

## Vejledning til annonceproduktion om indhold på [sullissivik.gl](http://sullissivik.gl)



## Indholdsfortegnelse

<b>Portalen sullissivik.gl .....</b>	<b>2</b>
<b>Sammenhæng mellem sullissivik.gl og annoncerne .....</b>	<b>2</b>
<b>Retningslinjer for annoncering om indhold på sullissivik.gl.....</b>	<b>2</b>
Før annonsekampagne .....	2
Selve annonsekampagnen.....	2
<b>Ansvar for annonsekampagnen ligger hos myndigheden .....</b>	<b>3</b>
<b>sullissivik.gl's annonceskabeloner .....</b>	<b>4</b>
Sortiment over annoncetyper og annonceskabeloner.....	4
<b>Krav til anvendelse af billede .....</b>	<b>5</b>
Copyright .....	5
Krav til billedets opløsning .....	5
Motiver på billedet .....	5
Personer på billeder .....	5
Oplysningspligt og ret til indsigelse .....	5
<b>Skriveguide til annoncetekst .....</b>	<b>6</b>
Overskrift .....	6
Tekst .....	6
<b>Vejledning til sullissivik.gl's annonceskabeloner .....</b>	<b>7</b>
Indsættelse af annoncebillede .....	7
Indsættelse af en annonceoverskrift.....	7
Indsættelse af annoncetekst .....	7
Forsendelse af annonceskabelonen til annonceringsmediet .....	7
<b>Bilag: Eksempel på god annonceproduktion.....</b>	<b>8</b>

## Portalen sullissivik.gl

sullissivik.gl er en fællesoffentlig portal, henvendt til både borgere og de erhvervsdrivende i Grønland. Afdelingen Digital Kommunikation (DIA KOM) fra Digitaliseringsstyrelsen drifter sullissivik.gl som stilles til rådighed for myndigheder i Grønland. Myndighederne er afsendere og ejere af deres oplysninger på sullissivik.gl, som borgerne og de erhvervsdrivende i Grønland bruger til at læse om deres pligter og rettigheder. Disse oplysninger på sullissivik.gl kaldes for skriftligt indhold.

## Sammenhæng mellem sullissivik.gl og annoncerne

For at en myndighed kan lave annoncer om indhold på sullissivik.gl kræves det, at myndigheden først opdaterer det skriftlige indhold på sullissivik.gl, således oplysningerne er gældende, så målgruppen ikke bliver fejlinformeret. Det er grundlaget for, at de har tillid til at oplysningerne er korrekte, både på portalen og annoncen. Det er disse oplysninger som er beskrevet på et skriftligt indhold, som målgruppen vil gå ind og læse på, når annonsekampagnen er i gang.

Forskellige myndigheder laver annonsekampagner om deres indhold på sullissivik.gl, på forskellige medier, uafhængigt af hinanden. Derfor er det vigtigt, at målgrupperne på sullissivik.gl får set og læst annonsekampagner med sullissivik.gl's udseende på forskellige medier, hvor myndighederne henviser til, at man kan læse mere om oplysningerne på sullissivik.gl. Et ensartet design for annoncer om indhold på sullissivik.gl skaber genkendelighed og sammenhæng mellem dét indhold der står på sullissivik.gl og dets annonsekampagne.

## Retningslinjer for annoncering om indhold på sullissivik.gl

### Før annonsekampagne

Før en myndighed igangsætter annoncepåproduktion for et indhold de ejer på sullissivik.gl, skal myndigheden som indholdsejer have opdateret det pågældende skriftlige indhold på sullissivik.gl, som de vil lave annonsekampagne til.

### Selve annonsekampagnen

Når en myndighed skal have lavet annonsekampagne for det opdaterede skriftlige indhold på sullissivik.gl, skal myndigheden være opmærksom på, at:

- Udseendet på annoncen følger sullissivik.gl's Designmanual
- Tage udgangspunkt i 1 indhold på sullissivik.gl, som er publiceret og opdateret efter *sullissivik.gl's redaktionelle retningslinjer for skriftligt indhold*, således der er sammenhæng mellem det skriftlige indhold på sullissivik.gl og dets annonsekampagne
- Sproget på annoncen er på både grønlandsk og dansk
- Den grønlandske tekst og den danske tekst på annoncen er tilgængelige i de valgte annoncemidler på samme tid

## Ansvar for annonsekampagnen ligger hos myndigheden

Myndigheden er afsenderen af annoncen om deres indhold på sullissivik.gl. Det betyder, at myndigheden er den ansvarlige for annonsekampagnen og sørger for:

1. Klargøring af annonceindhold med sullissivik.gl's annonceredskaber
2. Finansiering af annoncerne
3. Kontakt til annonceringsmediet (hvor annonsekampagnen skal køre)

### 1. Klargøring af selve annoncen om et indhold på sullissivik.gl

Et annonceindhold består af både en tekst og et billede der passer til annonceteksten.

Myndigheden klargør selv alle annonceindhold. Det gælder følgende:

- Definere formålet med annoncen og annoncens målgruppe
- Udarbejde annoncetekster på grønlandsk og dansk
- Anskaffe billeder til annoncen
- Følge sullissivik.gl's Designmanual og bruge annonceskabelonerne

### 2. Finansiering af annoncer

Myndigheden finansierer selv alle deres økonomiske udgifter, hvis de ønsker at få trykt annoncer (plakater, aviser m.m.) eller når de vælger at køre annoncer via tv, hjemmeside eller lignende. Det gælder udgifter til:

- Oversættelser af annoncetekster
- Annonceringsmediet som viser annoncen
- Eventuelle forsendelse og dertilhørende transportudgifter, samt øvrige udgifter i forbindelse med f.eks. ophængning af plakater og klargøring, m.m.

### 3. Kontakt til annonceringsmediet

Myndigheden koordinerer selv kontakt til diverse annonceringsmedier, hvor de ønsker at køre annoncerne.

Koordineringen indebærer følgende:

- Forespørgsler om priser for annonceringer hos annonceringsmedierne
- Forespørgsler om formater til annoncer hos annonceringsmedierne
- Bestilling af annonceplads hos annonceringsmedierne
- Forsendelse af færdige annoncematerialer til annonceringsmedierne

## Rådgivende funktion: Digital Kommunikation (DIA KOM)

DIA KOM er en rådgivende instans for myndigheder, der laver annonsekampagner om deres eget indhold og selvbetjening på sullissivik.gl. DIA KOM har udarbejdet følgende annonceredskaber:

- sullissivik.gl's Design Manual
- sullissivik.gl's annonceskabeloner, herunder vejledning

Digital Kommunikation (DIA KOM) fraråder, at myndighederne anvender andre designs der ikke er sullissivik.gl's designmanual, når de laver annonsekampagner med en henvisning til sullissivik.gl. Med henblik på kommunikation ud til borgerne om et sullissivik.gl-indhold, hvor der bliver anvendt flere forskellige design på tværs af myndigheder, skaber det et rodet og forvirrende udtryk. Derfor anbefaler DIA KOM at myndigheden bruger sullissivik.gl's udarbejdede designmanual og annonceskabeloner. Dette er for at opnå at der er en ensartet og klar kommunikation til borgerne, så de lærer at genkende annoncer der er målrettet til dem. Digital Kommunikation (DIA KOM) kan ikke gøres ansvarlige, hvis en myndighed beslutter sig for at ikke bruge sullissivik.gl's annonceskabeloner, hvor borgeren muligvis misser budskabet.

# sullissivik.gl's annonceskabeloner

DIA KOM har udarbejdet sullissivik.gl's annonceskabeloner til forskellige typer annoncer. Myndighederne anvender disse annonceskabeloner, når de laver annoncekampagner om deres indhold på sullissivik.gl.

Alle annonceskabeloner er i PowerPoint-format, således en myndighed selv kan indsætte billede og tekst til annoncen, hvor det grafiske allerede er sat op. På den måde, er myndigheden altid sikker på, at teksterne passer i størrelsen, annoncen bærer sullissivik.gl's logo og lever op til sullissivik.gl's Design Manual.

Eksempler på annonceskabeloner ser således ud:



Annonceskabelonerne har en fast skrifttype. Hver annonceskabelon har deres egen skriftstørrelse, som myndigheden ikke skal ændre på. Skriftstørrelsen er også det der gør, at en annonce er let at læse.

Annonceskabelonerne understøtter sullissivik.gl's Design Manual og anvender:

- sullissivik.gl's farveskema
- sullissivik.gl's logo
- sullissivik.gl's skrifttype

Brugen af annonceskabelonerne sikrer, at der er samme struktur på tværs af annonceringer af indhold på sullissivik.gl på de forskellige annonceringsmedier, og dermed sikres genkendelighed, ensartethed og standardisering.

## Sortiment over annoncetyper og annonceskabeloner

Annoncetype	Annonceskabelon	Sprog
Trykt annonce	Nuuk Ugeavis 1 side	2 sprog
Trykt annonce	Nuuk Ugeavis 1 side	1 sprog
Trykt annonce	Sermitsiaq el. AG avis 1 side	2 sprog
Trykt annonce	Sermitsiaq el. AG avis 1 side	1 sprog
Trykt annonce	Plakat til print A4 el. A3	2 sprog
Trykt annonce	Plakat til print A4 el. A3	1 sprog
TV annonce	TV annonce	2 sprog
TV annonce	TV annonce	1 sprog
Web annonce	sermitsiaq.ag mobil eller artikel banner	1 sprog
Facebook annonce		2 sprog

# Krav til anvendelse af billede

## Copyright

Tilfældige billeder der er hentet fra Google skal ikke anvendes på vegne af sullissivik.gl, pga. copyright. Det gælder for alle billeder der bruges, hver gang sullissivik.gl bliver nævnt.

## Myndigheden ejer billederne

Det er vigtigt rettighederne til billederne er 100 % ejet af myndigheden, når de anvender dem i forbindelse med annoncering af indhold som ligger på sullissivik.gl. Det vil sige, myndigheden skal have rettigheden til at:

1. bestemme hvor de vil anvende billederne
2. redigere billederne og kan lave om på format og form
3. ikke behøver at nævne fotografens navn, når billederne bliver brugt
4. bestemme hvor mange gange de kan anvende billederne

## Krav til billedets opløsning

Hvis en myndighed skal printe et billede med sullissivik.gl's logo på, er det vigtigt, at billedets opløsning er høj, så det ikke bliver pixeleret, når det bliver printet.

Her er en liste over minimum opløsning der skal anvendes ved forskellige annoncer:

Plakat A4	2480 x 3508 pixel
Plakat A5	1240 x 1754 pixel
Plakat A3, A2, A1	3508 x 4961 pixel

## Motiver på billedet

Annoncebilledet skal have relevans for det emne der annonceres. Stemningen på billederne skal holdes positive. Motiverne skal gerne understøtte budskabet.

## Personer på billeder

Billederne skal, i det omfang det er hensigtsmæssigt, gerne indeholde mennesker som er en naturlig del af emnet, og skal have relevans for det emne der annonceres - aldersmæssigt og situationsmæssigt.

### Samtykkeerklæring i forbindelse med brug af billeder af personer

De personer på billedet skal have afgivet en samtykkeerklæring til, at billedet kan bruges i forbindelse med annoncering af sullissivik.gl. Hvis det drejer sig om børn under 18 år, skal værgeren have givet en skriftlig tilladelse til, at den mindreårige kan være på annoncen.

### Oplysningspligt og ret til indsigelse

Der gælder en oplysningspligt over for de personer, der fremgår af et billede. Du skal i almindelighed sørge for, at den eller de personer, der er på billedet, er vidende om, at du har tænkt dig at offentliggøre billedet, så de har mulighed for at reagere, f.eks. gøre indsigelse imod det. Hvis den person, der fremgår af billedet, er utilfreds med offentliggørelsen, har vedkommende ret til at gøre indsigelse. Personen skal i så fald oplyse, hvilket billede der ønskes slettet og hvorfor. Hvis den eller de personer, der er på billedet, ikke ønsker at være på billedet, bør du umiddelbart fjerne det.

## Skriveguide til annoncetekst

Når myndigheden skriver tekst til annoncen, skal de huske at formidle deres oplysninger forståeligt til borgeren eller den erhvervsdrivende. Myndigheden skaber værdi ved at lære deres målgruppe noget og gør opmærksom på deres muligheder, samt en nyttig viden omkring myndighedens selvbetjeningsløsning. Myndigheden skal fokusere på, hvad deres målgruppe får ud af at benytte myndighedens digitale selvbetjening. Den effektive annoncetekst vækker målgruppens nysgerrighed og taler direkte til målgruppen. Myndigheden skal helst undgå fyldord, værdiladede ord og lange tekster med massive tekstblokke.

### Skriveguide:

- Tal til målgruppen i øjenhøjde
- Skriv sagligt og neutralt
- Tag udgangspunkt i dét, der står på sullissivik.gl
- Skriv overskuelige brødtekster med korte sætninger
- Ingen unødvendige fyldord
- Brug punktform for at "lette" teksten
- Brug ikke tungt fagsprog
- Skriv i Du-form og aktive sætninger
- Skriv den samme oplysning på begge sprog (grønlandsk og dansk)

### Overskrift

For at finde frem til overskriften, besvarer myndigheden dette spørgsmål: Hvad er det borgeren eller den erhvervsdrivende kan få ud af annoncen? Hvad er det som borgeren og den erhvervsdrivende skal/kan gøre? Myndigheden anvender svaret til annonceoverskriften i spørgsmålsform.

Overskriften afspejler hvad annoncen handler om og dermed giver målgruppen en hurtig forståelse for hvad annoncen drejer sig om. Overskriften er i overensstemmelse med annoncebillede og annoncetekst.

Eksempler:

- Ønsker du at hente din bopælsattest?
- Har du husket at betale dit jagtbevis?
- Vil du ansøge til GUX?

### Tekst

For at finde frem til formulering af teksten, besvarer myndigheden besvarer dette spørgsmål: Hvad er det som borgeren eller den erhvervsdrivendes kan gøre og hvad er (valg)mulighederne? Myndigheden anvender svaret til annonceteksten der giver målgruppen overordnede oplysninger om en rettighed eller en pligt som overskriften giver udtryk for.

Annonceteksten:

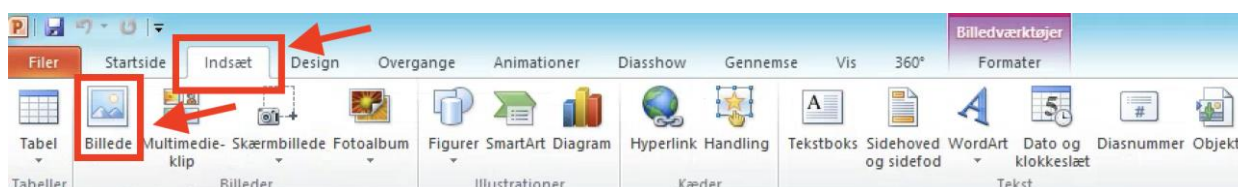
- ✓ Er kort og præcis
- ✓ Har fokus på borgernes rettigheder og pligter
- ✓ Indeholder en specifik og konkret opfordring til en handling
- ✓ Gør opmærksom på fordele ved en selvbetjeningsløsning der kan anvendes her og nu

# Vejledning til sullissivik.gl's annonceskabeloner

Vejledningen består af en beskrivelse af, hvordan myndigheden indsætter både et billede, en overskrift og en annoncetekst trin for trin. Myndigheden udfylder annonceskabelonen således:

## Indsættelse af annoncebillede

1. Annoncebillede vælges indenfor de krav der er beskrevet på sullissivik.gl's Designmanual.
2. Start med at slette billedet ved at trykke på 'Delete' på dit tastatur.
3. Klik på "Indsæt" øverst i fanen, og klik på "Billede":



**Bemærk:** Brug ikke 'skift billede' ved at højre klikke på billedet i annonceskabelonen, fordi det kan ødelægge kvaliteten af billedet.

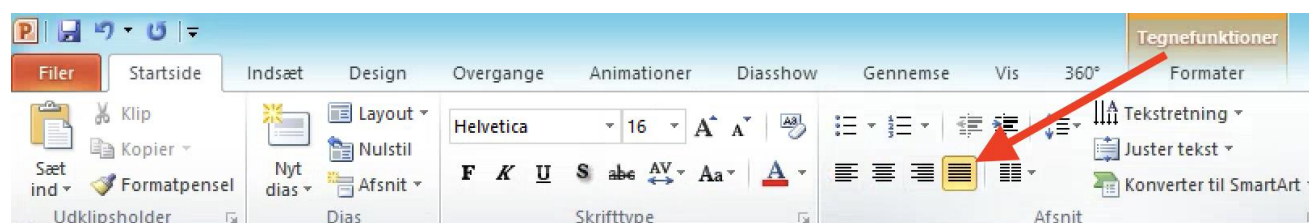
4. Vælg det billede som skal være annoncebilledet og klik på "Åbn" / "Indsæt"
5. Billedet ligger nu foran teksten, juster billedets placering og størrelse ved hjælp af din mus.
6. Højre klik på billedet og vælg 'Placer bagerst'.

## Indsættelse af en annonceoverskrift

Annonceoverskriften placeres det sted hvor det er angivet på annonceskabelonen.

## Indsættelse af annoncetekst

Annonceteksten placeres det sted hvor det er angivet på annonceskabelonen. Den færdige annoncetekst på annonceskabelonen justeres ved at trykke på "Juster" som vist på billedet nedenfor:



Dette giver et "rent" udseende langs venstre og højre side af annoncen.

## Forsendelse af annonceskabelonen til annonceringsmediet

Myndighed skal selv gemme i den rette fil og sende den til det valgte annonceringsmedie.

1. Klik på "Filer" øverst i fanen og vælg "Gem som".
2. Når vinduet for "Gem som" åbner, skal du i feltet "Filnavn" og skrive annoncens overskrift og angive hvor denne annonce skal publiceres.
3. I feltet "Filtype": Vælg den filtype (PNG, m.m.) som annonceringsmediet kræver og klik på "Gem"
4. Vælg det sted du ønsker at gemme filen på din computer, og gem filen.
5. Send den gemte annonceskabelon via mail til det pågældende annonceringsmedie.  
I din mail, kan du nævne:
  - Hvilket format/størrelse annoncen har, for eksempel "1 sides..."
  - Hvor længe annoncen skal køre med startdato og en slutdato



## Bilag: Eksempel på god annonceproduktion

### Det er en god idé at starte med at definere formålet med annoncen

Den første eksempel på en god annonceproduktion er, når myndigheden har defineret formålet for deres annoncer ved at have klargjort følgende:

- Hvilket (1) indhold på sullissivik.gl, skal annoncen dreje sig om?
- Hvad er de vigtigste oplysninger der skal nå ud til borgerne?
- Hvilke fordele har borgerne for netop denne annonce?

Borgerne gøres opmærksom på, at de kan læse et opdateret skriftligt indhold på sullissivik.gl, som myndigheden ejer og henviser til på selve annoncen. De vigtigste oplysninger formuleres kort på annoncen, således borgeren i Grønland hurtigt opfanger annoncens formål. Det giver mening for borgeren at læse videre på oplysningerne på sullissivik.gl. På den måde får myndighed gevinsten ved at borgerne anvender de digitale blanketter, som myndigheden stiller til rådighed.

### Gevinsten ved at definere målgruppen

Det andet eksempel på en god annonceproduktion er, når myndigheden definerer de målgrupper, de ønsker at nå ud til. En myndighed målretter deres annoncer til en bestemt målgruppe på et bestemt annonceringsmedie som bruges hyppigere af denne målgruppe.

Eksempelvis kan en borger i en bestemt aldersgruppe være vant til at sende en udfyldt blanket via posten, i stedet for at anvende den digitale selvbetjening som myndigheden stiller til rådighed på sullissivik.gl. Som en del af annonsekampagnen, målretter myndigheden en annonce til denne målgruppe for at oplyse muligheden for at anvende den digitale selvbetjening. Myndigheden vælger et annonceringsmedie, som ofte bliver benyttet af denne målgruppe.

### Det er vigtigt at kvalitetssikre annonceindhold

#### Annoncebillede

Det tredje eksempel på en god annonceproduktion er, når annoncebilledet illustrerer hvad annoncen drejer sig om og annoncebilledet passer til annonceteksten. Annoncebilledet skaber blikfanget for annoncen. Folk ser mange annoncer til dagligt, derfor er det en god idé at fange deres opmærksomhed med et billede, der er lavet specifikt til netop den annonce, så den skiller sig ud. Det samme annoncebillede kan anvendes for den samme annonce på forskellige annonceringsmedier.

#### Annonceteksten

Det fjerde eksempel på en god annonceproduktion er, når myndigheden har skrevet annonceteksten kort og tydeligt på begge sprog, med målgruppen i centrum. Annonceteksterne på begge sprog er korrektulæst og har derfor ingen fejl.

Annoncebilledet og annonceteksten udgør tilsammen et annonceindhold som er velovervejet og kvalitet sikret.

### Nem opsætning af annonce

Det femte og sidste eksempel på en god annonceproduktion er, at myndighederne bruger sullissivik.gl's annonceskabeloner. Annonceskabelonerne er nemme at bruge og vejledningen er til at forstå, så myndigheden selv indsætter både tekst og billede. Når det hele er sat op, er annonceskabelonerne klar til at blive sendt til et annonceringsmedie.