

kybun | Joya



Ihr Gesundheitspartner
kybun Joya Brand Book

GESUNDHEIT IST DIE ERSTE PFLICHT IM LEBEN.

OSCAR WILDE

Dürfen wir uns vorstellen?

Wir sind Karl III und Karl IV, Vater und Sohn, Gründer der Gesundheitsschuhproduzenten kybun und Joya. Unsere Motivation kybun Joya zu gründen war und ist, den Kundinnen und Kunden in Ihrer Nähe eine kompetente, medizinische Anlaufstelle gegen Schmerzen am Bewegungsapparat bis ins hohe Alter zu ermöglichen sowie den weltweiten Partnern eine sinnstiftende Tätigkeit zu bieten. Als familiengeführtes Unternehmen, das sich täglich für Ihre Gesundheit einsetzt, möchten wir Ihr treuer Wegbegleiter sein.

Bereits über zwei Millionen Menschen vertrauen auf unser medizinisches Know-How. Uns erreichen täglich Berichte von Kunden, die nun wieder schmerzfrei gehen und neue Lebensqualität genießen können. Da 100'000 Rückmeldungen von Kunden, die nicht auf unser Konzept verzichten möchten, nicht falsch liegen können, dürfen wir mit Selbstbewusstsein sagen: Therapieren Sie, statt zu operieren!

Durch eine enge Zusammenarbeit mit medizinischen Fachleuten steht kybun Joya für medizinische Kompetenz rund um den Bewegungsapparat des Menschen. Unsere Kunden lernen die kybun Joya Therapie in Vorträgen und Sprechstunden kennen. Die **drei zentralen Elemente** der **kybun Joya Therapie** sind die **Produkte** von kybun und Joya, die **Lösung von Faszien-Verklebungen** und das **Muskellängentraining**.

Dieses Brand Book dient dazu, die einheitliche Wiedererkennung und das Kundenerlebnis weltweit zu fördern!



Karl Müller III und Karl Müller IV

Inhalt

- 6 Die Marken**
- 8 Vision / Konzept**
- 10 kybun Joya Therapie**
Der Ursprung | Drei zentrale Elemente
- 13 Wording**
- 14 Markenlogo**
Hauptlogo | Abstand für freistehende Positionen
Don'ts | Positionierung Print | Positionierung Videos
- 22 Farben / Schrift**
- 24 Bildsprache**
Auswahl | Bilder in Anwendung
- 30 kybun Joya Shop**
- 32 Kommunikation**
Website | Welcomeflow | Visitenkarte
Empfehlungskarte | Freundeskarte | E-Mail | Brief
Personalauftritt | Autobeschriftung



Shop-Beispiel

kybun

Die Marke

«Beweglich und schmerzfrei – ein Leben lang».

2007 gründete Karl Müller zusammen mit Markus Bartholet die Firma kybun AG. Der weltweit einzigartige Luftkissen-Schuh ist ein Bestandteil des Bewegungskonzeptes, zu dem auch die elastisch-federnde Matte und die exzellenten Laufbänder gehören. Weltweit zählen Millionen von Kunden – so auch Persönlichkeiten aus Sport, Kultur und Politik – auf die große Schweizer Gesundheits-Errungenschaft. Ein engagiertes Team am Hauptsitz und am Produktionsstandort in der Schweiz entwickeln die Lösungen laufend so weiter, dass die Kundinnen und Kunden sowie Partner mit Spitzenprodukten von kybun bedient werden.



Urs Koller, CEO & Karl Müller, VRP

Das macht kybun einzigartig:

- Einzigartige Gesundheitslösungen: Schuhe, Matten, Laufbänder uvm.
- Schweizer Qualität mit Produktion in Sennwald SG (CH)
- Beratungsexcellence bei Gesundheitsproblemen mit Doktor kybun



Joya

Die Marke

«Dein Rücken freut sich».

Die Schweizer Jungunternehmer Karl Müller und Claudio Minder gründeten im Jahre 2008 die Marke Joya. Inzwischen ist das Unternehmen in über 40 Ländern vertreten und über 2 Millionen Joya Schuhe sind in Umlauf. Joya gehört mittlerweile zu den führenden Komfort-Schuh Herstellern weltweit, beschäftigt rund 85 Mitarbeiter und betreibt eine eigene Sohlenproduktion in Busan/Südkorea. Im Schweizer Hauptsitz ist zudem die Vertriebssteuerung, das Controlling und das Marketing aller Märkte beheimatet.



Claudio Minder und Karl Müller

Das macht Joya einzigartig:

- Alle 5 verschiedenen Sohlentechnologien sind AGR zertifiziert
- Handgefertigt in Busan (Südkorea)
- Erprobtes Joya Event- und Werbekonzept



Vision

Wir glauben, dass der menschliche Bewegungsapparat so konstruiert ist, dass er bis ins hohe Alter sportlich aktiv, gesund bleiben kann und dass Pflegeheime nur in seltenen Fällen aufgesucht werden müssen. Wir sind überzeugt, dass geläufige Bewegungsbeschwerden, an denen

mindestens 1/3 aller Menschen ab 65 regelmäßig leiden, dank gesunder Bewegung im Alltag und durch Begleitung geschulter kybun Joya Gesundheitsberater in den meisten Fällen nachhaltig vermieden werden können.

- **Therapieren statt operieren bei über 50 medizinischen Diagnosen**
- **Kostenlos erlebbare Therapiemethoden in den kybun Joya Shops**
- **Individuelle Einzelberatung zu spezifischen medizinischen Fragen (Anliegen)**

«Durch die Vermeidung von unnötigen orthopädischen Eingriffen können wir die Kosten des Gesundheitswesens senken.»

Karl Müller III und Karl Müller IV



Konzept

Kompetente Gesundheitsberatung

- Unsere Kunden erhalten bei uns individuelle Lösungen rund um Beschwerden am Bewegungsapparat.
- kybun Joya Kunden mit komplexen Beschwerden können durch die Kooperation mit medizinischen Fachleuten profitieren.

Persönliches Gesundheitsnetzwerk

- Die kybun Joya Shops pflegen eine enge Zusammenarbeit mit regionalen medizinischen Fachleuten (Physiotherapeuten, Ärzten, ...), welche wiederum ihren Patienten die kybun Joya Shops empfehlen.

Sprechstunden und Infovorträge

- kybun Joya Shops bieten ihren Kunden regelmäßig Sprechstunden mit Experten an.
- kybun Joya Shops bieten Infovorträge zum Thema Gesundheit an, um Neukunden zu gewinnen.

Kundenerlebnis

- In den kybun Joya Shops haben die Kunden die Möglichkeit, die Wirkungsweise unserer Therapiemethode am eigenen Körper zu erleben.
- Die Kunden haben in unseren Shops die Möglichkeit unsere Produkte zu mieten.



kybun Joya Therapie

Der Ursprung



Die kybun Joya Therapie hat Ihren Ursprung in den Reisfeldern Südkoreas.

Das Laufen in Reisfeldern ist weich-elastisch-federnd – genau dieses einzigartige Gehgefühl holt kybun Joya in unseren Alltag. Das bedeutet, dass unsere harten und flachen Kunstböden in weich-elastisch-federnde Reisfeldböden verwandelt werden. So wird der ganze Körper ganz von allein trainiert – ohne Übungen und ohne Zeitaufwand!

Karl Müller III entdeckt 1979 das Reisfeldgefühl.

Sensationelle Wirkung

Nicht selten können Menschen mit Gehbeschwerden im Alter, dank der kybun Joya Therapie, Operationen vermeiden und wieder schmerzfrei gehen. Unsere Erfahrungen zeigen, dass unsere Produkte in Verbindung mit der kybun Joya Therapie bei folgenden Beschwerden geholfen haben: Rücken-, Hüft-, Knie- und Fußbeschwerden, insbesondere bei Arthrosen. Fußgelenks-Versteifung, Achillessehnenentzündung, generelle Gehschmerzen im Alter, Knorpel Abnutzungen, Osteoporose, Venen- und Lymph Aktivität und Diabetes, aber auch bei neurologischen Erkrankungen wie Parkinson, MS, Schlaganfall u.v.m.!

Drei zentrale Elemente

Die **drei zentralen Elemente** der **kybun Joya Therapie** sind die **Produkte** von kybun und Joya, die **Lösung von Faszien-Verklebungen** und das **Muskellängentraining**.

Trampolineffekt der kybun und Joya Produkte

- kybun und Joya sind die weltweit einzigen Schuhhersteller, die auf Sohlen mit Trampolineffekt setzen. Genau diese Trampolinbewegung ist die Urbewegung des Menschen und regt die Muskel-Faszien-Ketten an, sich wechselseitig anzuspannen und zu entspannen. Und wer liebt dieses wunderbare «Schwebe-Gefühl» nicht!

Lösung von Faszien-Verklebungen

- Neben den elastisch-federnden Schuhen zum Gehen und Trampolin-ähnlichen Matten zum Stehen, besteht die kybun Joya Therapie zudem aus einem Fundus aus speziellen Übungen und Methoden zum manuellen Lösen von Faszien-Verklebungen. Diese werden durch ausgebildete kybun Joya Gesundheitsberater in Off- und Online Kursen sowie Sprechstunden und Vorträgen vermittelt.

Muskellängentraining

- Unser Körper braucht nicht nur eine Kräftigung der Muskulatur, sondern auch die Steigerung von Flexibilität und Länge. Mit dem sogenannten Muskellängentraining kommen Sie diesen Zielen näher. Durch Muskellängentraining wirken wir typischen Beschwerden wie Schmerzen im Fuß-, Knie- Hüft- und Rückenbereich effektiv entgegen.



Ausführliche Informationen über die kybun Joya Therapie.

Wording

Ein Corporate Wording ist eine weitreichende Entscheidung, genauso wie ein neues Logo oder eine neue Hausfarbe. Sie sollte über lange Zeit gültig sein, laufend überprüft und angepasst (Sprache unterliegt dem Wandel) und konsequent in allen Kommunikationsmitteln angewendet werden. Jede Person, die für die Marke oder das Unternehmen arbeitet, sollte sie vor Augen haben und den Nutzen einer einheitlichen Ausdrucksweise kennen.

Gesundheit
ist nicht Alles,
aber ohne
Gesundheit
ist Alles nichts.

ARTHUR SCHOPENHAUER

Trampolineffekt

weich-elastisch-federnd

Sprechstunde

Gesundheitsberatung

**therapieren
statt operieren**

kybun Joya Produkte

Faszientherapie

kybun Joya

Muskellängentraining

Therapiemethode

Markenlogo

Hauptlogo

Das Markenlogo von kybun Joya ist eine Zusammensetzung aus den registrierten Logos der Firmen kybun und Joya. Es dürfen nur die folgenden Varianten verwendet werden:

Markenlogo 2-farbig

kybun | Joya

Markenlogo 1-farbig

kybun | Joya

Zusätzlich zum Markenlogo von kybun Joya gibt es ein Icon mit Claim. Das Icon mit Claim darf nur im Zusammenhang mit dem Markenlogo benutzt werden. Das Icon darf nicht ohne Claim benutzt werden.

Markenlogo mit Icon und Claim

kybun | Joya 

Icon mit Claim

therapieren
statt operieren

Markenlogo Hochformat 2-farbig

kybun
Joya

Markenlogo Hochformat 1-farbig

kybun
Joya

Markenlogo mit Shop-Standort

Diese Version wird benutzt für die Bewerbung eines spezifischen Shops. Der Name setzt sich zusammen aus Ort und Quartier.

Beispiel: **New York – Central Station**

Nach Absprache kann auf die Quartierbezeichnung verzichtet werden.

kybun | Joya

Arbon-Hamel

kybun | Joya

Bern-Spitalgasse

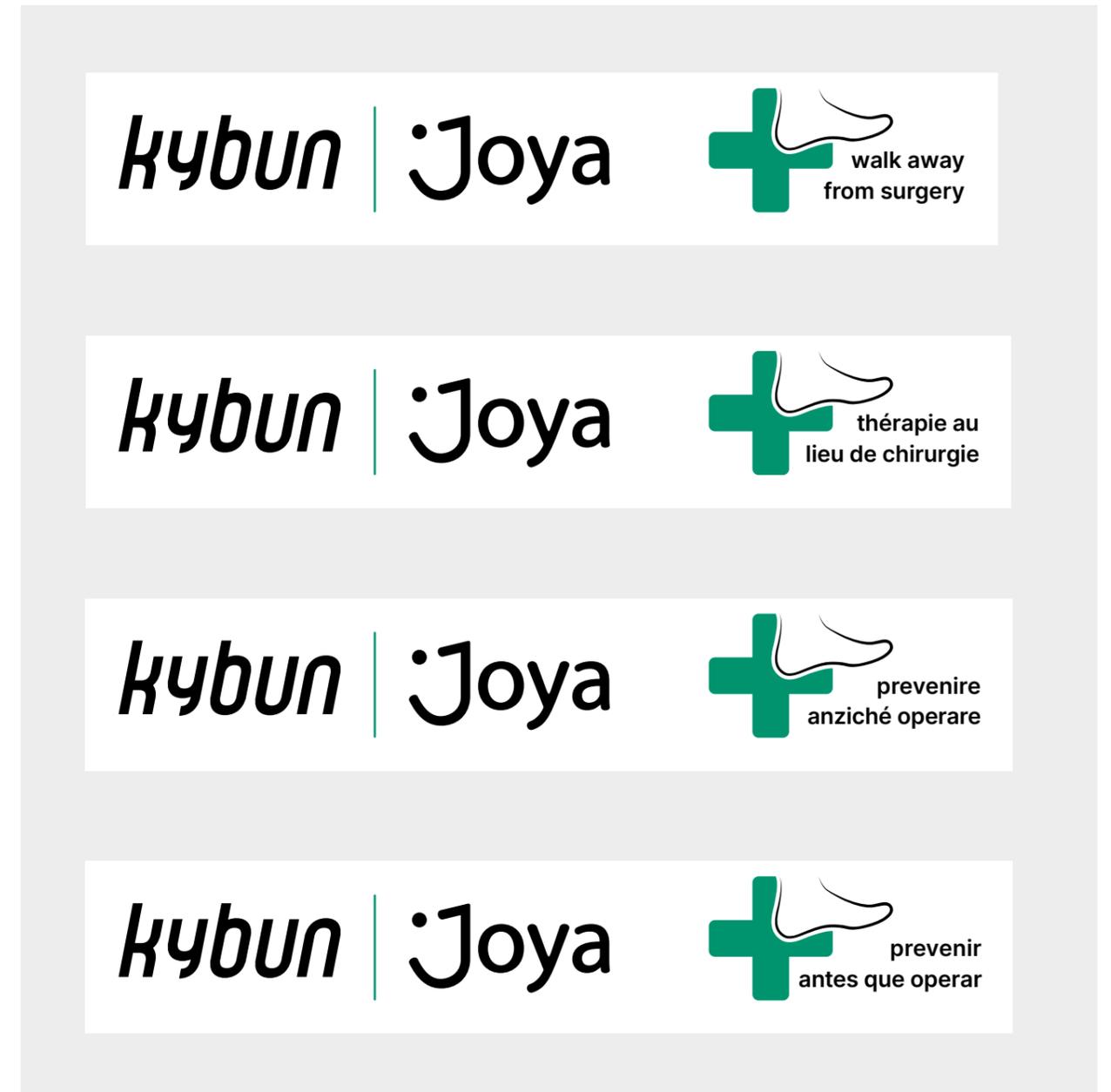
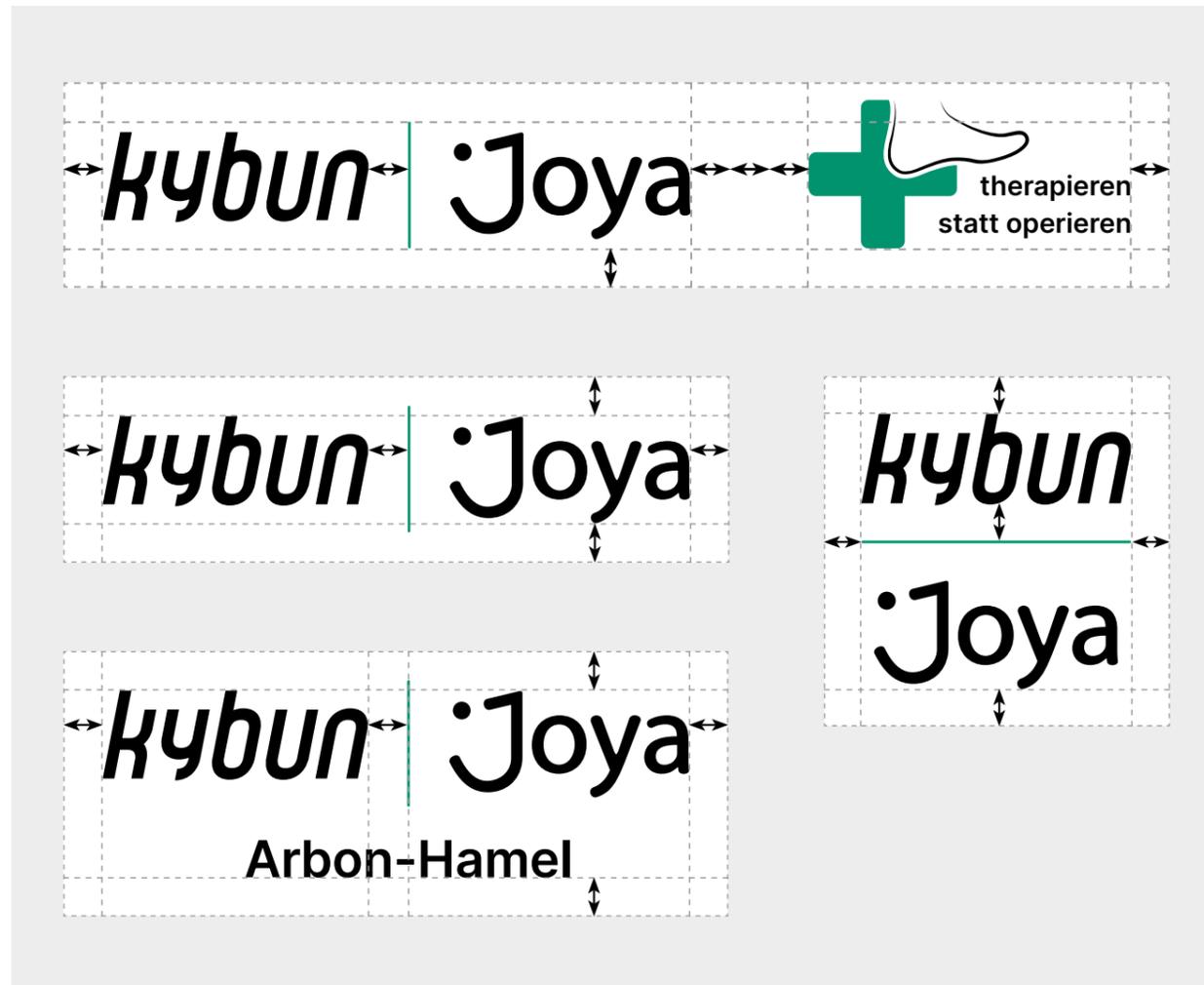
kybun | Joya

Zug-Metalli

Abstand für freistehende Positionen

Damit sich die Marke kybun Joya wirklich von anderen abheben kann, ist ein definierter Bereich erforderlich, in dem keine anderen Elemente (z. B. andere Logos) platziert werden dürfen. Dieser Rand entspricht dem Abstand

zwischen dem Buchstaben «n» und der Trennlinie zwischen kybun und Joya. In keinem Fall dürfen die Logos unverhältnismäßig skaliert oder in irgendeiner Weise verzerrt werden.





Don'ts

Diese «Verbote» gelten für alle Logos und Wortmarken. Ein konsequentes Branding ist entscheidend für die Erkennung. Heutzutage werden wir von tausenden von Nachrichten überschwemmt, von denen wir nur einen kleinen

Teil verarbeiten können. Daher ist es sehr wichtig, wie wir uns der Welt präsentieren – so pflegen wir einen gemeinsamen, stilvollen und professionellen Auftritt. Darüber hinaus erhöhen wir den Bekanntheitsgrad unserer Marke.

Einige Beispiele:

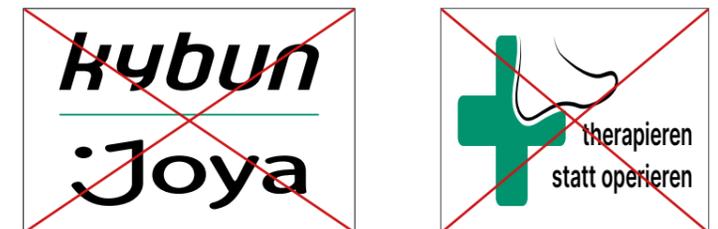
keine anderen Farben



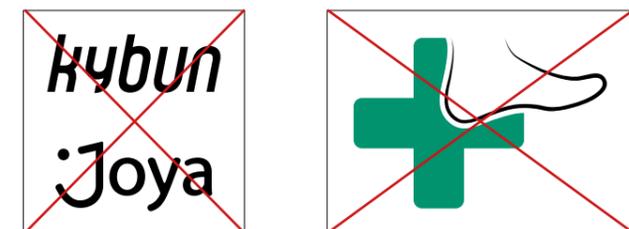
keine Schatten



keine Verzerrung



kein Löschen von Elementen



Positionierung Print

Wichtige Informationen zur Verwendung des Logos im Print:

- 1 Das kybun Joya Markenlogo muss oben rechts positioniert sein.
- 2 Das kybun Joya Markenlogo und das Icon mit Claim müssen auf weißem Hintergrund platziert sein.
- 3 Die Sprechblase fokussiert den Blick, sie darf keine Textelemente enthalten.
- 4 Der Pfeil der Sprechblase zeigt auf die Aussage.

Dies stellt sicher, dass das gesamte Logo immer sichtbar ist und nicht durch andere Elemente am POS oder bei anderweitiger Verwendung im öffentlichen Raum (Kundenstopper, Schaufenster) teilweise oder vollständig verdeckt werden kann.



So nicht:



Positionierung Videos



Wichtige Informationen zur Verwendung des Logos im Video:

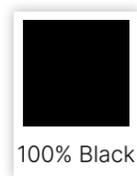
- 1 Markenlogo Hochformat oben rechts und auf weißem Hintergrund
- 2 Bauchbinde Name: Hintergrund grün mit 85% Deckkraft, Name weiß
- 3 Bauchbinde Funktion: Hintergrund weiß mit 85% Deckkraft, Text grün
- 4 Bauchbinde Untertitel: Hintergrund weiß mit 85% Deckkraft, Text grün

Beispiel Kampagnen-Video von Pascal Zuberbühler

Farben

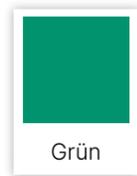
Die Corporate Identity und das Corporate Design verleihen einem Unternehmen einen unverkennbaren Auftritt, transportieren dessen Werte und schaffen ein in sich stimmiges Erscheinungsbild. Dazu gehört auch die Definition der Farben. Die von kybun Joya genutzten Grundfarben werden hier als CMYK, Pantone und RGB definiert.

Wir haben uns für die Farbe grün entschieden, weil sie im Allgemeinen mit Gesundheit, Stabilität, Wachstum, Erneuerung, Natur, Regeneration und natürlich auch mit dem Leben an sich assoziiert wird. Darauf baut auch das Konzept von kybun Joya auf, denn schließlich wollen wir unseren Kunden ein gesünderes und komfortableres Leben bieten.



CMYK: 0, 0, 0, 100
Pantone: Black 6 C
RGB: 0, 0, 0

kybun Joya Logo
Fließtext



CMYK: 85, 15, 68, 2
Pantone: 7724 C
RGB: 0, 147, 110

kybun Joya Logo
Icon Kreuz
Headlines / Titel
Gestaltungselemente



CMYK: 0, 0, 0, 0
Pantone: -
RGB: 255, 255, 255

Box hinter Logo

Schrift

Die Schrift «Inter» von Rasmus Andersson, finden Sie kostenlos zum Download auf: fonts.google.com

Sie enthält neun verschiedene Schriftschnitte von Thin bis Black. kybun Joya benutzt für die Gestaltung aber nur die folgenden 4 Varianten:

Inter Bold
Headlines/Titel

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ () { } [] « » &

Inter SemiBold
Partner-Zusatz Logo
Icon Claim

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ () { } [] « » &

Inter Medium
Untertitel
Text-Highlights

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ () { } [] « » &

Inter Light
Fließtext

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ () { } [] « » &

Inter Bold → **kybun Joya Corporate Design**

Nim eum in porporectio ero enimus assum si vere venem que velleetur si at.Re a eatinciis eat aut volorerum vellacc uptiorepe quiam qui opta conesequis **exercim illuptatio.** Optur autectem eume cum harchil igendan tionseque

Inter Light → **Inter Medium**

Bildsprache

Auswahl

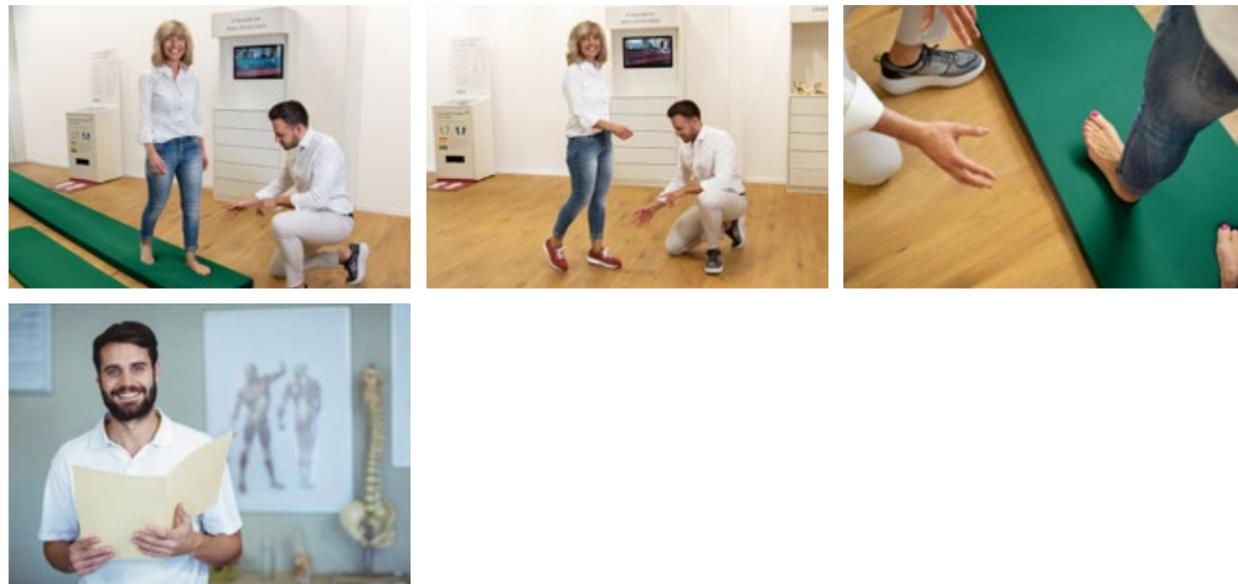
Bilder können ein Unternehmen bekannt machen und von Wettbewerbern abheben. Das funktioniert auch bei kleinen Unternehmen – aber nur, wenn die Fotos richtig gewählt sind.

Beliebigkeit oder eine Ästhetik, die nicht zum Unternehmen oder seiner Zielgruppe passt, machen die Wirkung von vornherein zunichte.

Geschichte



Beratung



3 wichtige Regeln beim Einsatz von Bildern:

- Die Bilder müssen so stark sein, dass sie die Aufmerksamkeit des Betrachters fesseln.
- Die Bilder müssen dem Image des Unternehmens und der Branche entsprechen.
- Die Bilder müssen auf die Gefühle und Erwartungen der Kunden ausgerichtet sein.

Medical



Kampagnen



Aktionen / Umfragen



Bilder in Anwendung

Ein Key Visual ist ein Leitmotiv, ein grundlegendes visuelles Bild, das die Philosophie einer Marke oder eines Unternehmens darstellt. Es definiert das langfristige visuelle Erscheinungsbild einer Marke oder eines Unternehmens (z. B. Michelin-Mann, Coca-Cola-Flasche).

In Kampagnen wird ein Key Visual verwendet, um den Wiedererkennungswert der Werbung zu erhöhen. Sehr oft schafft das Key Visual eine stärkere Assoziation mit der Marke als das Logo selbst. Ein Beispiel ist die lila Kuh des Schokoladenherstellers Milka.

Das visuelle Motiv symbolisiert die Marke, d. h. das Produkt ist somit ein integraler Bestandteil der gesamten Werbekampagne. Es dient als zentraler Anreiz für den Werbeanspruch und stellt sicher, dass der Anspruch einprägsam bleibt.



Die kybun Joya Bildsprache am Point of Sale ist limitiert auf 3 Elemente. Zusätzlich können kybun oder Joya Marketingmaterialien benutzt werden.

- 1 Reisfeldbild auf Spannrahmen mit Mattenbahn
Optimal: Spannrahmen hinterleuchtet, 4m breit, mit Mattenbahn grün (Mattenbahnmass 196cm x 6cm/4cm/2cm)
- 2 kybun Joya Poster im Kundenstopperformat
Optimal: Abwechselnd Sprechstunden, Outlet, Kampagnen, Testimonial
- 3 Indikationstafeln A3
Optimal: In den Schaufenstern präsentiert, um spezifische Themen anzusprechen

Reisfeldbild auf Spannrahmen



Bilder in Anwendung

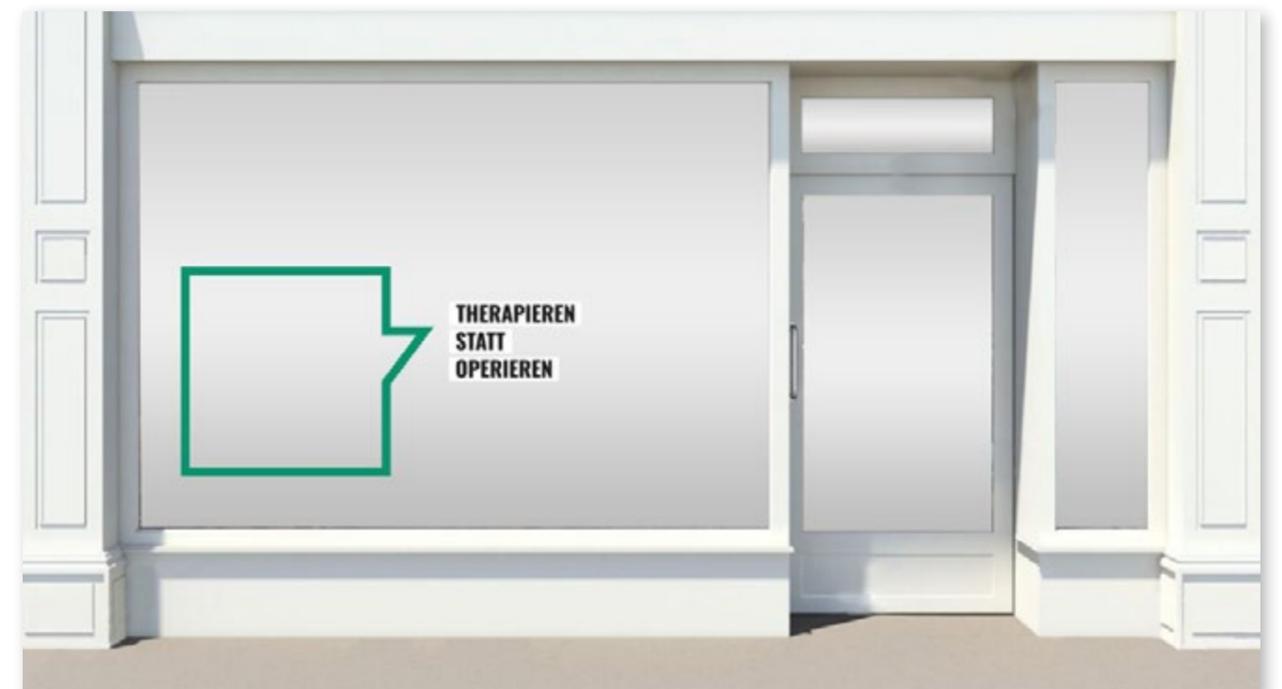


Indikationstafeln A3



Sprechblase mit Claim kann auch für die Schaufensterbeschriftung verwendet werden

Kundenstopper A1



kybun Joya Shop

Auch im Verkauf wird eine einheitliche Gestaltung der Flächen zunehmend wichtig. Mit einer dezenten, modern gestalteten Verkaufseinrichtung wollen wir eine angenehme und stilvolle Umgebung schaffen, in der die Kunden gern einkaufen und ebenso gern wiederkommen. Die Gestaltung der Räumlichkeiten sollte

passend auf die jeweilige Zielgruppe, die man mit seinen Produkten ansprechen und erreichen will, zugeschnitten sein. Denn nur wenn Sie die Verbraucher überzeugen und emotional an Ihr Geschäftslokal – als Umfeld für die Lieblingsprodukte – binden, können Sie auf Dauer bestehen und Ihren Laden erfolgreich führen.



1 Probier-Schuh Cabinet
B 800 × H 1'990 × T 570 mm

- 16 Lamellenhalter
- 1 kybun / Joya-Logo-Kleber
- 1 Prospekthalter
- 1 Posterrahmen A2
- Farbe: matt weiß Coated
- Gewicht: 80 kg



2 Fußdruck-Messtation
B 800 × H 1'990 × T 570 mm

- Computer & Drucker inkl.
- kybun Fußdruck-Matte inkl.
- Verpackung inkl.



3 Ultimate Toning Roll
B 930 × H 150 × T 195 mm



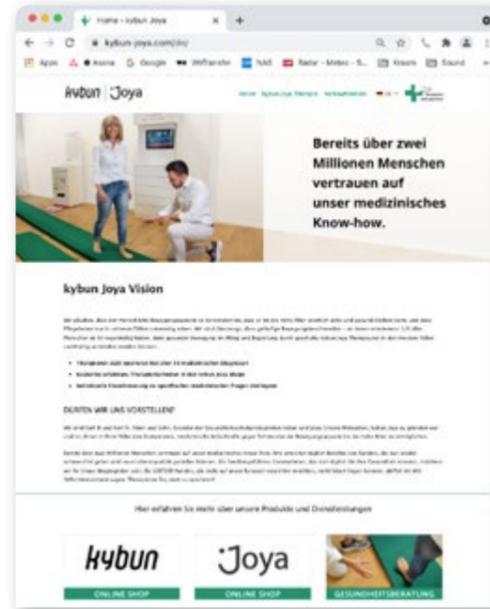
Weitere Informationen
und Shopelemente

Kommunikation

Website

Die Website fungiert als elektronische Visitenkarte eines Unternehmens. Mit einem ansprechenden Design und einer übersichtlichen Gestaltung haben wir es uns zum Ziel gesetzt, dass unsere Kunden sofort finden, was sie suchen.

Unsere Homepage wird regelmäßig aktualisiert und bietet mit wenigen Klicks eine Vielzahl von interessanten Informationen. Hier erfahren unsere Endkunden, was sich hinter der kybun Joya Therapie verbirgt, bei welchen Schmerzen unsere Produkte unterstützen und an wen sie sich bei Fragen wenden können. Mit Hilfe unserer Verkaufsstellenübersicht finden sie ihren kybun Joya Händler in ihrer Nähe.



Ihre Verkaufsstellen

Wir bieten jedem kybun Joya Shop Partner eine eigene Standortseite auf der offiziellen kybun Joya Website an. Wir empfehlen Ihnen die Nutzung von Google myBusiness, damit die Öffnungszeiten und Ihre Kontaktdaten dem Kunden aktuell angezeigt werden.

Tipp:

Fördern Sie gute Googlebewertungen um Vertrauen zu schaffen!



Welcomeflow

Der kybun Joya Welcomeflow wird wenige Stunden nach dem Erstkauf elektronisch zugestellt. Diese limitierte Serie von vier E-Mails dient dazu, die Marke kybun Joya näherzubringen, auf Erstreaktionen hinzuweisen, keine Überraschungen inklusive.

kybun Joya Shoppartner haben die Möglichkeit, diesen Welcomeflow 1:1 zu übernehmen oder auf ihren Standort anzupassen.

Im Anschluss kann sich der Kunde für den kybun und / oder den Joya Newsletter anmelden. kybun Joya bietet keinen weiteren Newsletter an.



Visiten- und Empfehlungskarte

Visitenkarte

kybun | Joya 

kybun Joya Center Arbon – Hamel
 Stickereistrasse 4, 9320 Arbon
 Tel. +41 (0)71 440 00 55
 arbon@kybun-joya.swiss
 www.kybun-joya.swiss

Ihre Gesundheitsberatung

Name _____

Datum _____ Zeit _____

Öffnungszeiten
 Di – Fr: 10.00 - 12.30, 13.30 - 18.30
 Sa: 10.00 - 16.00

Frontseite

Rückseite

Empfehlungskarte

kybun Joya Center Arbon – Hamel
 Stickereistrasse 4, 9320 Arbon
 Tel. +41 (0)71 440 00 55
 arbon@kybun-joya.swiss
 www.kybun-joya.swiss

Öffnungszeiten
 Di – Fr: 10.00 - 12.30, 13.30 - 18.30
 Sa: 10.00 - 16.00

kybun | Joya 

**Empfehlung zur
 GESUNDHEITSBERATUNG**

Aussenseite

Bei Abgabe dieser Empfehlung erhalten Sie beim Kauf eines kybun- oder Joya-Produktes ein kleines Geschenk.

Bemerkung:

Innenseite

Freundesrabatt

Freundesrabatt



kybun | Joya 

20% Freundesrabatt

Aussenseite

Überreicht von: _____

www.kybun-joya.swiss
Rabatt nur gültig auf nicht reduzierte kybun Joya Produkte.

Innenseite

Einlösbar in folgenden Shops:

- **kybun Joya Center Arbon-Hamel**
 Stickereistrasse 4 | 9320 Arbon | Tel: 071 440 00 55
- **kybun Joya Shop St. Gallen-Bahnhof**
 Merkurstrasse 1 | 9000 St. Gallen | Tel: 071 722 50 00
- **kybun Joya Shop Zug-Metalli**
 Industriestrasse 15b | 6300 Zug | Tel: 041 710 13 52
- **kybun world**
 Simon Frick-Str. 3 | 9466 Sennwald | Tel: 071 454 65 55



E-Mail und Brief

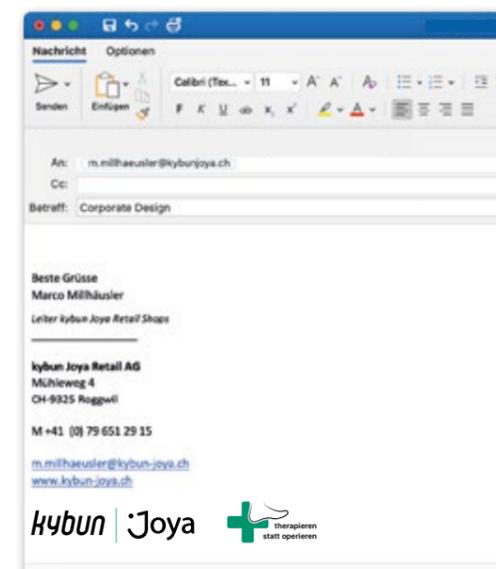
Schriftart für E-Mail: Calibri

Calibri ist eine serifenlose Schriftfamilie, die von Lucas de Groot entworfen wurde. De Groot, ein subtil abgerundetes Design, beschrieb es als «warm und weich». Es ist eine gängige PC-Schriftart und auf fast allen Computern Standards inbegriffen. Diese Schriftart kann beispielsweise für Presstexte, Newsletter-Ausdrucke, Mailings, E-Mails, PowerPoint-Präsentationen usw. verwendet werden.

Schriftart für Briefe: Verdana

Verdana ist eine serifenlose Linear-Antiqua-Schrift, des Schriftdesigners Matthew Carter. Eine große x-Höhe, weite Proportionen, großzügige Buchstabenabstände und ausgeprägte Unterschiede zwischen ähnlich geformten Buchstaben tragen zu einer guten Lesbarkeit bei.

E-Mail Footer



Wichtige Elemente sind:

Name / Position / Anschrift / E-Mail Adresse
 Website: www.kybun-joya.swiss
 Markenlogo mit Icon und Claim

E-Mail Adresse:

Jeder kybun Joya Shop Partner erhält eine eigene @kybun-joya.swiss Adresse.
 Die Mailadresse setzt sich wie folgt zusammen:
standort@kybun-joya.swiss

Brief Word Template



Hinweis zum Firmennamen

Die geschützten Markennamen kybun und Joya sind **nicht** in Ihrem Firmennamen zu verwenden.

Personalauftritt

Das Personal in den kybun Joya Shops erscheint in gepflegter, unifarbener Kleidung. Es dürfen keine Bedruckungen oder andere Markenlogos erkennbar sein. Während der Arbeit werden kybun oder Joya Schuhe getragen. Die eigenen Schuhe müssen ebenfalls gepflegt und sauber sein, denn jeder Mitarbeiter trägt zum Bild der Firma nach außen bei.

Zudem tragen alle Mitarbeiter ein Namensschild mit Vorname, Name und der Bezeichnung «Gesundheitsberater/-in».

Namensschild

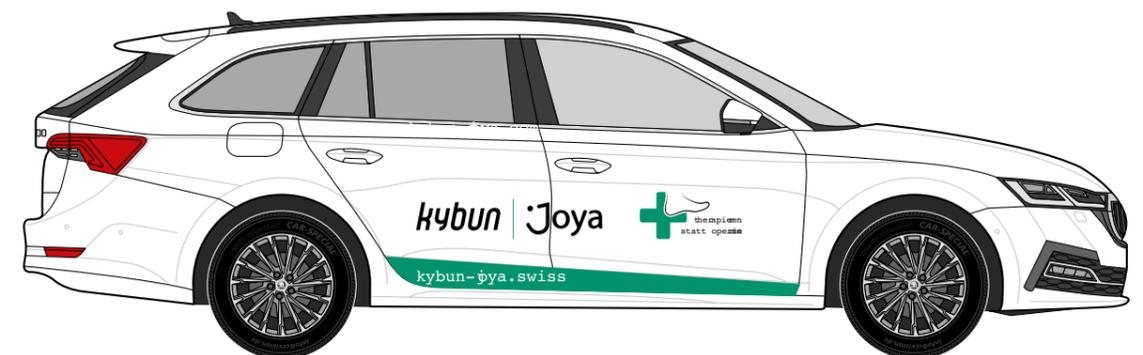
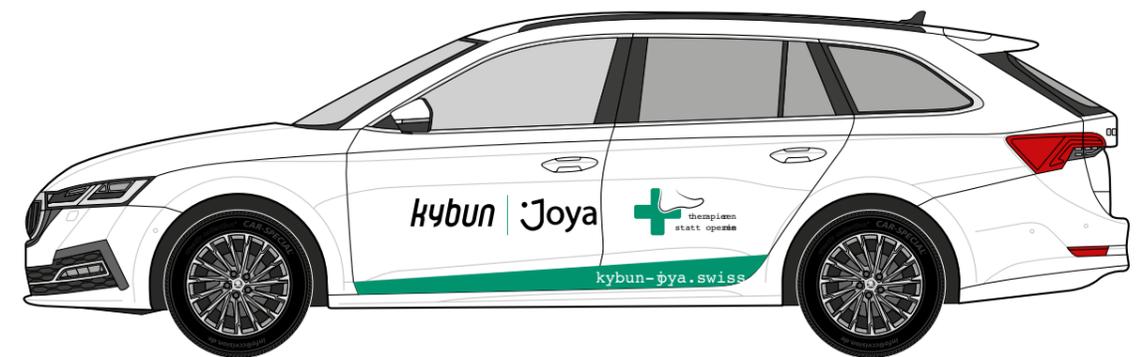
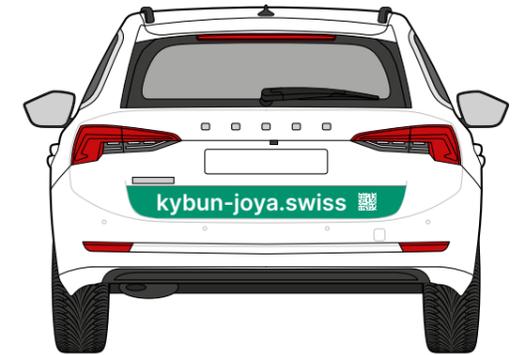


Autobeschriftung

Wir empfehlen mittelgroße Autos, um einen ernsthaften und wertvollen Eindruck zu hinterlassen.

Folgende Richtlinien sind zu beachten:

- Die Grundfarbe des Fahrzeugs ist weiß
- kybun Joya Website mit QR-Code auf grünem Hintergrund
- Verwendung von kybun Joya Logo mit Icon und Claim nach Fahrzeugeigenschaften





**THERAPIEREN
STATT
OPERIEREN**

07.2021