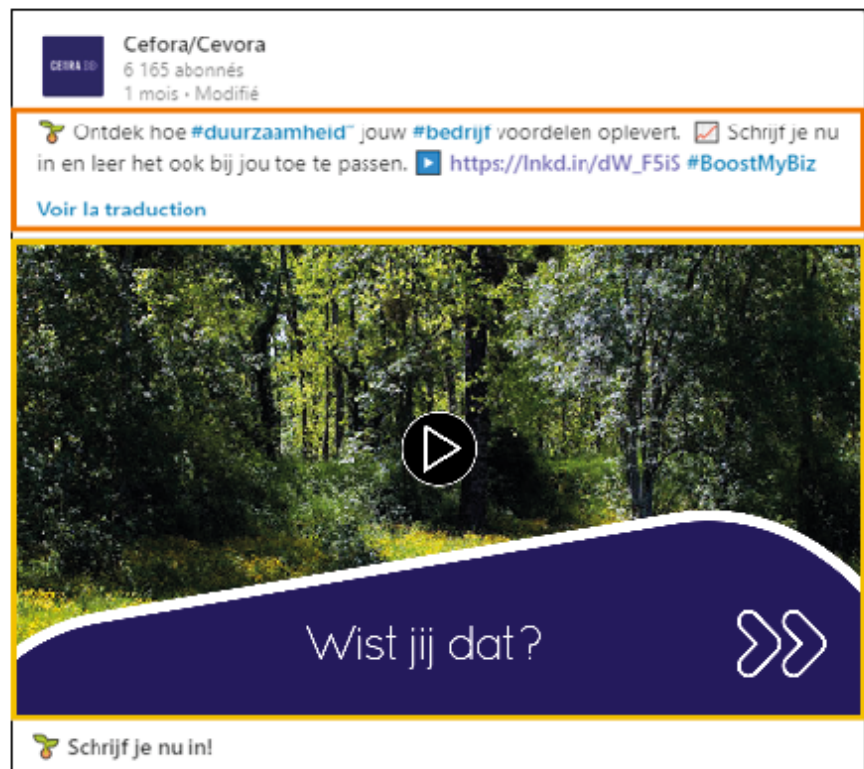
Social media

Copy

- › Catchphrase
- › Call to action
- › Verkort URL
- › Emoji's : om de aandacht te vestigen op de post
- › Hashtags :
 - Voor sleutelwoorden
 - Doelgroephashtag
- › Vermeld een persoon of partnerpagina met een @

Content

- › Formaat 16:9 of 1:1
- › Kleuren: paars en wit
- › Witte tekst: font Quicksand
- › Paars vlak met witte rand: maakt het mogelijk om contrast te geven aan de tekst.
- › Logo: dubbele pijl met witte randen, onderaan of rechtsbovenaan





B Spontane post

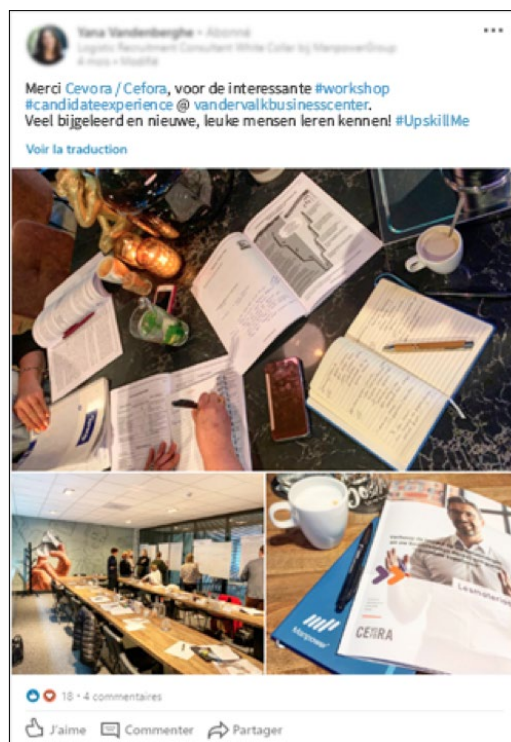
(LinkedIn, Facebook & Instagram)

Een spontane post is meestal een foto of video van de Cevora-community (ambassadeurs, collega's of partners), gemaakt met de smartphone. Met zo'n post deel je een inspirerende of motiverende gebeurtenis of een moment dat onze typische 'lifelong learning'-waarde uitstraalt.

Bijvoorbeeld: een foto of video van een event, beurs, opleiding, ...

Best practice :

- Als het om een portretfoto gaat: kies een neutrale achtergrond
- Gebruik een passende hashtag (#UpSkillMe, ...)
- Vermeld Cevora en de eventuele betrokken partners met een @
- Neem je een selfie? Haal dan je mooiste glimlach boven 😊



Hashtags

Het gebruik van hashtags stelt ons in staat om de belofte achter de commercial kort te formuleren en onze interactie met doelstellingen te meten, afhankelijk van de doelgroepen.

- **AlgemeenHR:** #StayCurious
- **WG:** #BoostMyBiz
- **HR:** #BoostMyTeam
- **WN:** #UpSkillMe
- **WZ:** #NewTalent
 - #NewTalentHR
 - #NewTalentMarketing
 - #NewTalentAdmin
 - #NewTalentSales



Social media

Richtlijnen sociale media

Om het zo kort en eenvoudig mogelijk te houden, hebben we 5 richtlijnen voor sociale media opgesteld die onze medewerkers moeten volgen:



#1: DO

Duid ons bedrijf aan als je werkgever op je persoonlijke LinkedIn-pagina:

We zijn op zoek naar trotse vertegenwoordigers van ons merk die zich betrokken genoeg voelen om hun positie en bijdragen aan onze organisatie te delen. We willen onze werknemers binden aan ons merk, elke dag opnieuw.



#2: DO

Deel verhalen, nieuws en evenementen van ons bedrijf:

Content, inzichten en bedrijfsberichten zijn niet veel waard, tenzij ze verspreid worden. Zo krijgen we meer volgers. Maar we kunnen dit niet alleen. Daarom moedigt Cevora zijn medewerkers aan om content te delen en op te roepen tot participatie op al zijn social media kanalen. Delen, delen, delen...

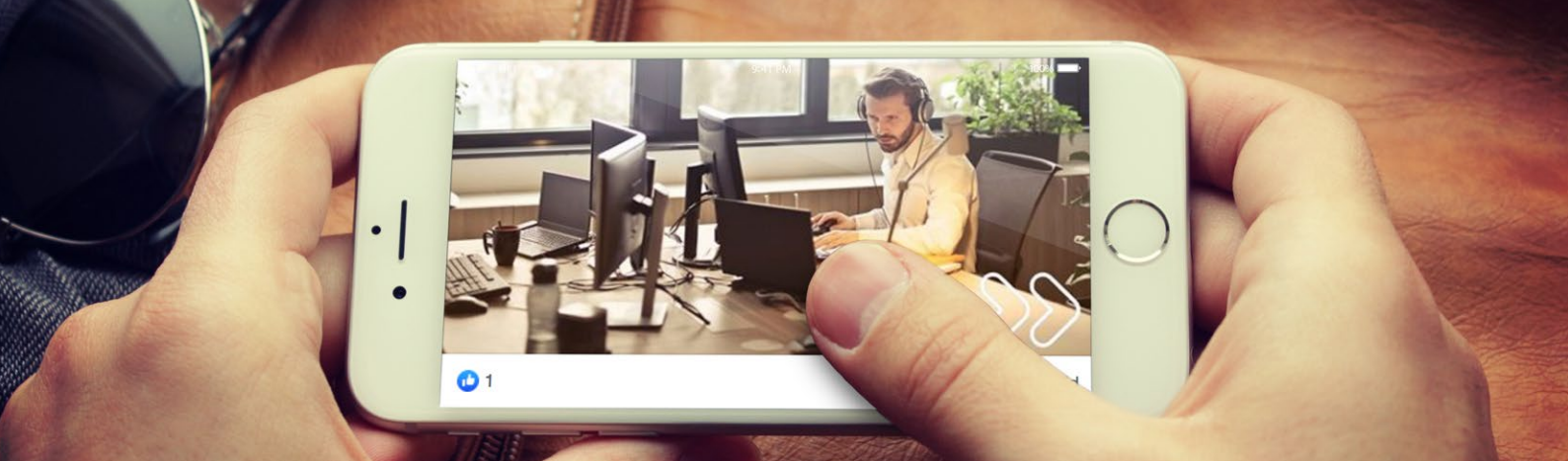


#3: DO

Neem tijdens normale werkuren gerust deel aan activiteiten op sociale media waardoor je professioneel imago of het imago van Cevora verbetert:

Cevora moedigt zijn medewerkers aan om deel te nemen aan gesprekken op sociale media waardoor hun eigen netwerken groeien en hun digitaal imago verbetert of aan acties die de bekendheid van het bedrijf vergroten. Betrokkenheid op sociale media is geen taboe op het werk. We moedigen onze medewerkers dan ook aan om Cevora's beste praktijken te gebruiken om online te groeien en hun persoonlijke netwerk uit te breiden.





✗ #4: DON'T

Post of verspreid geen vertrouwelijke bedrijfsinformatie:

Zodra het op papier staat, kan niemand het laten verdwijnen. Zo simpel is het. Sommige informatie hoort niet gedeeld te worden. Respecteer dit. En als je niet zeker weet of iets gepost kan worden, vraag het dan even aan onze social media manager.

✗ #5: DON'T

Antwoord niet op concurrenten of personen die negatieve recensies of opmerkingen over het bedrijf posten (daarvoor hebben we een social media manager):

Wanneer iemand die je graag hebt aangevallen wordt, wil je natuurlijk terugslaan. Op sociale media geldt dit ook, en de verleiding is hier misschien zelfs nog groter. We appreciëren dat. Maar als Cevora het slachtoffer is van ontevreden klanten of kwade cursisten, is het belangrijk om meteen voor te stellen dit verder te bespreken in een persoonlijk gesprek. Als je dus een negatieve reactie over het bedrijf ziet, zeg dit dan meteen tegen de social media manager en antwoord niet zelf. Dat appreciëren we nog meer.



Tone of voice

» Cevora als een sympathieke gids.

Tone of voice

Je las het al in de introductie. Cevora is een sympathieke gids voor haar klanten. Ze empowert haar klanten, de bedienden, de werkzoekenden en PC-200 bedrijven. Ze wil dat zij kunnen leren. Ze toont haar klanten de mogelijkheden om hun job in handen te nemen en hun talenten te ontwikkelen.

Maar hoe klinkt zo'n gids?

Sympathieke

Helpt op een frisse manier

Positief en enthousiast

Persoonlijk en kwetsbaar

Gids

Stelt vragen

Geeft advies en tips, moedigt aan

Nieuwsgierig

met impact

Helder (legt moeilijke zaken simpel uit)

Focus op voordelen voor klanten

Zet klanten in actie

> Zo klinkt Cevora

Afspraken

Cevora volgt de stijlguide van Schrijf.be. Aandachtspunten zijn:

- » Belgisch-Nederlands
- » Jij-vorm (Nederlands) of vous-vorm (Frans)
- » Schrijf actief, vermijd passief
- » Vermijd men
- » Aanhalingstekens: Voor NL zijn 'deze' goed. In FR gebruiken we deze « » - tekens.

Grafieken en 3D-effecten met Adobe Illustrator

Illustrator is een veelzijdig pakket dat meestal de duimen moet leggen tegen de andere kleppers van Adobe: Photoshop (beeldbewerking) en InDesign (opmaak). Nu ontast je je grafisch pas echt uit met Illustrator. Vaak is de beperkte technische beheersing van Illustrator een domper op de creativiteit. Deze specifieke opleiding maakt op een aantal gerichte thema's zoals grafieken en 3D-effecten om jouw grafische creativiteit een flinke boost te geven!

Klassikale opleiding

Ma 18 feb 10:00 – 17:00
Di 19 feb 10:00 – 17:00
Wo 20 feb 10:00 – 13:00
Do 21 feb 10:00 – 17:00
Ma 25 ma 13:00 – 17:00

▲ nog 2 pl. ● Hasselt, Limburg

[Alle locaties & data voor deze opleiding](#)

SCHRIJF JE IN VOOR DEZE SESSE

[Inschrijvingsvoorwaarden](#)

Opleidingstype
Klassikaal

Opleidingstuur
2 maanden

Stagesduur
6 weken

Beschikbare taken
NL, FR

Voorkeurs

Opleidingstape

Wat leer je?

- Stijlvolle grafieken aanmaken vanuit Adobe Illustrator
- 3D-effecten vanuit Adobe Illustrator realiseren
- Grafische mogelijkheden van Adobe Illustrator uitgebreid benutten

[Deelname](#)

VOLG EEN OPLEIDING

Bekijk onze catalogus met cursussen, om vooruit te gaan in jouw job.

Tone of voice

Voorbeelden

Net als ons merk en onze website kreeg onze tone of voice een update. Hij is nu fris, duidelijk en gefocust op de voordelen voor de klant, in plaats van op de regels.

Hier enkele voorbeelden:

Zeg het niet zo...

Je moet eerst een goedkeuring krijgen van je HR, vooraleer je toegelaten wordt tot de opleiding.

Sample tekst

Maar zo...

Ik raad je aan om bij je HR-collega langs te gaan, en haar goedkeuring te vragen. Zo kan ik je inschrijving bevestigen en kan je maandag starten aan de opleiding.

Waarom?

- Wees positief en persoonlijk.
- Geef tips, als een gids.
- Focus op de voordelen voor de klant, en minder op de regels.
- Schrijf actief.

Je vingers jeuken om je glinsternieuwe LinkedIn-profiel aan je collega's voor te schotelen.

Voorbeeld van eerste versie van een infofiche

Je kan niet wachten om je collega's je vernieuwde LinkedIn-profiel te tonen.

Gepubliceerde infofiche

Leg het helder uit. Vermijd plastische taal.

Ik wil een klacht indienen. Hoe ga ik te werk?

U dient uw klacht bij voorkeur per e-mail in via [ombudsman\[at\]cevora.be](mailto:ombudsman[at]cevora.be) of schriftelijk op het volgende adres (..)

Beschrijf kort het probleem. U krijgt een ontvangstbewijs zodra wij uw klacht hebben ontvangen. Wij verbinden ons ertoe uw klacht zo snel mogelijk te behandelen.

Faq website 2018

Ik heb een klacht. Hoe dien ik die in?

Liep er iets mis? Ons eerste advies: bel of schrijf ons [[link naar contact](#)]. Op die manier geef je ons de kans om je probleem snel en informeel op te lossen. Volstaat dat niet? Dan raden we je aan om een klacht in te dienen, waarin je duidelijk je probleem beschrijft. Er zijn verschillende manieren om zo'n klacht in te dienen.

(...)
Zodra wij je klacht ontvangen, sturen we je een ontvangstbewijs. En behandelen we ze zo snel mogelijk.

Faq website 2019

- Kies voor 'je', niet voor 'u'.
- Kies voor frisse en heldere spreektaal. Vermijd te formele taal (bij voorkeur, wij verbinden ons ertoe).
- Wees nieuwsgierig, stel vragen.
- Maak het persoonlijk: het is 'je probleem' in plaats van 'het probleem'.
- Stel je kwetsbaar op. In voorbeeld twee gaan we ervan uit dat jij een probleem hebt en dat we jouw probleem willen oplossen.



Brandbook:
v3.0 september 2020

Cevora vzw
Auguste Reyerslaan 70
1030 Brussel
www.cevora.be
www.cevora.be/huisstijl



Samen leren en groeien