

# MANUÁL ZNAČKY

## Poslání firmy

### Výhody služby

### Zařazení

### Unikátní prodejní argument

### Ideální asociace se značkou

### Pilíře značky

1.

2.

3.

### Značka jako osobnost

# KOMUNIKAČNÍ MANUÁL ZNAČKY

## Správné psaní názvu značky

## Jak se název značky nepíše

## Slogan značky

## Netextová komunikace – smajlíci aj.

## Jaká je tonalita značky?

--	--	--	--	--	--

Tonalita není:

## Příklady tonality komunikace

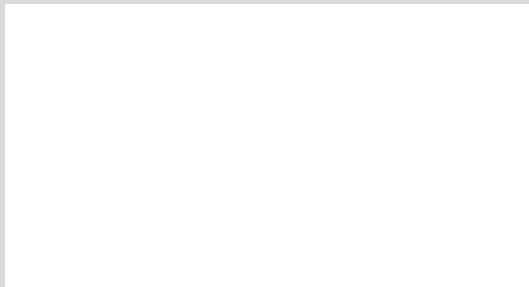
Komunikační situace

Jak značka mluví?

Jak značka nemluví?

# GRAFICKÝ MANUÁL ZNAČKY

## Základní podoba loga

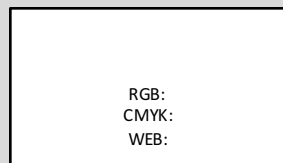
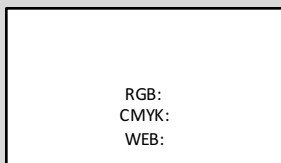
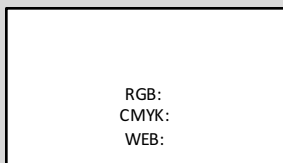
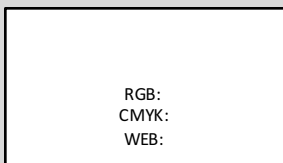


## Další podoby loga

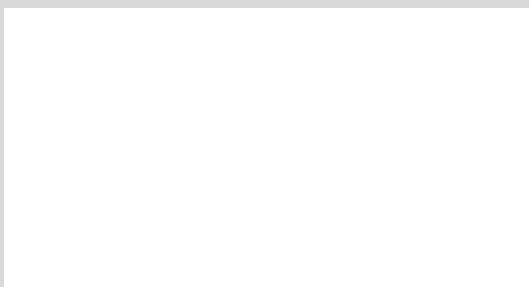
(jednobarevná verze, verze v odstínech šedi, umístění do čtverce, ...)



## Barvy

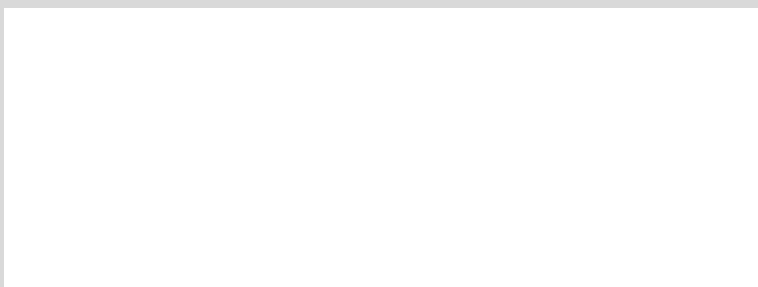


## Ochranná zóna loga

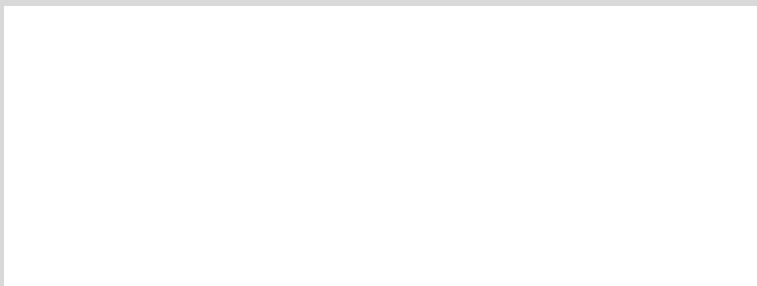


## Použití loga podle pozadí

(použití na bílém a tmavém podkladu a použití na fotografii)



## Související grafické prvky



## Hlavní písmo



## Doplňkové písmo



Love3rand

Podnikatel.cz