

Policy: Varumärkesplattform

Därför har vi en varumärkesplattform

Ett varumärke byggs av mottagarens samlade associationer till och intryck av en idé, organisation, produkt eller tjänst. Detsamma gäller för Riksförbundet HjärtLung. Det betyder att allt vi gör – oavsett det gäller organisation, verksamhet eller kommunikation – påverkar människors bild av vårt varumärke och ”den rätta känslan”.

En viktig förutsättning för att vi på Riksförbundet HjärtLung ska lyckas nå ut med vår kommunikation är att underlätta för våra mottagare att känna igen oss. Att vi utgår från en och samma grund i allt vi gör och att vi uppträder på ungefär samma sätt, oavsett var och när vi syns. Endast genom att samla våra uttryck har vi möjlighet att skapa ett gemensamt intryck av oss själva och vår verksamhet.

Varumärkesplattformen är det interna, strategiska styrdokument som ligger till grund för vårt beslutsfattande. Plattformen rymmer såväl information om ”vilka vi är” som ”vart vi ska” men även ”hur vi tar oss dit”. Varumärkesplattformen med dess kärna – varumärkeslöftet – definierar den känsla vi vill att mottagaren ska ha av Riksförbundet HjärtLung.

Vår varumärkesgrund beskriver vad vi ska kommunicera för att våra målgrupper ska få förtroende för oss och förknippa oss med det vi vill.

Framför allt vill vi uppmana människor att vara med och påverka sin egen framtid. För ett längre och rikare liv.

Varumärkesplattformen utgör en del av riksförbundets policyer och riktlinjer fastställda av förbundsstyrelsen.

Det här är vi

Riksförbundet HjärtLung är en av Sveriges största patientorganisationer, med närmare 35 000 medlemmar och 170 föreningar över hela landet. Tillsammans har vi kunskap, kraft och engagemang att ge dig som lever med hjärt-, kärl- och lungsjukdom ett längre och rikare liv.

Våra utmaningar och mål

Över två miljoner människor i Sverige lever med någon av våra diagnoser. Tillsammans med närstående är det många fler som är drabbade. Vi har ett viktigt och värdefullt uppdrag och roll att fylla och samtidigt en utmaning i att kännedomen och kunskapen om Riksförbundet HjärtLung är för låg.

Vårt övergripande och långsiktiga mål är att öka både kännedom och kunskap om organisationen och vår verksamhet hos samtliga relevanta målgrupper.

Vi ska vara en stark röst i civilsamhället och tillsammans med medlemmarna driva våra viktiga frågor. Vi vill bli fler engagerade medlemmar, samla in mer medel till verksamheten, stärka och utveckla samarbetet med hälso- och sjukvården och påverka vårdens beslutsfattare till förmån för våra medlemmar och alla som lever med våra diagnoser.

Vårt syfte

Kunskap och stöd till livsstilsförändring.

Ur ändamålsparagrafen:

”Vi ska arbeta för personer med hjärt-, kärl- eller lungsjukdoms intressen genom opinionsbildning, livsstilsförändringar och gemenskap.”

Vår vision

Människor med hjärt-, kärl- och lungsjukdom har ett bra liv.

Vår vision är att människor som drabbas av hjärt-, kärl- och lungsjukdom ska ha ett bra liv. En livssituation som ger frihet att kunna ta egna beslut tack vare egen kunskap, men också mod att våga fråga och ta del av andras. Som ger kraft att förändra och förutsättningar att få vara sig själv, inte bara sin diagnos eller sjukdom. Som ger frihet att känna sig frisk. Och fri att leva.

Visionen är tänkt att vara en ledstjärna för alla som är engagerade i Riksförbundet HjärtLung. All vår verksamhet – livsstilsaktiviteter, utbildningar, forskningsprojekt, opinionsbildning och möten med medlemmar – ska kunna kopplas till visionen. Frågan ”Varför gör jag det här?” kan besvaras med ”För att personer med hjärt-, kärl- och lungsjukdom ska ha ett bra liv. De ska känna sig fria att leva.”

Våra vägledande principer

Allt vi gör genomsyras av omtanke om våra medlemmar och av en vilja att förbättra situationen för alla de som drabbas av hjärt-, kärl- eller lungsjukdom. Vi vägleds av kunskap, erfarenhet och handlingskraft.

Kunskap

Tack vare alla medlemmar – tillsammans med våra experter, kontakter i vården och forskningsresultat – har och utvecklar vi ständigt kunskapen om våra diagnoser. Vi sprider den kunskap patienten behöver för att kunna påverka sin egen framtid.

Erfarenhet

Vi vet hur det känns att drabbas. Vi delar med oss av varandras erfarenheter, tankar och känslor för att ge råd och stöd. Tillsammans agerar vi representanter för patientens verklighet, bidrar till patientvald forskning och till förbättringar i vården.

Handlingskraft

Med samlad kunskap och gemensamma erfarenheter jobbar vi aktivt för att påverka och förändra till förmån för våra frågor och medlemmar, i det stora och det lilla. Allt för att ge stöd till de livsstilsförändringar som ger ett längre och rikare liv, här och nu.

Vårt löfte och kärnan i varumärket

Tillsammans har vi kunskap, kraft och engagemang att ge dig som lever med hjärt-, kärl- eller lungsjukdom ett längre och rikare liv.

Vårt huvudbudskap

Var med och påverka din egen framtid!

Stödjande argument

- Du får kunskap om din diagnos.
- Du får ta del av andras erfarenheter.
- Du får stöd att förändra ditt sätt att leva.
- Du får råd för din kontakt med vården.
- Du blir en del av ett värdefullt sammanhang.
- Du blir en del av något större; en landsomfattande patientorganisation som representerar alla med hjärt-, kärl- eller lungsjukdom gentemot vårdens beslutsfattare, och som bidrar till livsviktig forskning.

Vår positionering

Positionering handlar om vilka associationer vi vill ska göras till Riksförbundet HjärtLung.

Målet är att människor ska associera Riksförbundet HjärtLung till en organisation med fokus på nuet, som finns till för sina medlemmar, för patienter som lever med en sjukdom och för deras närstående. Vi vill att man ska tänka på oss som de som erbjuder kunskap, stöd och aktiviteter för ett bättre liv – här och nu.

Vi vill att människor ska se värdet för sin egen skull, ta ansvar och känna att de har både kunskap och kraft att påverka sin egen situation. Det gäller både de som drabbats av sjukdom direkt eller är närstående, och de inom vården som ser möjligheten att stötta sina patienter till ett längre och rikare liv.

Det vi önskar att människor ska associera Riksförbundet HjärtLung med och sammanfattningen av vår positionering är: **Det handlar om mig!**

Vår devis

Devisen sammanfattar Riksförbundet HjärtLungs löfte och erbjudande på ett sätt som speglar känslan och gör att både avsändare och mottagare blir påmind om vad organisationen är, gör och står för.

Kraft att förändra!

Vår ton och attityd

Riksförbundet HjärtLungs kommunikation ska präglas av trovärdighet, kraft och hopp.