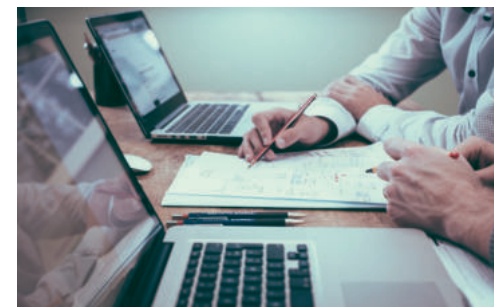


Manuál značky a vizuálního stylu



dynamika

odbornost

korektnost

rychlost

profesionalita



Takoví jsme my, v Gepardu



1) Značka

- 1.1 Základní provedení značky
- 1.2 Barevné provedení značky
- 1.3 Černobílé provedení značky
- 1.4 Jednobarevné provedení značky
- 1.5 Rozkres značky
- 1.6 Značka ve spojení s claimem
- 1.7 Ochranná zóna a minimální velikost značky
- 1.8 Značka na podkladové ploše
- 1.9 Příklady zakázaných variant značky
- 1.10 Princip kombinace s jinou značkou
- 1.11 Další verze značky

2) Barevnost

- 2.1 Základní barevnost
- 2.2 Doplnková barevnost

3) Písmo

- 3.1 Základní písmo společnosti
- 3.2 Doplnkové písmo společnosti

4) Vizuální styl

- 4.1 Ukázky aplikace vizuálního stylu
- 4.2 Principy tvorby vizuálního stylu – základní styl
- 4.3 Principy tvorby vizuálního stylu – volný styl

5) Merkantilní tiskoviny

- 5.1 Hlavičkový papír – tištěný
- 5.2 Hlavičkový papír – elektronická šablona
- 5.3 Komplimentka
- 5.4 Vizitky
- 5.5 Dopisní obálky
- 5.6 Razítko
- 5.7 Interní dokumenty A4
- 5.8 Fax
- 5.9 Elektronický podpis

6) Další materiály

- 6.1 Poznámkový blok
- 6.2 Prezentační desky
- 6.3 Powerpointová prezentace

7) Marketingová komunikace

- 7.1 Příklady typů marketingové komunikace
- 7.2 Vizuální princip marketingové komunikace
- 7.6 Inzeráty
- 7.7 Letáky
- 7.8 Billboardy, plakáty

8) Označení obchodních míst

- 8.1 Exteriér vlastního obchodního místa
- 8.2 Exteriér partnerského obchodního místa
- 8.3 Světelné označení (límeč, výstrč)
- 8.4 Označení výlohy
- 8.5 Označení vstupních dveří do obchodního místa
- 8.6 Orientační systém v budově
- 8.7 Vlajky, vlaječky na stůl
- 8.8 Další doplňkové prvky interiéru

9) Označení vozidel

- 9.1 Označení referentských vozidel
- 9.2 Označení manažerských vozidel

10) Prostorové aplikace

- 10.1 Reklamní předměty

I) Značka

- I.1 Základní provedení značky
- I.2 Barevné provedení značky
- I.3 Černobílé provedení značky
- I.4 Jednobarevné provedení značky
- I.5 Rozkres značky
- I.6 Značka ve spojení s claimem
- I.7 Ochranná zóna a minimální velikost značky
- I.8 Značka na podkladové ploše
- I.9 Příklady zakázaných variant značky
- I.10 Princip kombinace s jinou značkou
- I.11 Další verze značky



I.1 Základní provedení značky

Základním prvkem vizuálního stylu společnosti GEPARD FINANCE je její značka.

Ta je postavena z mínuskových liter na zeleném podkladu. Poslední litera "d" je uskočena pod účaří, čímž se zlehčuje celkové působení velice čisté typografie. Pravá část značky obsahuje pruhy v barvě zelené, bílé a teplé šedé. Tento blok symbolizuje nabízené komplexní služby pro klienty s poukazem na komplexnost celé problematiky řízení rodinných financí.

Velice důležitým činitelem v působení značky je její barevnost. Zvolená svěží a zářivá zelená je silně aktivizující a energii vzbuzující barva s vysokým stupněm identifikovatelnosti a zapamatovatelnosti. Dominantní zelená je pak i základem celého vizuálního systému značky GEPARD FINANCE.

Celá značka působí moderním a svěžím dojmem. Je profesionální, seriózní a korektní, ale přesto i hravá, kreativní s lidským rozměrem.



I.2 Barevné provedení značky

Značka GEPARD FINANCE má v barevné podobě pouze jeden tvar. Kolem značky je vedena bílá linka, díky které bude značka čitelná na jakémkoliv podkladu.

Přesto jsou doporučeny pouze následující podkladové barvy: bílá, Gepard zelená a Gepard šedá.

Značka GEPARD FINANCE nemá inverzní nebo negativní podobu.

BAREVNÁ ZNAČKA NA BÍLÉ PODKLADOVÉ PLOŠE



BAREVNÁ ZNAČKA NA PODKLADOVÉ PLOŠE GEPARD ZELENÉ



BAREVNÁ ZNAČKA NA PODKLADOVÉ PLOŠE GEPARD ŠEDÉ



I.3 Černobílé provedení značky

Značka GEPARD FINANCE má v černobílé podobě pouze jeden tvar. Kolem značky je vedena bílá linka, díky které bude značka čitelná na jakémkoliv stupni rastru černé.

Značka GEPARD FINANCE nemá inverzní nebo negativní podobu.

ČERNOBÍLÁ ZNAČKA NA BÍLÉ PODKLADOVÉ PLOŠE



ČERNOBÍLÁ ZNAČKA NA ŠEDÉ PODKLADOVÉ PLOŠE



ČERNOBÍLÁ ZNAČKA NA ČERNÉ PODKLADOVÉ PLOŠE



I.4 Jednobarevné provedení značky

JEDNOBAREVNÁ ZNAČKA NA PODKLADOVÉ PLOŠE GEPARD ZELENÁ



JEDNOBAREVNÁ ZNAČKA NA PODKLADOVÉ PLOŠE GEPARD ŠEDÁ



ZNAČKA V BARVĚ RASTRU BAREVNOSTI PODKLADOVÉ PLOCHY



ZNAČKA V BARVĚ RASTRU BAREVNOSTI PODKLADOVÉ PLOCHY



RAŽBA ZNAČKY DO PLOCHY MATERIÁLU



ZNAČKA V BARVĚ KOVU NA KOVOVÉ PODKLADOVÉ PLOŠE



Pro případy potřeby produkce jednou barvou má značka GEPARD FINANCE podobu i jednobarevnou.

Text a linky značky mohou být bílé, vnitřní plocha značky je průhledná, a je tak v barvě podkladové plochy.

Speciálně v případě produkce prostorových aplikací (oděvy, reklamní předměty) lze text a linky značky barvit do rastru podkladové plochy. To ale pouze, pokud je podkladová plocha šedá nebo zelená.

Jako třetí typ jednobarevné značky lze klasifikovat i raznici pro slepotisk. I v tomto případě jsou "razící" plochou linky a text. Dle povahy materiálu lze razit oběma směry – nahoru i dolů.

Posledním typem jednobarevné produkce je použití metalické barvy – nejčastěji stříbrné při tisku na kovové nebo exkluzivní povrchy.

I.6 Značka ve spojení s claimem



Značka GEPARD FINANCE používá na podporu svého marketingového sdělení claim "finance pro život".

Tento claim se ke značce připojuje jediným povoleným způsobem. V závislosti na barevnosti pozadí je claim v barevnosti Gepard šedá nebo bílá pro barevné řešení a černá nebo bílá pro černobílé řešení.

Všechny rozměry rozkresu jsou odvozeny od jednotky x, která určuje sílu okraje kolem značky.

Claim je i ve slovenské a anglické jazykové mutaci.

BAREVNÁ ZNAČKA SE SLOVENSKÝM CLAIMEM



BAREVNÁ ZNAČKA S ANGLICKÝM CLAIMEM



BAREVNÁ ZNAČKA S CLAIMEM V POZITIVNÍ BAREVNOSTI



BAREVNÁ ZNAČKA S CLAIMEM V NEGATIVNÍ BAREVNOSTI



JEDNOBAREVNÁ ZNAČKA S CLAIMEM V NEGATIVNÍ BAREVNOSTI



ČERNOBÍLÁ ZNAČKA S CLAIMEM V POZITIVNÍ BAREVNOSTI

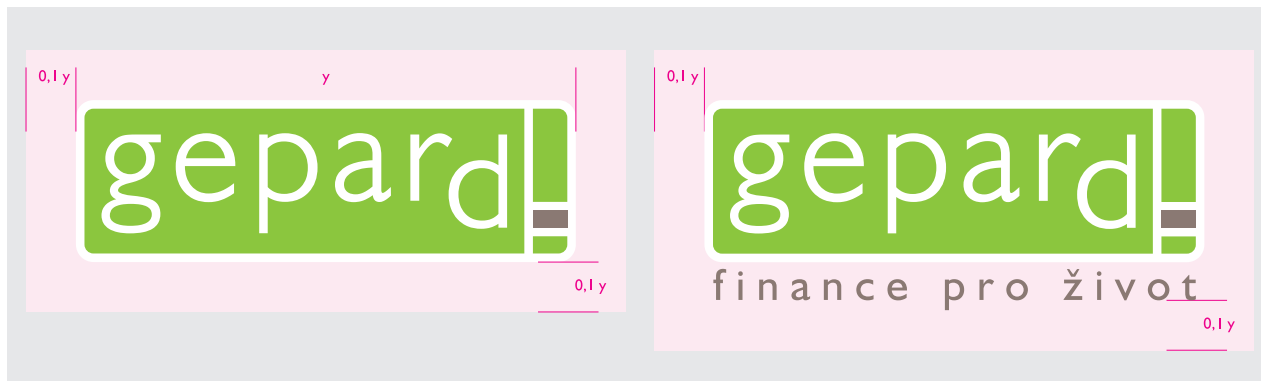


ČERNOBÍLÁ ZNAČKA S CLAIMEM V NEGATIVNÍ BAREVNOSTI

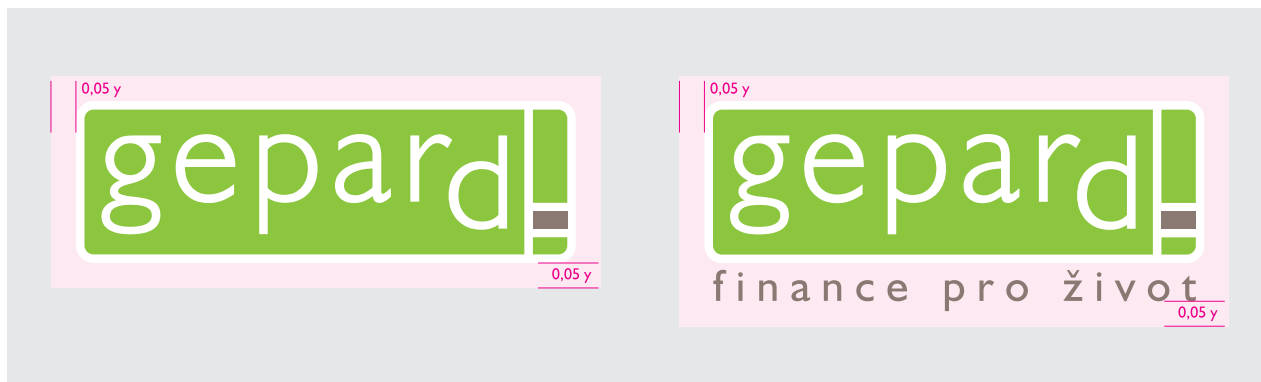


I.7 Ochranná zóna a minimální velikost značky

OCHRANNÁ ZÓNA



TECHNOLOGICKÁ OCHRANNÁ ZÓNA



ROZMĚROVÁ ŘADA A MINIMÁLNÍ VELIKOST



Ochranná zóna značky představuje prostor, do kterého nesmí zasahovat žádný grafický prvek nebo text. Tato plocha pak zaručuje značce dostatečnou čitelnost a vzdušnost.

V případech velmi omezeného prostoru (např. reklamní předměty) lze ochrannou zónu zredukovat na tzv. technologickou ochrannou zónu, která je menší.

Všechny rozměry rozkresu jsou odvozeny od jednotky y , která určuje délku značky včetně okraje kolem značky.

Minimální velikost značky je taková velikost, která si při běžných výrobních technologiích ještě zachovává svou čitelnost. Velikost značky se vždy řídí její délkou.

Zobrazená minimální velikost značky GEPARD FINANCE je 15 mm.

Pro posílení jednotné prezentace značky je vhodné používat ustálené velikosti značky – zde zobrazeno odstupňování po 5 mm. Pro větší velikosti značky lze postupovat volněji pokud jiná pravidla nedefinují jinak (např. prvky marketingové komunikace).

I.8 Značka na podkladové ploše

Z důvodu správné aplikace značky na podkladových plochách je třeba dodržovat pravidlo: na barevné tisky je určena značka barevná, na černobílé tisky značka černobílá.

Zde je zobrazena aplikace různých typů značky na různé sytosti barvy podkladových ploch.

BAREVNÁ ZNAČKA NA RŮZNĚ SYTĚ BAREVNÉ PODKLADOVÉ PLOŠE



ČERNOBÍLÁ ZNAČKA NA RŮZNĚ SYTĚ ČERNOBÍLÉ PODKLADOVÉ PLOŠE



JEDNOBAREVNÁ (BÍLÁ) ZNAČKA
NA PODKLADOVÉ PLOŠE GEPARD ŠEDÁ

JEDNOBAREVNÁ (BÍLÁ) ZNAČKA
NA PODKLADOVÉ PLOŠE GEPARD ZELENÁ

JEDNOBAREVNÁ (BÍLÁ) ZNAČKA
NA PODKLADOVÉ PLOŠE S FOTOGAFIÍ

JEDNOBAREVNÁ STŘÍBRNÁ ZNAČKA
NA KOVOVÉ PODKLADOVÉ PLOŠE

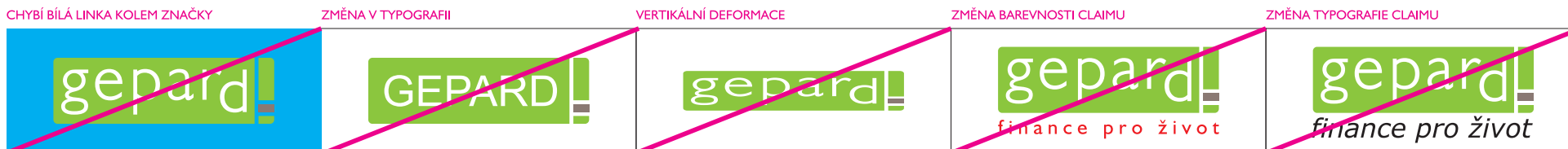
ZNAČKA V BARVĚ RASTRU
BAREVNOSTI PODKLADOVÉ PLOCHY



I.9 Příklady zakázaných variant značky

Zde jsou příklady chybné aplikace značky na barevnou podkladovou plochu nebo její celková deformace.

Pouze dodržováním v tomto manuálu uvedených pravidel bude dosaženo vizuálně silné značky GEPARD FINANCE.



ŠPATNÁ ORIENTACE ZNAČKY



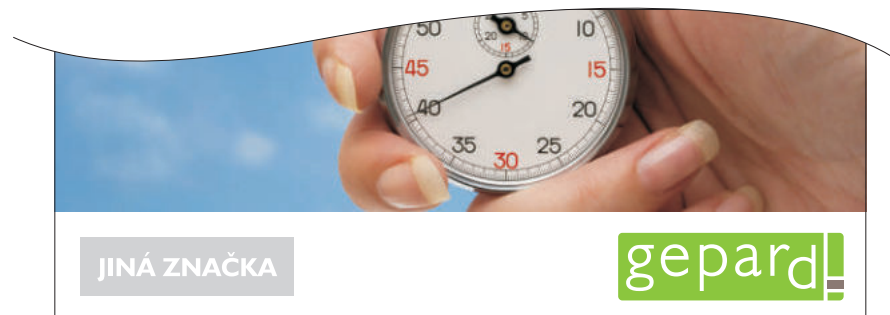
I.10 Princip kombinace s jinou značkou

Pokud je třeba společně se značkou GEPARD FINANCE prezentovat i jinou značku (partnerskou), postupujeme dle zobrazených pravidel.

Je třeba důsledně dbát, aby značka partnera nebyla opticky výraznější. Pokud tomu tak je, pak tuto značku zmenšíme, dokud nedosáhneme optické rovnováhy.



UKÁZKA ZASAZENÍ OBOU ZNAČEK DO KOMUNIKAČNÍ PLOCHY



I.11 Další verze značky

PRVNÍ ÚROVEŇ ZNAČKY – ZÁKLADNÍ PODOBA



DRUHÁ ÚROVEŇ ZNAČKY – PRUH



TŘETÍ ÚROVEŇ ZNAČKY – ZVÍŘE (SILUETA DYNAMICKÉHO GEPARDA)



V rámci komunikace nebude vždy vhodné používat značku v plné podobě, ať už z jakýchkoliv důvodů (velikost prostoru, formát plochy, požadovaný stupeň brandingů).

Proto má značka GEPARD FINANCE tři úrovně značky.

První úroveň je plná značka v základní podobě. Její použití je nejčastější, obzvláště v době zavádění nové značky. Frekvence použití je cca 95 %.

Druhá úroveň je graficky zminimalizovaný vizuální princip společnosti v podobě pruhu. Tato úroveň značky je vhodná opět jako doplňková v podobě štítku na textilie, reklamní předměty apod. Příležitosti k použití jsou výjimečné.

Třetí úroveň se používá jako doplněk k základní plné značce. Použití je možné na letáčích nebo reklamních předmětech apod.



2) Barevnost

- 2.1 Základní barevnost
- 2.2 Doplnková barevnost



2.1 Základní barevnost

Dodržování firemní barevnosti je pro budování vizuální identity společnosti klíčové. Zvláště, pokud je barevnost výrazná, snadno zaregistrovatelná a zapamatovatelná.

Základní barvy společnosti GEPARD FINANCE jsou Gepard zelená a Gepard šedá. Tyto dvě barvy jsou doplněny bílou, se kterou jsou základním kamenem vizuálního stylu celé společnosti.



GEPARD ZELENÁ
Pantone 376 C
Pantone 382 U
CMYK 50/0/100/0
RGB 141/198/63
fólie 3M 50-72
HTML #8DC63F

GEPARD ŠEDÁ
Pantone Warm Gray 8 C
Pantone Warm Gray 8 U
CMYK 0/15/15/55
RGB 125/115/105
fólie 3M 100-467
HTML #7D7369

2.2 Doplnková barevnost

Doplňkové barvy společnosti GEPARD FINANCE jsou stupně sytosti základních barev Gepard zelená a Gepard šedá.

Doplňkové barvy se užívají např. při přípravě tabulek nebo elektronických aplikací. Avšak pouze pokud není možno použít základní barvy nebo je třeba zvolit další barvu.

DOPLŇKOVÁ GEPARD ZELENÁ			
	100% Pantone 376 C	CMYK 50/0/100/0	RGB 141/198/63
	90% Pantone 376 C	CMYK 48/0/85/0	RGB 155/207/83
	80% Pantone 376 C	CMYK 42/0/75/0	RGB 165/214/97
	70% Pantone 376 C	CMYK 37/0/66/0	RGB 176/219/117
	60% Pantone 376 C	CMYK 32/0/56/0	RGB 189/227/133
	50% Pantone 376 C	CMYK 27/0/47/0	RGB 201/232/157
	40% Pantone 376 C	CMYK 19/0/38/0	RGB 208/237/164
	30% Pantone 376 C	CMYK 14/0/28/0	RGB 219/245/184
	20% Pantone 376 C	CMYK 10/0/19/0	RGB 227/247/203
	10% Pantone 376 C	CMYK 5/0/10/0	RGB 236/250/220

DOPLŇKOVÁ GEPARD ŠEDÁ			
	100% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/15/15/55	RGB 125/115/1055
	90% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/12/12/50	RGB 125/193/84
	80% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/8/8/45	RGB 134/197/102
	70% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/6/6/40	RGB 146/203/117
	60% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/0/0/37	RGB 160/209/133
	50% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/0/0/30	RGB 171/214/148
	40% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/0/0/25	RGB 187/221/164
	30% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/0/0/19	RGB 202/228/184
	20% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/0/0/12	RGB 221/237/203
	10% Pantone Warm Gray 8	CMYK 0/0/0/6	RGB 236/245/229

3) Písmo

- 3.1 Základní písmo společnosti
- 3.2 Doplnkové písmo společnosti



2.1 Základní písmo společnosti

HUMANIST 521 LIGHT

abcdef ABCDEF

abcdefghijklmnpqrstuvwxy^z áčďéěíňóřšťúůýž

ABCDEFGHIJKLMN^{OP}QRSTU^{VW}XYZ ÁČĎĚĚÍŇÓŘŠŤÚŮÝŽ 0123456789!?,“&%()□

HUMANIST 521

abcdef ABCDEF

abcdefghijklmnpqrstuvwxy^z áčďéěíňóřšťúůýž

ABCDEFGHIJKLMN^{OP}QRSTU^{VW}XYZ ÁČĎĚĚÍŇÓŘŠŤÚŮÝŽ 0123456789!?,“&%()□

HUMANIST 521 ITALIC

abcdef ABCDEF

abcdefghijklmnpqrstuvwxy^z áčďéěíňóřšťúůýž

ABCDEFGHIJKLMN^{OP}QRSTU^{VW}XYZ ÁČĎĚĚÍŇÓŘŠŤÚŮÝŽ 0123456789!?,“&%()□

HUMANIST 521 BOLD

abcdef ABCDEF

abcdefghijklmnpqrstuvwxy^z áčďéěíňóřšťúůýž

ABCDEFGHIJKLMN^{OP}QRSTU^{VW}XYZ ÁČĎĚĚÍŇÓŘŠŤÚŮÝŽ 0123456789!?,“&%()□

Jedním ze základních prvků vizuální identity společnosti je typografie.

Základním písmem společnosti GEPARD FINANCE je písmo Humanist 521 (též Gill Sans) v uvedených řezech. Tento font je charakteristický vysokou elegancí, čistou kresbou liter a čitelností.

Podrobnější způsob užití písma je definován v dalších kapitolách tohoto manuálu.

ZALOMENÍ NA LEVOU ZARÁŽKU

Sazební sloupec se vždy zarovnává na levou zarážku. Nikdy se nezalamuje na plný blok. Sazební sloupec se vždy zarovnává na levou zarážku.

Nikdy se nezalamuje na plný blok. Sazební sloupec se vždy zarovnává na levou zarážku. Nikdy se nezalamuje na plný blok. Sazební sloupec se vždy zarovnává na levou zarážku. Nikdy se nezalamuje na plný blok.

CHYBNÉ ZALOMENÍ NA PLNÝ BLOK

Sazební sloupec se vždy zarovnává na levou zarážku. Nikdy se nezalamuje na plný blok. Sazební sloupec se vždy zarovnává na levou zarážku.

Nikdy se nezalamuje na plný blok. Sazební sloupec se vždy zarovnává na levou zarážku. Nikdy se nezalamuje na plný blok. Sazební sloupec se vždy zarovnává na levou zarážku. Nikdy se nezalamuje na plný blok.

Doplňkové písmo společnosti GEPARD FINANCE je písmo Arial v uvedených řezech. Slouží například k vyplňování elektronických šablon v prostředí Microsoft Office (Word, PowerPoint, Outlook ...). Dále se používá pro přípravu internetových nebo intranetových aplikací, či jiných aplikací pracujících za podobným účelem.

ARIAL

abcdef ABCDEF

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áèìéìíòóøš □ úùýž

ABCDEFGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÁÈÌ ÉÌ ÍÒÓØŠ □ ÚÙÝŽ 0123456789!?,“&%()*

ARIAL ITALIC

abcdef ABCDEF

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áèìéìíòóøš □ úùýž

ABCDEFGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÁÈÌ ÉÌ ÍÒÓØŠ □ ÚÙÝŽ 0123456789!?,“&%()?

ARIAL BOLD

abcdef ABCDEF

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áèì éìíòóøš □ úùýž

ABCDEFGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÁÈÌ ÉÌ ÍÒÓØŠ □ ÚÙÝŽ 0123456789!?,“&%()?

4) Vizuální styl

4.1 Ukázky aplikace vizuálního stylu

4.2 Principy tvorby vizuálního stylu – základní styl

4.3 Principy tvorby vizuálního stylu – volný styl



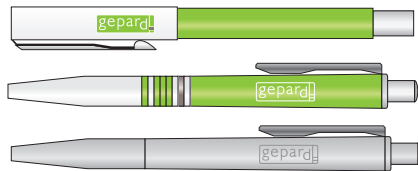
4.1 Ukázky aplikace vizuálního stylu

Vizuální styl společnosti GEPARD FINANCE je kromě značky, charakteristické barevnosti a typografie tvořen dalším zásadním prvkem – grafickým prvkem.

Abychom dosáhli jednotného vzhledu všech materiálů, je třeba postupovat dle pravidel uvedených dále v tomto manuálu.

Na této straně je několik ukázek různých typů materiálů, na kterých je celý vizuální systém aplikován. Z ukázek je patrný vždy mírně odlišný přístup k implementaci systému, avšak stále jednotný vizuální dojem.

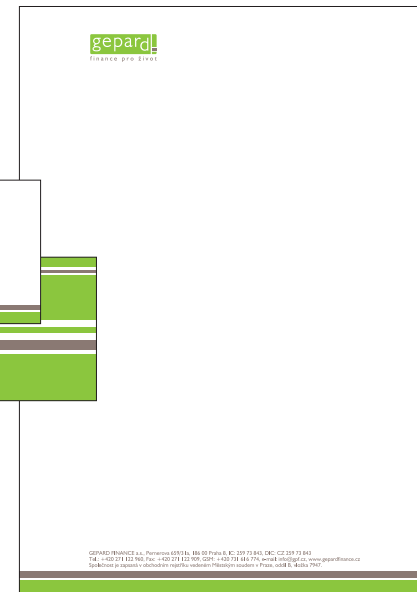
PSACÍ POTŘEBY



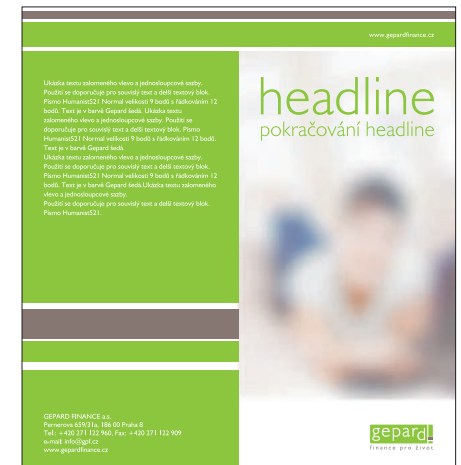
VIZITKA



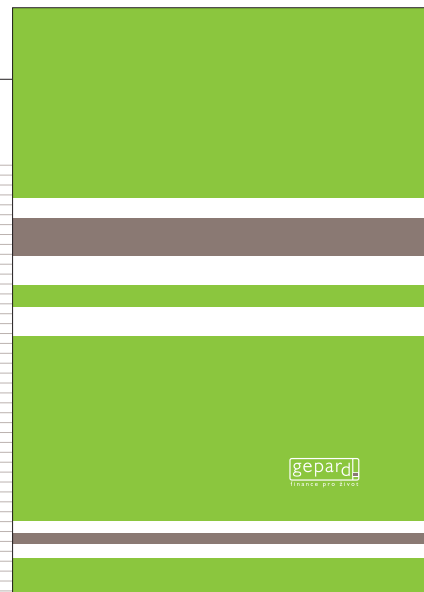
HLAVIČKOVÝ PAPIR



OBÁLKA DL LETÁKU



POZNÁMKOVÝ BLOK – TITULNÍ STRANA



POZNÁMKOVÝ BLOK



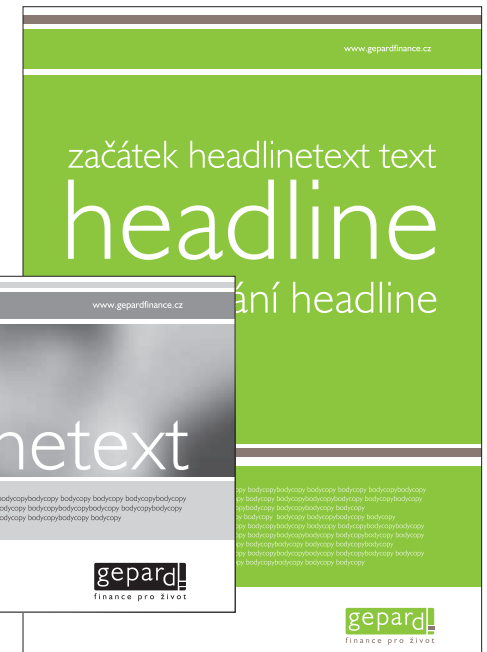
TAŠKY



ČERNOBÍLÝ INZERÁT 1/2



BAREVNÝ INZERÁT 1/1



4.2 Principy tvorby vizuálního stylu – základní styl

Tvorba vizuálního stylu společnosti GEPARD FINANCE je postavena na dvou různých konstrukčních přístupech (stylech) – základním stylem a volným stylem.

Základní styl pracuje s grafickým prvkem, který je složen z různých silných horizontálních Gepard zelených, bílých a Gepard šedých pruhů. Přesné pořadí, rozmístění a síla pruhů – vše je předepsáno.

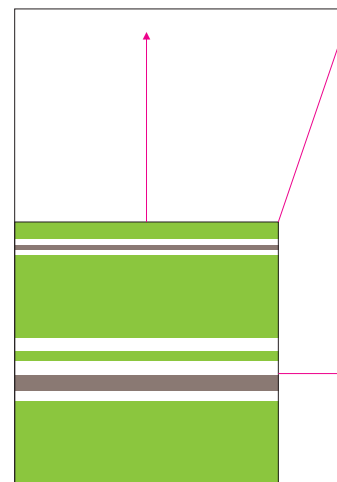
Prvek se aplikuje do plochy tak, že se neproporcionálně zvětší nebo zmenší do krajů požadované plochy.

Ze zvláštních, zvláště technologických důvodů, je možné grafický prvek transformovat pouze do jedné barvy – v barevném spektru to je Gepard zelená.

GRAFICKÝ PRVEK – PRUHY



UMÍSTĚNÍ NA VÝSLEDNÝ FORMÁT



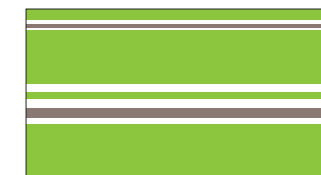
UMÍSTĚNÍ NA VERTIKÁLNÍ FORMÁT



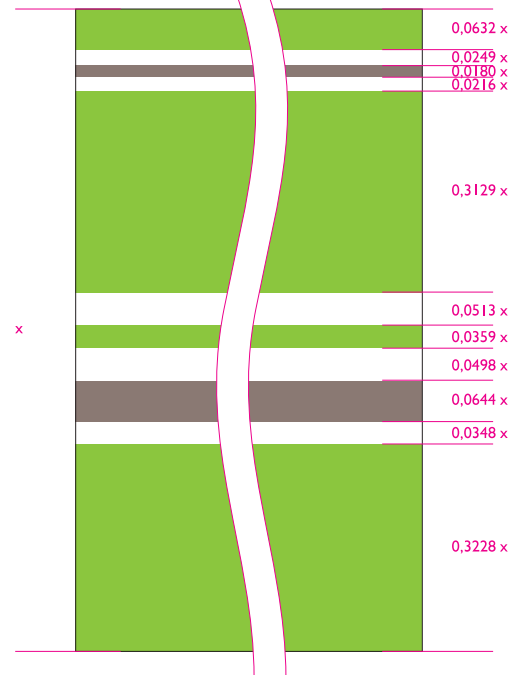
UMÍSTĚNÍ NA FORMÁT ŘÁDY A



UMÍSTĚNÍ NA HORIZONTÁLNÍ FORMÁT



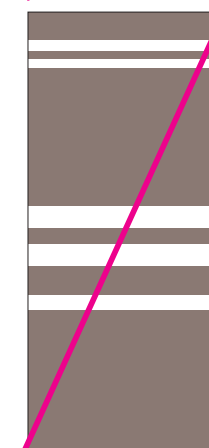
GRAFICKÝ PRVEK – KONSTRUKCE



JEDNOBAREVNÁ PODOBA



ZAKÁZANÁ JEDNOBAREVNÁ PODOBA



4.3 Principy tvorby vizuálního stylu – volný styl

Tvorba vizuálního stylu společnosti GEPARD FINANCE je postavena na dvou různých konstrukčních přístupech (stylech) – základním stylem a volným stylem.

Volný styl pracuje s grafickým prvkem, který je složen z různě silných horizontálních Gepard zelených, bílých a Gepard šedých pruhů v různém pořadí, síle a rozmístění. Aplikace tohoto prvku je náročnější na citlivost grafika, nabízí ale nekonečné množství kombinací a sestav.

Ze zvláštních, zvláště technologických důvodů, je možné grafický prvek transformovat pouze do jedné barvy – v barevném spektru to je Gepard zelená.

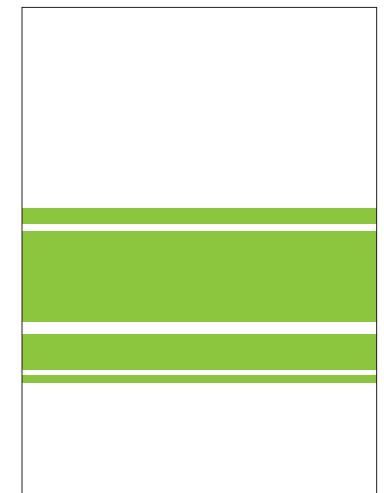
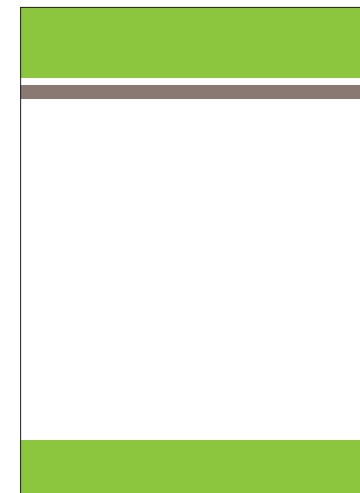
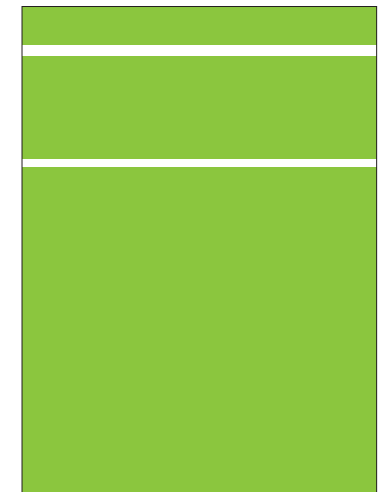
GRAFICKÝ PRVEK – VOLNÉ PRUHY



PŘÍKLADY VOLNÉ PRÁCE S PRUHY



JEDNOBAREVNÁ PODOBA



5) Merkantilní tiskoviny

- 5.1 Hlavičkový papír – tištěný
- 5.2 Hlavičkový papír – elektronická šablona
- 5.3 Komplimentka
- 5.4 Vizitky
- 5.5 Dopisní obálky
- 5.6 Razítko
- 5.7 Interní dokumenty A4
- 5.8 Fax
- 5.9 Elektronický podpis



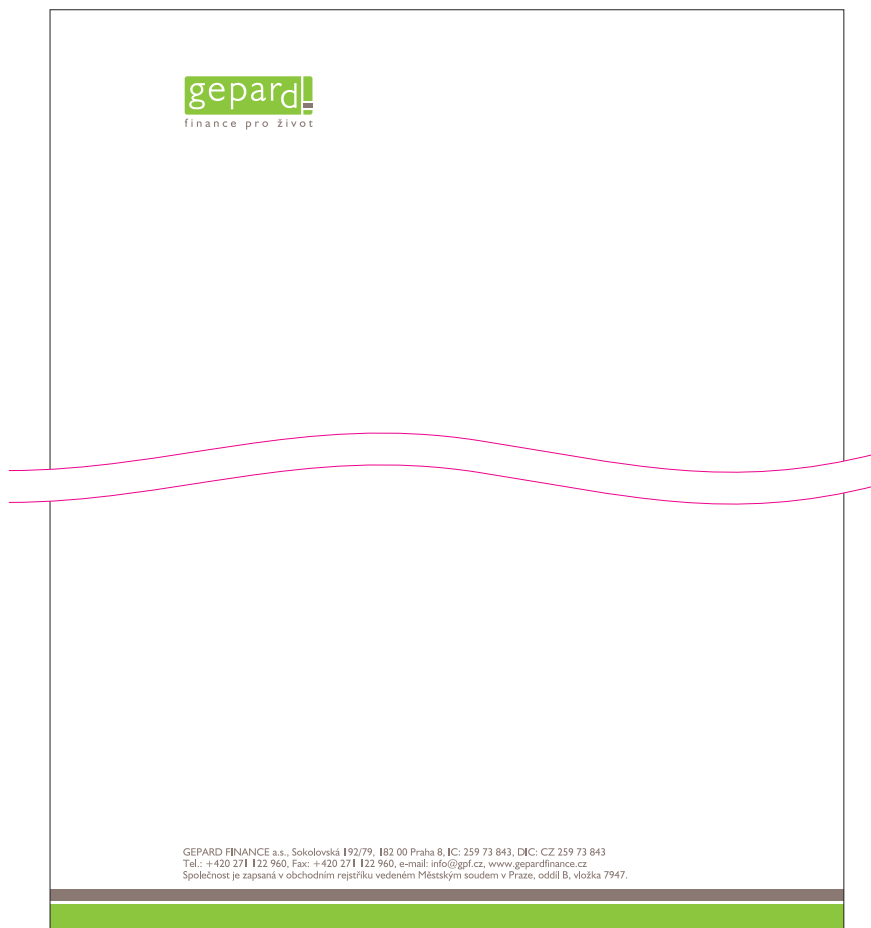
5.1 Hlavičkový papír – tištěný

Hlavičkový papír je určen k běžné písemné obchodní korespondenci společnosti GEPARD FINANCE.

Hlavičkový papír formátu A4 se tiskne na bělený ofsetový papír gramáže 90 g/m². Pokud se bude hlavičkový papír tisknout jako oboustranný, je třeba zvolit vyšší gramáž papíru, cca 100-110 g/m².

Text hlavičkového papíru se vyplňuje v textovém editoru pomocí elektronické šablony. Tento dokument se pak tiskne na předtištěný hlavičkový papír.

PŘEDNÍ STRANA



ZADNÍ STRANA



5.2 Hlavičkový papír – elektronická šablona

Hlavičkový papír lze tisknout i v černobílé podobě. Elektronická šablona již obsahuje všechny nutné grafické prvky včetně adresy.

Dokument formátu A4 se tiskne na běžný kancelářský papír gramáže 80-90 g/m².



Vážený pan
Jméno Příjmení
Jméno firmy
Ulice 000
000 00 Město

Praha, 00. měsíc 0000

Vážení přátelé,

text sdělení je vhodné pro větší přehlednost rozdělit do více odstavců oddělených jednořádkovou mezerou. Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantálních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou na předtištěné hlavičkové papíry příslušných formátů. Text se vyplňuje v textovém editoru do připravené elektronické předlohy, která je vytvořena pomocí textových šablon.

Velikost písma Arial v textových rámečcích je 11 bodů, proklad mezi řádky 16 bodů. Tento proklad lze v případě potřeby nahradit řádkováním 1,5. Text sdělení je vhodné pro větší přehlednost rozdělit do více odstavců oddělených jednořádkovou mezerou.

Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantálních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou na předtištěné hlavičkové papíry nebo přímo do elektronické šablony.

Textová šablona je tvořena textovými rámečky, které jsou pro uživatele přístupné po kliknutí kurzorem do plochy rámečku. Velikost písma v textových rámečcích je 11 bodů, proklad mezi řádky 16 bodů. Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantálních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou.

S úctou

Jméno Příjmení
funkce

GEPARD FINANCE a.s., Sokolovská 192/79, 182 00 Praha 8, IČ: 259 73 843, DIČ: CZ 259 73 843
Tel.: +420 271 122 990, e-mail: info@gpf.cz, www.gpardfinance.cz
Společnost je zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 7947.

5.3 Komplimentka

PŘEDNÍ STRANA



WITH COMPLIMENTS

GEPARD FINANCE a.s.
Sokolovská 192/79
182 00 Praha 8 - Karlín
Tel.: +420 271 122 960
e-mail: info@gpf.cz
www.gepardfinance.cz

Grafická podoba komplementky respektuje pravidla vizuálního stylu. Na přední straně je dostatek místa k vepsání osobního vzkazu. Zadní strana nese grafický prvek v základním stylu.

Komplimentka formátu 210 x 99 mm se tiskne na matný bílý křídový papír gramáže 250-300 g/m².

ZADNÍ STRANA



5.4 Vizitky

Vizitky patří mezi nejdůležitější materiály nově budované identity každé společnosti.

Přední strana vizitek je kromě údajů o konkrétní osobě ještě doplněna značkou a dvěma pruhy, které asociují celkový vizuální styl. Zadní strana nese grafický prvek v základním stylu.

Vizitky formátu 90 x 50 mm se tisknou na matný bílý křídový papír gramáže 300 g/m².

PŘEDNÍ STRANA – OSOBNÍ VIZITKA



PŘEDNÍ STRANA – FIREMNÍ VIZITKA



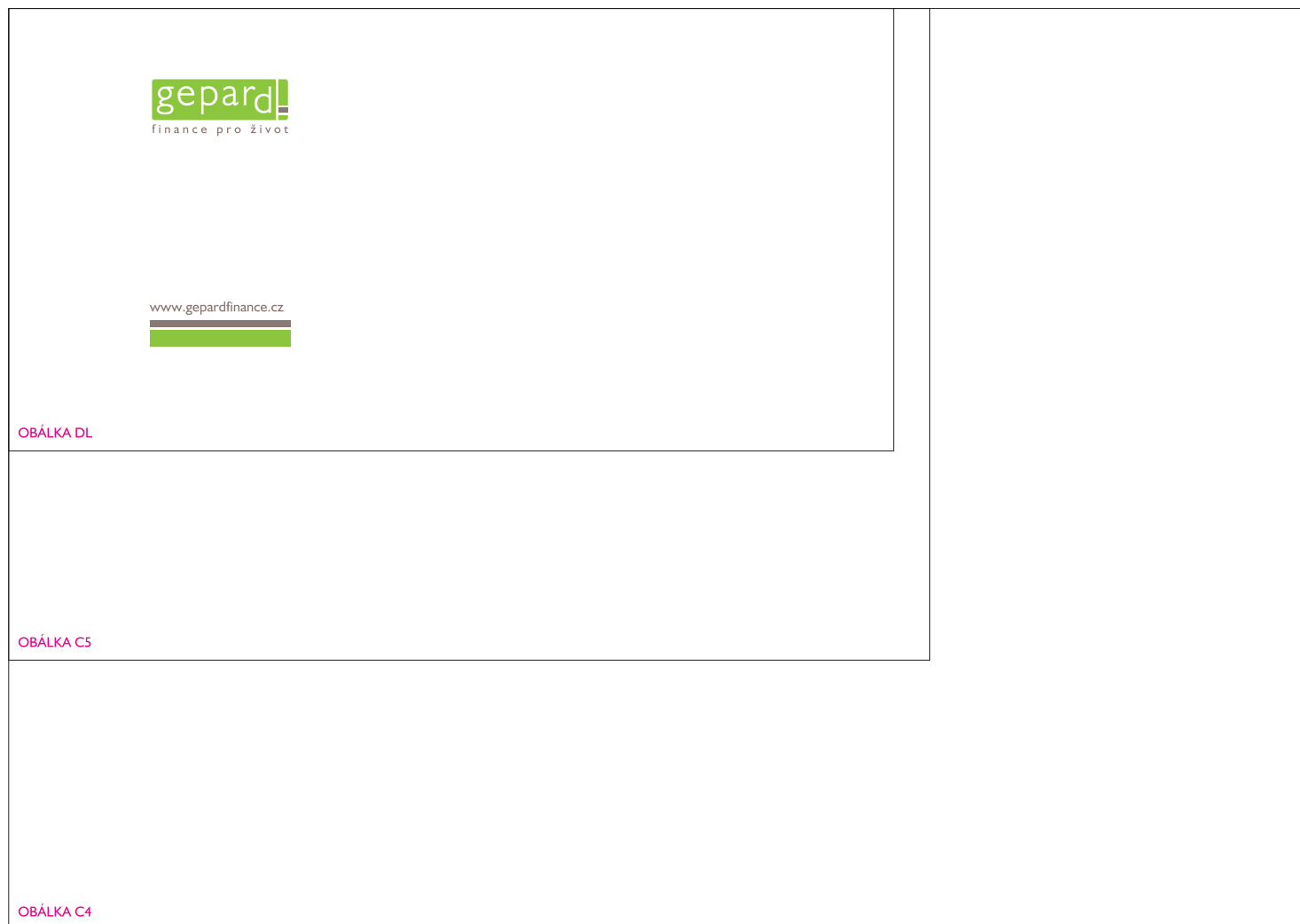
ZADNÍ STRANA



5.5 Dopisní obálky

Společnost GEPARD FINANCE používá dopisní obálky se značkou, barevnými pruhy a webovou adresou.

Bez ohledu na velikost a rozměr obálek jsou značka a grafické prvky umístěny vždy konstantně vůči levému hornímu rohu.



5.6 Razítko

Razítko společnosti GEPARD FINANCE může být kulaté nebo obdélníkové. Konkrétní formát vychází z výrobní nabídky a množství údajů, které má dané razítko obsahovat.

Při tvorbě razítka se vždy využívá firemní písmo Humanist 52.1, optimální velikost je 8 bodů.

RAZÍTKO 57 X 21 MM




KULATÉ RAZÍTKO PRŮMĚRU 40 MM



5.7 Interní dokumenty A4

Interní dokumenty společnosti GEPARD FINANCE vycházejí grafickou podobou z černobílého hlavičkového papíru. Dokument je v záhlaví doplněn názvem materiálu, případně tabulkou pro nutné údaje.

Tyto dokumenty formátu A4 jsou v podobě elektronické šablony a tisknou se na běžný kancelářský papír gramáže 80-90 g/m2.



název velikosti 20-30 bodů

POLE / FIELD Text texttext	POLE / FIELD Text text text text
POLE / FIELD Text text texttext text	POLE / FIELD Text texttext
POLE / FIELD Text texttext	POLE / FIELD Text texttext text text
POLE / FIELD Text texttext	POLE / FIELD Text texttext

Praha, 00. měsíc 0000

text sdělení je vhodné pro větší přehlednost rozdělit do více odstavců oddělených jednořádkovou mezerou. Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantilních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou na předtištěné hlavičkové papíry příslušných formátů. Text se vyplňuje v textovém editoru do připravené elektronické předlohy, která je vytvořena pomocí textových šablon.

Velikost písma Arial v textových rámečcích je 11 bodů, proklad mezi řádky 16 bodů. Tento proklad lze v případě potřeby nahradit řádkováním 1,5. Text sdělení je vhodné pro větší přehlednost rozdělit do více odstavců oddělených jednořádkovou mezerou.

Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantilních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou na předtištěné hlavičkové papíry nebo přímo do elektronické šablony.

Textová šablona je tvořena textovými rámečky, které jsou pro uživatele přístupné po kliknutí kurzorem do plochy rámečku. Velikost písma v textových rámečcích je 11 bodů, proklad mezi řádky 16 bodů. Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantilních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou.

Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantilních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou na předtištěné hlavičkové papíry nebo přímo do elektronické šablony.

GEPARD FINANCE a.s., Sokolovská 192/79, 182 00 Praha 8, IČ: 259 73 843, DIČ: CZ 259 73 843
 Tel.: +420 271 122 960, e-mail: info@gpfi.cz, www.gepardfinance.cz
 Společnost je zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 7947.

Fax společnosti GEPARD FINANCE vycházejí grafickou podobou z interních dokumentů a černobílého hlavičkového papíru. Dokument je v záhlaví doplněn názvem materiálu a tabulkou pro nutné údaje.

Fax je formátu A4 v podobě elektronické šablony se tiskne na běžný kancelářský papír gramáže 80-90 g/m2.



fax

<small>PRO / TO</small>	<small>OD / FROM</small>
Jméno Půjmeni	Jméno Půjmeni
<small>SPOLEČNOST / COMPANY</small>	<small>SPOLEČNOST / COMPANY</small>
Firma firma	Společnost společnost
<small>TEL, FAX</small>	<small>TEL, FAX</small>
+ 420 000 000 000	+ 420 000 000 000
<small>DATUM / DATE</small>	<small>POĚET STRAN / PAGES</small>
00. 00. 0000	0

Praha, 00. měsíc 0000

text sdělení je vhodné pro větší přehlednost rozdělit do více odstavců oddělených jednořádkovou mezerou. Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantálních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou na předtištěné hlavičkové papíry příslušných formátů. Text se vyplňuje v textovém editoru do připravené elektronické předlohy, která je vytvořena pomocí textových šablon.

Velikost písma Arial v textových rámečcích je 11 bodů, proklad mezi řádky 16 bodů. Tento proklad lze v případě potřeby nahradit řádkováním 1,5. Text sdělení je vhodné pro větší přehlednost rozdělit do více odstavců oddělených jednořádkovou mezerou.

Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantálních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou na předtištěné hlavičkové papíry nebo přímo do elektronické šablony.

Textová šablona je tvořena textovými rámečky, které jsou pro uživatele přístupné po kliknutí kurzorem do plochy rámečku. Velikost písma v textových rámečcích je 11 bodů, proklad mezi řádky 16 bodů. Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantálních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou.

Dodržování výše uvedených pravidel zaručí společnosti dostatečně elegantní a reprezentativní vzhled merkantálních tiskovin. Dokumenty vyplňované na osobním počítači se tisknou osobní tiskárnou na předtištěné hlavičkové papíry nebo přímo do elektronické šablony.

GEPARD FINANCE a.s., Sokolovská 192/79, 182 00 Praha 8, IČ: 259 73 843, DIČ: CZ 259 73 843
 Tel.: +420 271 122 960, e-mail: info@gpfi.cz, www.gepardfinance.cz
 Společnost je zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 7947.

5.9 Elektronický podpis

The screenshot shows an email editor interface with a blue header and a toolbar. The main content area displays a business card for Ing. Jan Kruntorád, jednatel společnosti GEPARD FINANCE a.s. The card includes the following text:

Ing. Jan Kruntorád
jednatel společnosti

GEPARD FINANCE a.s.
Rubín Office Center
Sokolovská 192 / 79
182 00 Praha 8 - Karlín
GSM: +420 724 215 626
e-mail: jan.kruntorad@gpf.cz
www.gepardfinance.cz

15 let
gepard!
finance pro život

Společnost GEPARD FINANCE a.s. je samostatným zprostředkovatelem spotřebitelského úvěru. Odesílatel tohoto emailu je vázaným zástupcem, zaměstnancem vázaného zástupce nebo zaměstnancem společnosti GEPARD FINANCE a.s. a poskytuje doporučení podle § 3 odst. 1 písm. b) bodu 3 zákona 257 / 2016 Sb. o spotřebitelském úvěru. Společnost GEPARD FINANCE a.s. a její vázaní zástupci, zaměstnanci vázaných zástupců a zaměstnanci společnosti GEPARD FINANCE a.s. se nezabývají poskytováním rady podle § 85 zákona 257 / 2016 Sb. o spotřebitelském úvěru.

Pro případ, že tato zpráva obsahuje návrh smlouvy, GEPARD FINANCE a.s. vylučuje možnost přijetí návrhu smlouvy s jakýmkoli změnami, dodatky či odchylkami. Navržení změn, dodatků či odchylek z Vaší strany považujeme toliko za podnět k dalšímu jednání o obsahu smlouvy. Až do okamžiku podpisu/uzavření smlouvy nejsme jakoukoli naší nabídkou vázáni. Výsledky jednání předcházejících uzavření smlouvy považuje GEPARD FINANCE a.s. za nezávazné. GEPARD FINANCE a.s. nenese žádnou odpovědnost za případné ukončení nebo přerušení jednání o smlouvě, a to bez ohledu na jeho důvod. Tento e-mail včetně příloh může obsahovat důvěrné informace. Jestliže nejste zamýšlený adresát tohoto e-mailu, pak jakákoliv forma zveřejnění, tisk, kopírování, distribuce nebo šíření tohoto e-mailu a připojených příloh je přísně zakázáno. Pokud obdržíte tento e-mail omylem, oznaňte to neprodleně jeho odesílateli a okamžitě tento e-mail včetně jeho příloh trvale vymažte ze svého systému. Odesílatel e-mailu neodpovídá za jakoukoliv škodu způsobenou modifikacemi či zpožděním přenosu e-mailu.

Každý e-mail, který odchází ze společnosti by měl být opatřen elektronickým podpisem. Jeho podoba je definována.

Pro sazbu písma je použit Arial velikosti 10 v černé barvě, jméno je zvýrazněno **Boldem**. Pro sazbu marketingového sdělení je velikost zmenšena na 8 bodů a barva písma je Gepard šedá.

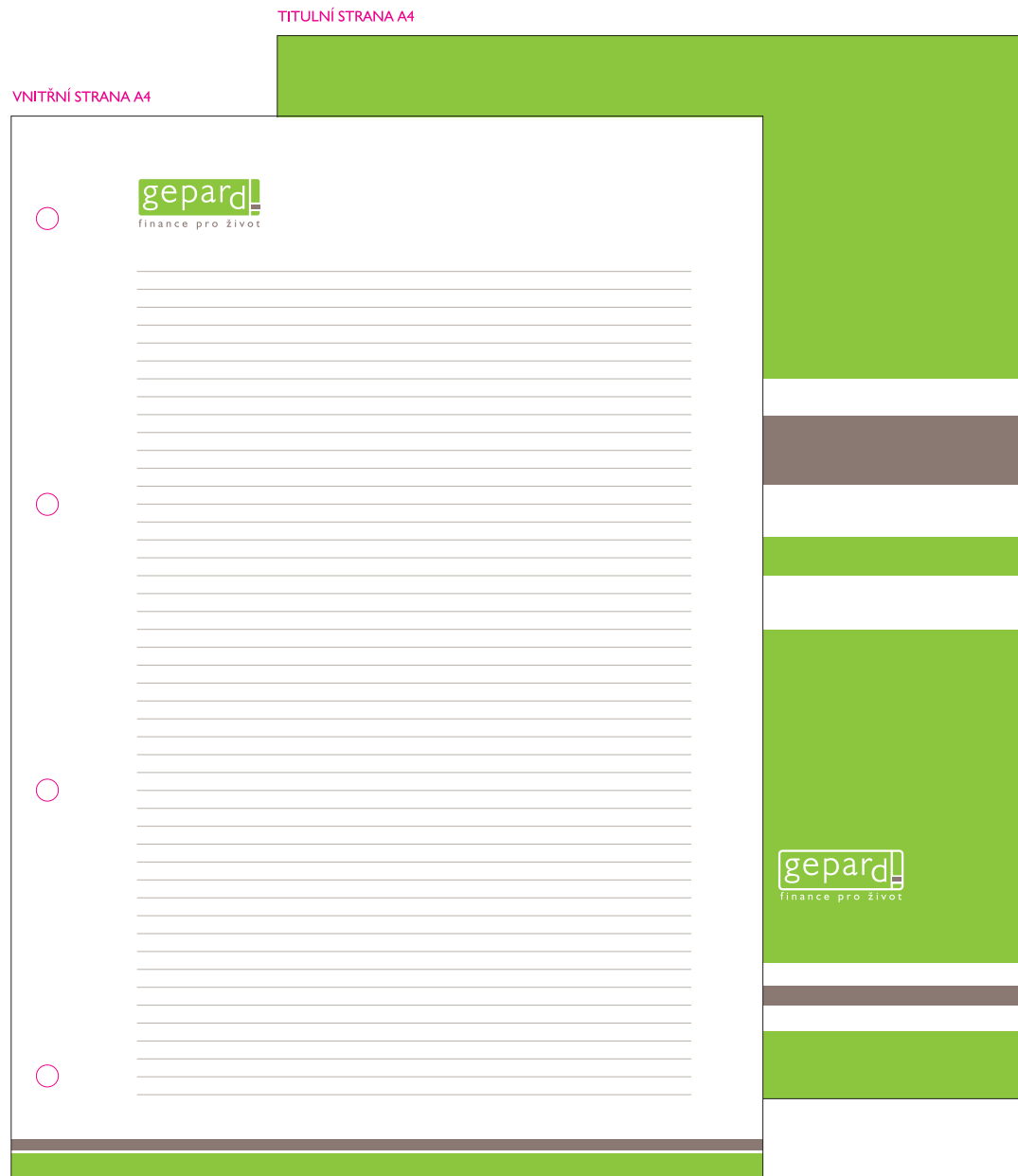
Mezi kontaktní údaje a marketingové sdělení je vložena plnobarevná značka s claimem.

6) Další materiály

- 6.1 Poznámkový blok
- 6.2 Prezentční desky
- 6.3 Powerpointová prezentace



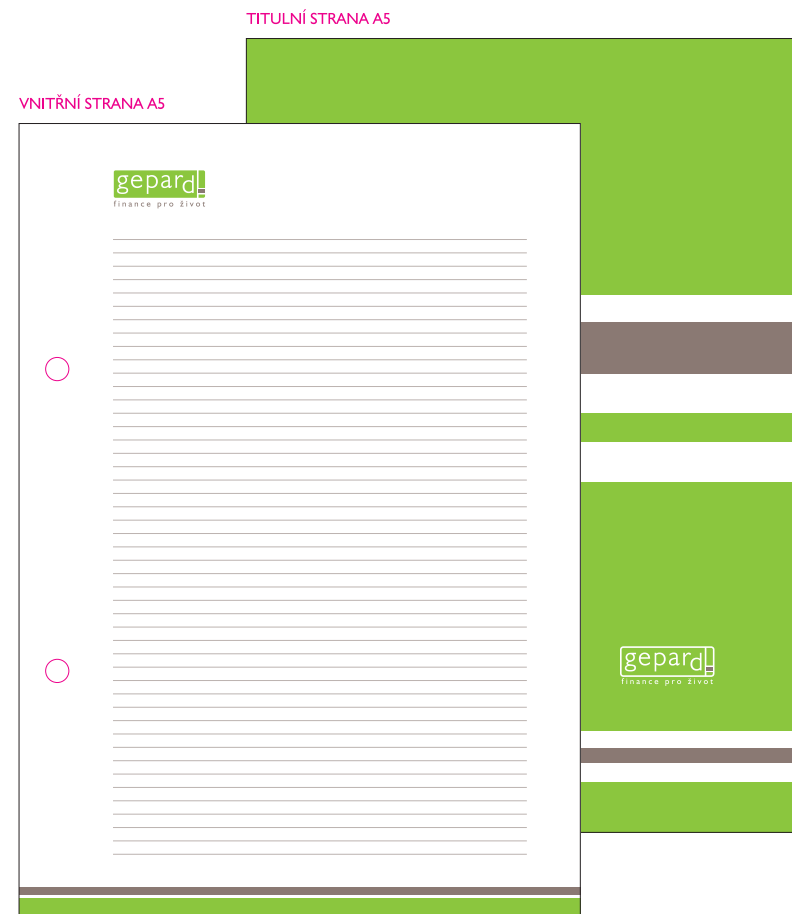
6.1 Poznámkový blok



Poznámkový blok společnosti GEPARD FINANCE může být formátu A4 nebo A5. Bloky obou formátů vycházejí z principů vizuálního stylu.

Bloky mohou být opatřeny titulní krycí stranou, na které je aplikován grafický prvek v základní podobě.

Na stranách samotného bloku je značka, barevné pruhy a vodící linky v barvě Gepard šedá.

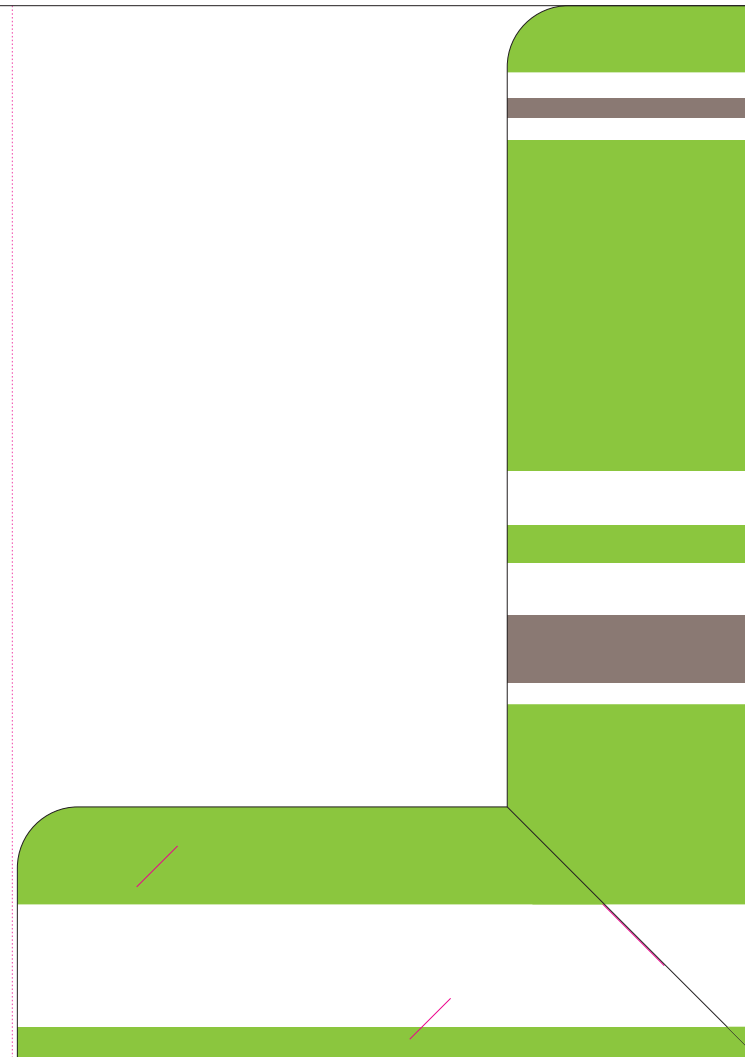


6.2 Prezentční desky

TITULNÍ STRANA DESEK



SLOŽENÉ DESKY – VNITŘNÍ STRANA



Prezentční desky na dokumenty A4 nesou na vnější straně aplikovaný grafický prvek v základní podobě.

Značka je umístěna v pravém dolním okraji titulní strany, nad ní, zcela nahoře, je webová adresa.

Prezentční desky se tisknou na matný bílý křídový papír gramáže 250-300 g/m².

Powerpointová prezentace se vytváří pomocí připravené elektronické šablony, ve které je většina parametrů písma přednastavena.

Velikost písma lze podle potřeby přizpůsobovat konkrétním podmínkám. Vždy je však třeba mít na paměti užitečnou hodnotu prezentace.

Pro grafy a tabulky lze použít doplňkových barev definovaných v kapitole 2) Barevnost.

TITULNÍ STRANA PREZENTACE

Nadpis prezentace Arial Bold
40 bodů barva šedá

Místo, Datum, Jméno a Příjmení

DALŠÍ STRANA PREZENTACE

Nadpis listu Arial Bold 32 bodů, barva šedá

Běžný text v prezentaci Arial 24 černá

- Odrážka první úrovně Arial 24 bodů
- Odrážka první úrovně Arial 24 bodů
 - Odrážka druhé úrovně Arial 22 bodů
 - Odrážka třetí úrovně Arial 20 bodů

ZVÝRAZNĚNÝ TEXT ARIAL BOLD ZELENÁ

gepard
finance pro život

7) Marketingová komunikace

- 7.1 Příklady typů marketingové komunikace
- 7.2 Vizuální princip marketingové komunikace
- 7.6 Inzeráty
- 7.7 Letáky
- 7.8 Billboardy, plakáty

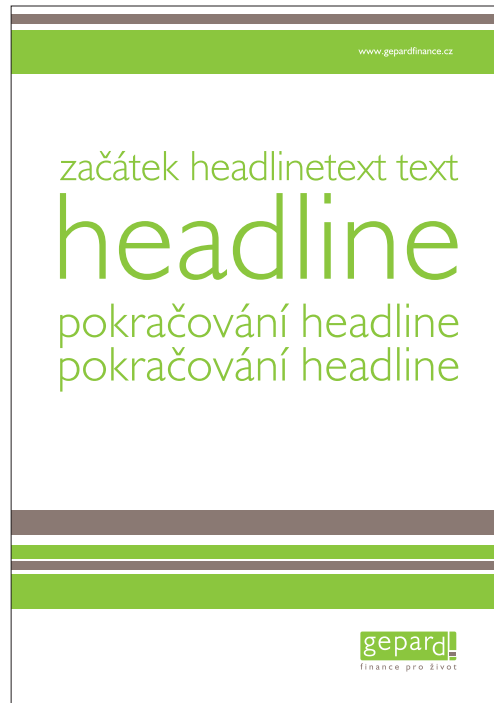


7.1 Příklady typů marketingové komunikace

BAREVNÝ INZERÁT 1/1



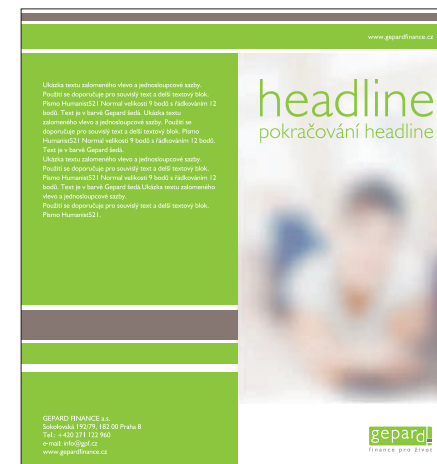
PLAKÁT



Všechny prvky marketingového mixu jsou vytvořeny pomocí principů vizuálního stylu, tak aby celkový dojem z materiálů byl konzistentní a podporovat jednoznačnou identifikaci společnosti GEPARD FINANCE. Všechny materiály obsahují grafický prvek, dominantní Gepard zelenou, značku a marketingové sdělení v podobě headlinu případně subheadlinu.

Pravidla tvorby zobrazovaných materiálů jsou přehledně zobrazena na následujících stranách.

OBÁLKA DL LETÁKU



ČERNOBÍLÝ INZERÁT 1/2

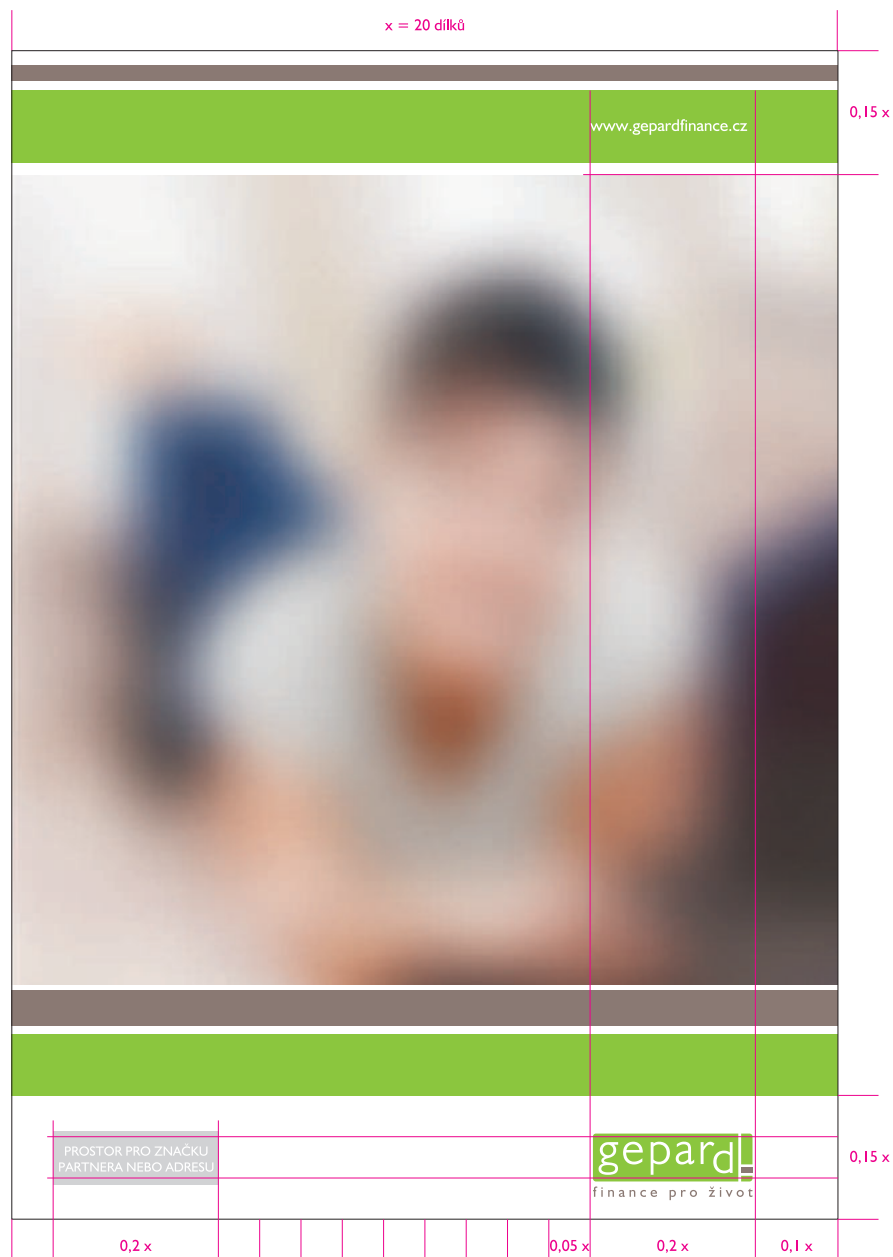


BILLBOARD



7.2 Vizualní princip marketingové komunikace - vertikální formáty

UMÍSTĚNÍ PRVKŮ NA FORMÁTU 1/1

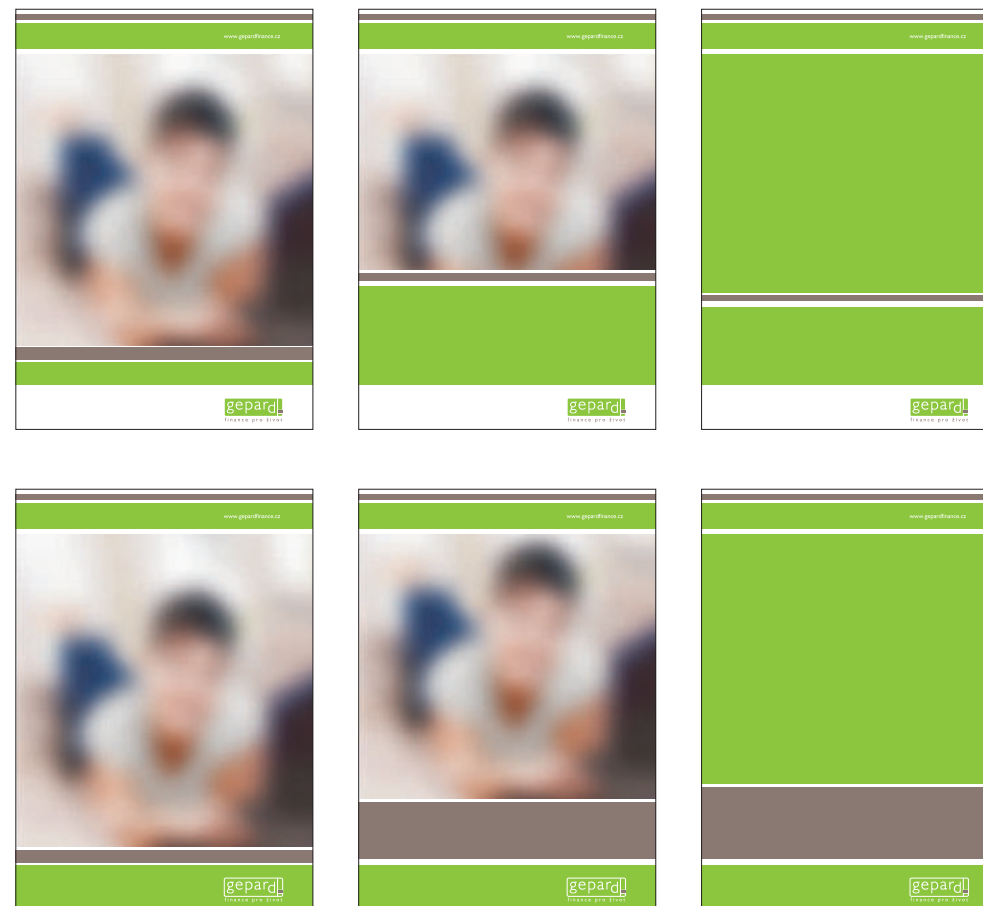


Tvorba marketingových materiálů vertikálních formátů, pokud není určeno jinak, stojí na principu rozdělení šířky formátu na jednotky x, které jsou základním stavebním měřítkem.

Mandatorními prvky je zápatí (zobrazeno jako bílý pruh s logem) a záhlaví (barevné pruhy s webovou adresou). Plocha mezi těmito bloky je proměnná v závislosti na konkrétním marketingovém sdělení.

Do plochy může být umístěna fotografie, další barevné pruhy nebo kombinace zmíněných prvků.

PŘÍKLADY APLIKACE SYSTÉMU NA VERTIKÁLNÍ FORMÁTY



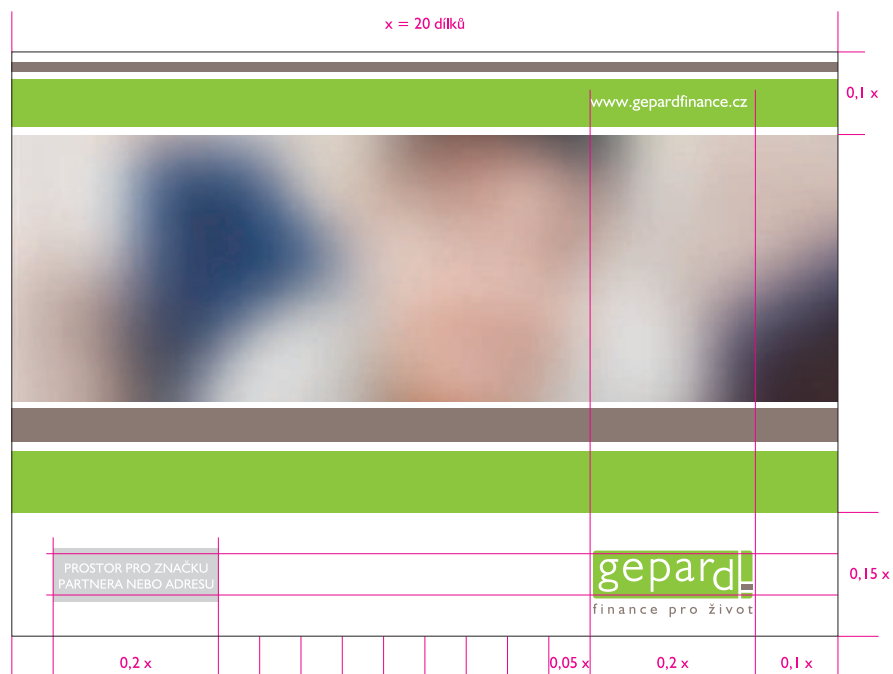
7.3 Vizuální princip marketingové komunikace - horizontální formáty

Tvorba marketingových materiálů horizontálních formátů, pokud není určeno jinak, stojí na principu rozdělení šířky formátu na jednotky x, které jsou základním konstrukčním měřítkem.

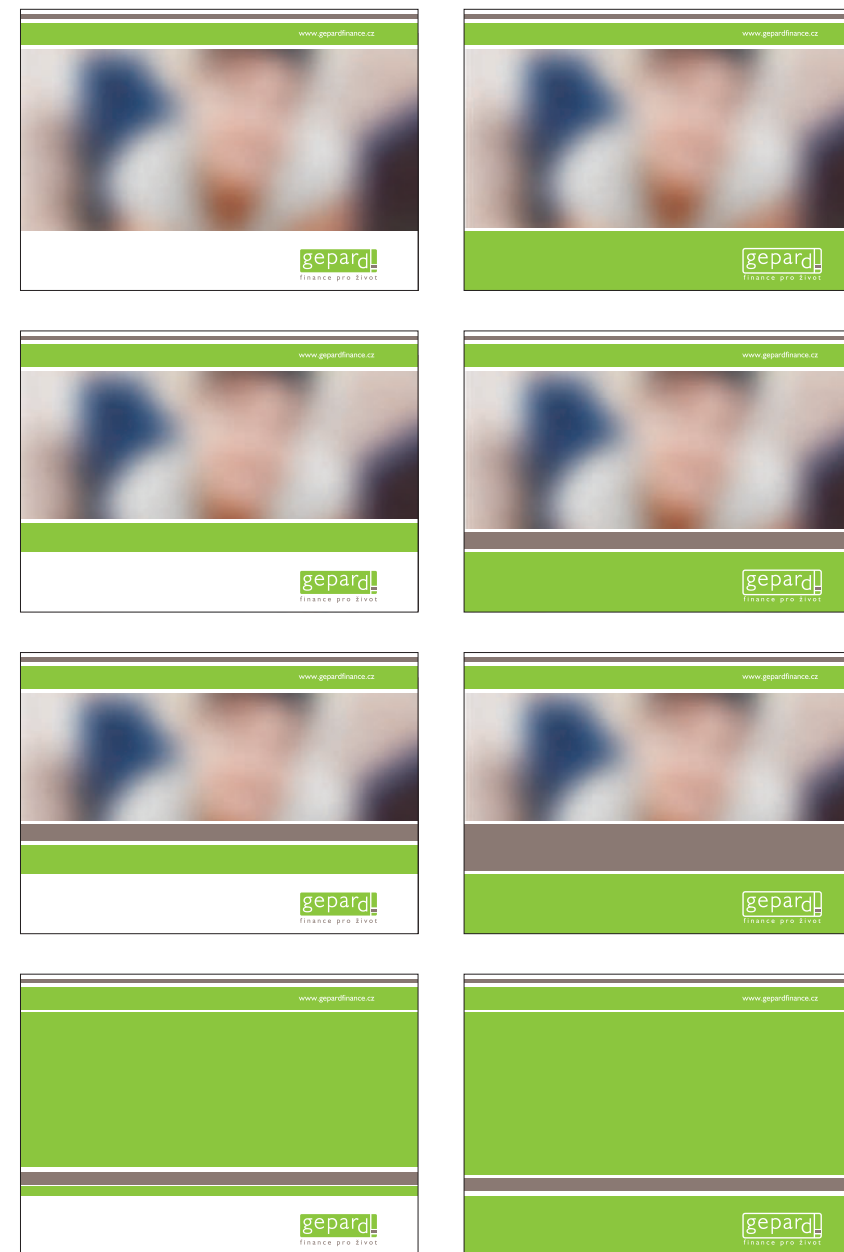
Mandatorními prvky je zápatí (zobrazeno jako bílý nebo zelený pruh se značkou) a záhlaví (barevné pruhy s webovou adresou). Plocha mezi těmito bloky je proměnná v závislosti na konkrétním marketingovém sdělení.

Do plochy může být umístěna fotografie, další barevné pruhy nebo kombinace zmíněných prvků.

UMÍSTĚNÍ PRVKŮ NA FORMÁTU 1/2

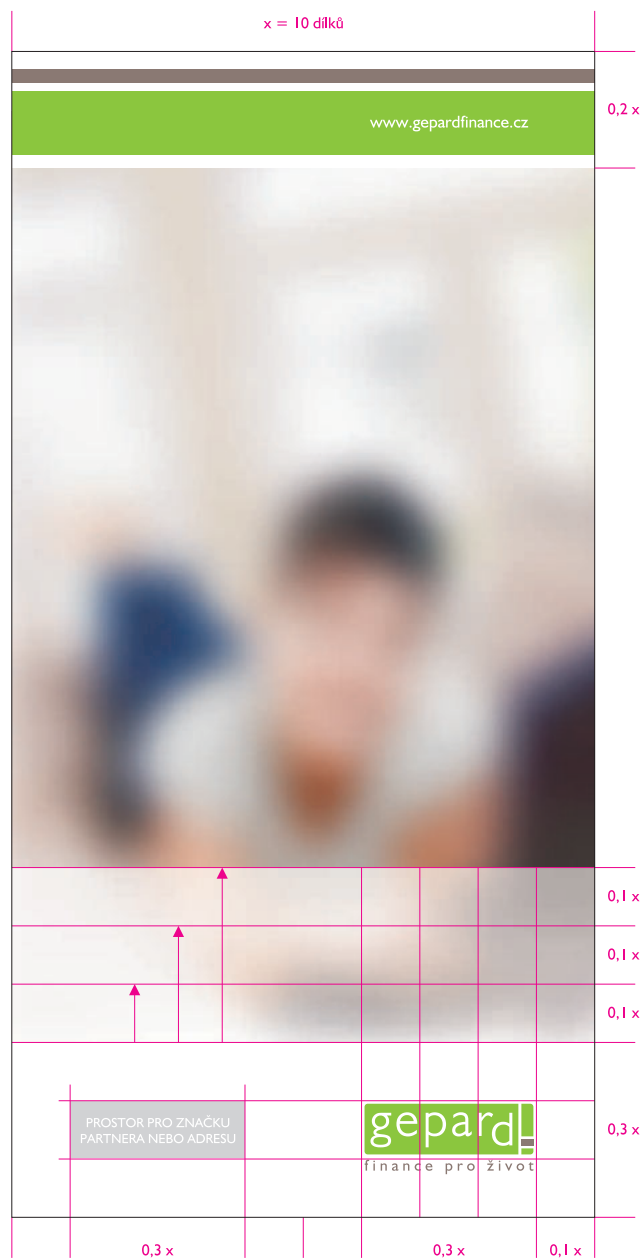


PŘÍKLADY APLIKACE SYSTÉMU NA HORIZONTÁLNÍ FORMÁTY



7.4 Vizualní princip marketingové komunikace - úzké vertikální formáty

UMÍSTĚNÍ PRVKŮ NA FORMÁTU DL



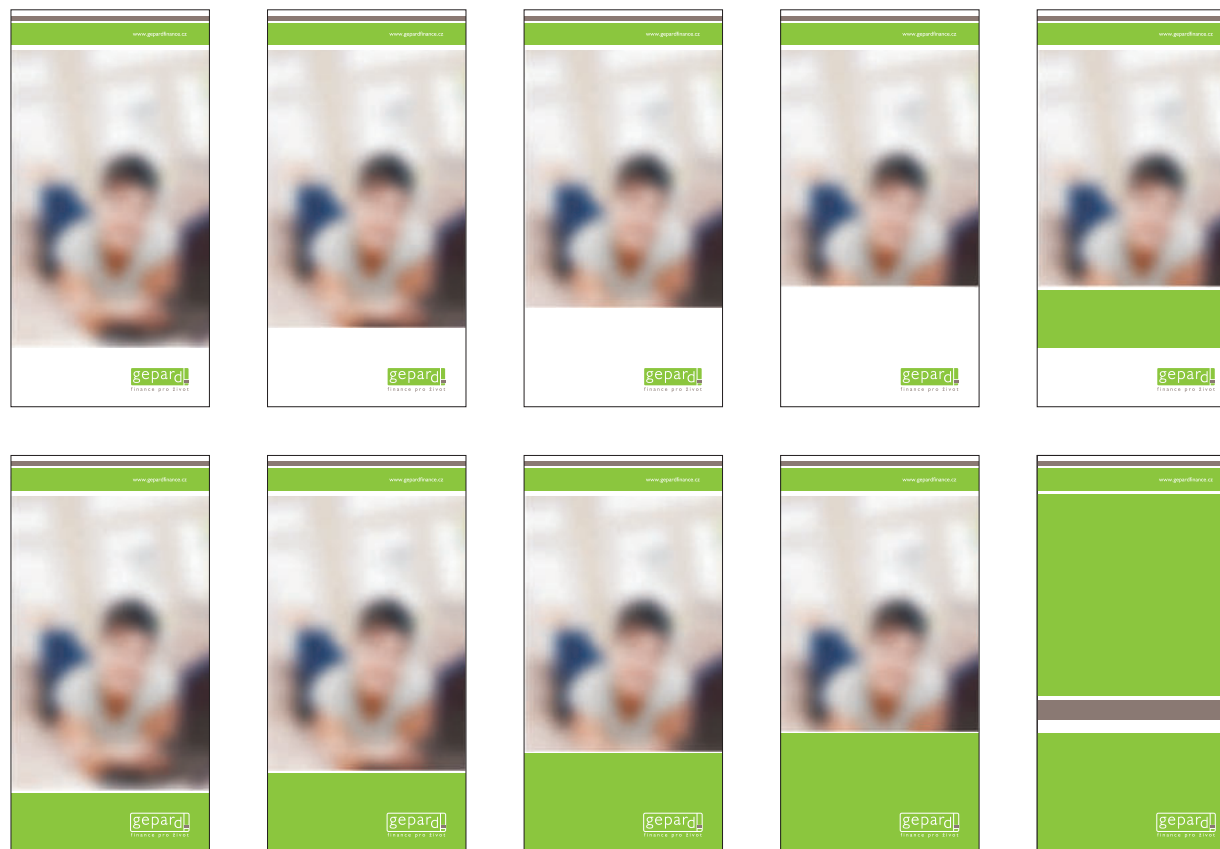
Tvorba marketingových materiálů úzkých vertikálních formátů, pokud není určeno jinak, stojí na principu rozdělení šířky formátu na jednotky x, které jsou základním stavebním měřítkem.

Mandatorními prvky je zápatí (zobrazeno jako bílý nebo zelený pruh se značkou) a záhlaví (barevné pruhy s webovou adresou). Plocha mezi těmito bloky je proměnná v závislosti na konkrétním marketingovém sdělení.

Do plochy může být umístěna fotografie, další barevné pruhy nebo kombinace zmíněných prvků.

U speciálních materiálů (např. roll-up) lze v odůvodněném případě výjimečně prohodit záhlaví a zápatí, takže značka společnosti je nahoře.

PŘÍKLADY APLIKACE SYSTÉMU NA ÚZKÉ VERTIKÁLNÍ FORMÁTY



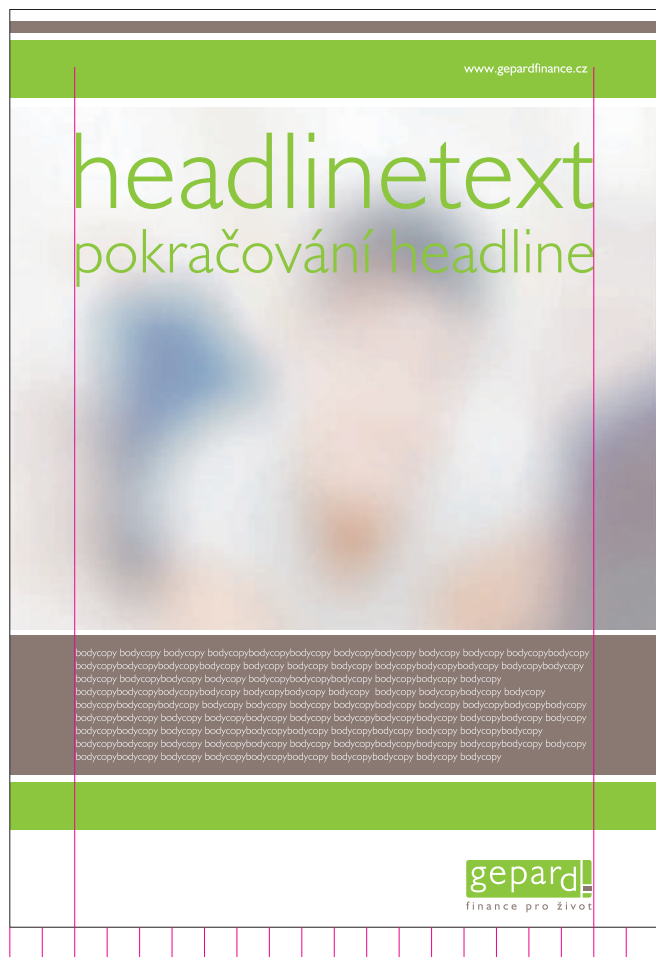
7.5 Vizuální princip marketingové komunikace - práce s texty

S textem se pracuje tak, že jedno slovo (popřípadě více) je zvýrazněno, a to pouze použitím výrazně větší velikosti písma. Text by měl vtípnou formou či nadsázkou glosovat nebo doplňovat zvolenou titulní fotografii.

S písmem lze libovolně pohybovat po ploše. Pokud je text umístěn na fotografii, je třeba dbát na dostatečný kontrast textu a pozadí.

Písmo na titulu je vždy pouze Humanist 52I Light v tzv. mínuskách (malých písmenech) v zobrazených barevnostech.

UMÍSTĚNÍ TEXTU DO PLOCHY



STUPŇOVÁNÍ VELIKOSTI TYPŮ TEXTU A JEJICH POVOLENÁ BAREVNOST

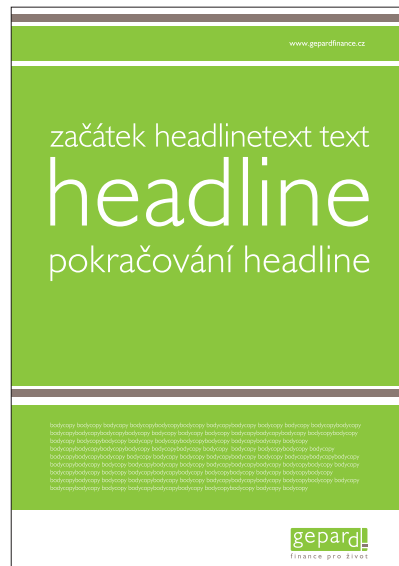


PŘÍKLADY PRÁCE S TEXTEM V PLOŠE

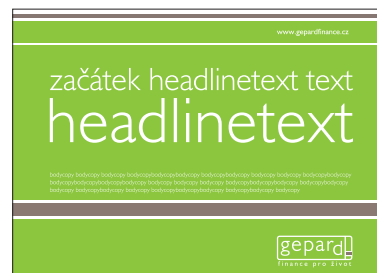


7.6 Inzeráty

PŘÍKLADY BAREVNÝCH INZERÁTŮ 1/1



PŘÍKLADY BAREVNÝCH INZERÁTŮ 1/2



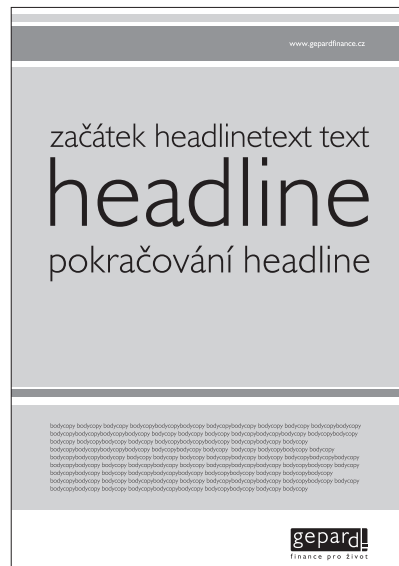
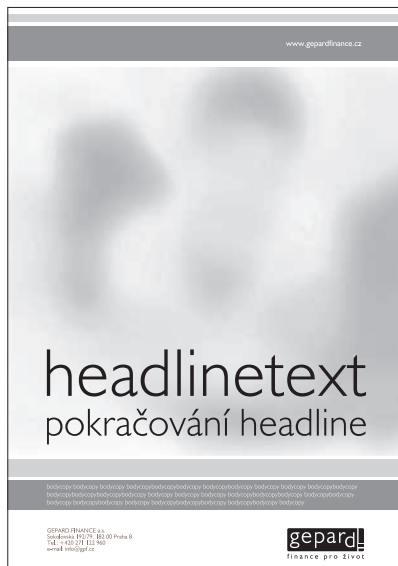
Tvorba inzerátů vychází z obecných pravidel přípravy prostředků marketingové komunikace. Velikost zápatí se značkou a záhlaví s webovou adresou jsou konstantní vůči formátu.

Pokud je třeba komunikovat i další kontaktní údaje společnosti, umísťují se do mandatorního pruhu v zápatí na úroveň značky.

V případě technologického omezení média na černobílý tisk se užívá černobílé varianty. Gepard zelená je nahrazena 50% rastroem černé, Gepard šedá pak 20% rastroem černé. Značka je černobílá.



PŘÍKLADY ČERNOBÍLÝCH INZERÁTŮ 1/1



PŘÍKLADY ČERNOBÍLÝCH INZERÁTŮ 1/2



7.8 Billboardy, plakáty

UMÍSTĚNÍ PRVKŮ NA PLOCHU BILLBOARDU - PRINCIP HORIZONTÁLNÍ

x = 20 dílků



UMÍSTĚNÍ PRVKŮ NA PLOCHU BILLBOARDU - PRINCIP VERTIKÁLNÍ



UKÁZKA JINÝCH TYPŮ BILLBOARDŮ - PRINCIP HORIZONTÁLNÍ A VERTIKÁLNÍ

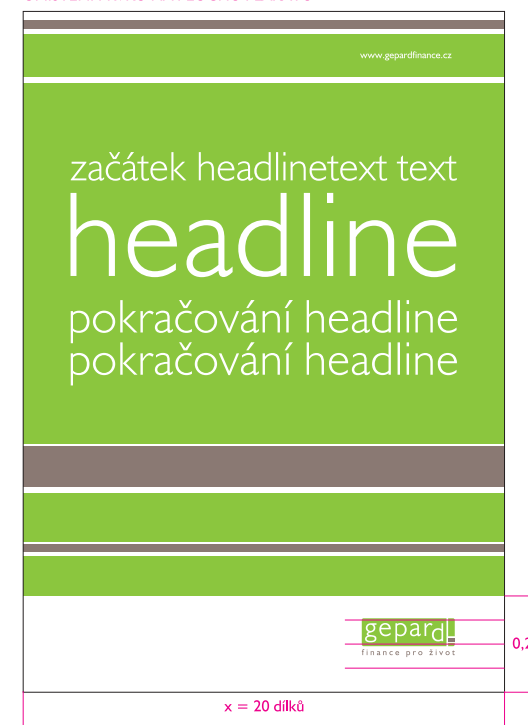


Billboardy lze konstruovat horizontálním nebo vertikálním principem. Volba principu závisí na typu fotografie a množství textu. U obou principů je mandatorní pruh se značkou a webovou adresou.

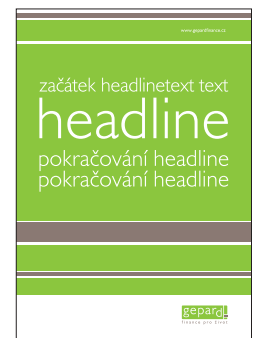
Tvorba plakátů se řídí obecnými pravidly přípravy marketingových materiálů s jednou výjimkou. Vzhledem k umístování plakátů do rámečků je z důvodu zachování visibility značky třeba zvýšit výšku zápatí. Ta vychází z měrné jednotky x.

Při přípravě billboardů i plakátů je, vzhledem k povaze média, nutné pracovat s co nejmenším množstvím textu.

UMÍSTĚNÍ PRVKŮ NA PLOCHU PLAKÁTU



PLAKÁT



8) Označení obchodních míst

- 8.1 Exteriér vlastního obchodního místa
- 8.2 Exteriér partnerského obchodního místa
- 8.3 Světelné označení (límeč, výstrč)
- 8.4 Označení výlohy
- 8.5 Označení vstupních dveří do obchodního místa
- 8.6 Orientační systém v budově
- 8.7 Vlajky, vlaječky na stůl
- 8.8 Další doplňkové prvky interiéru



8.1 Exteriér vlastního obchodního místa

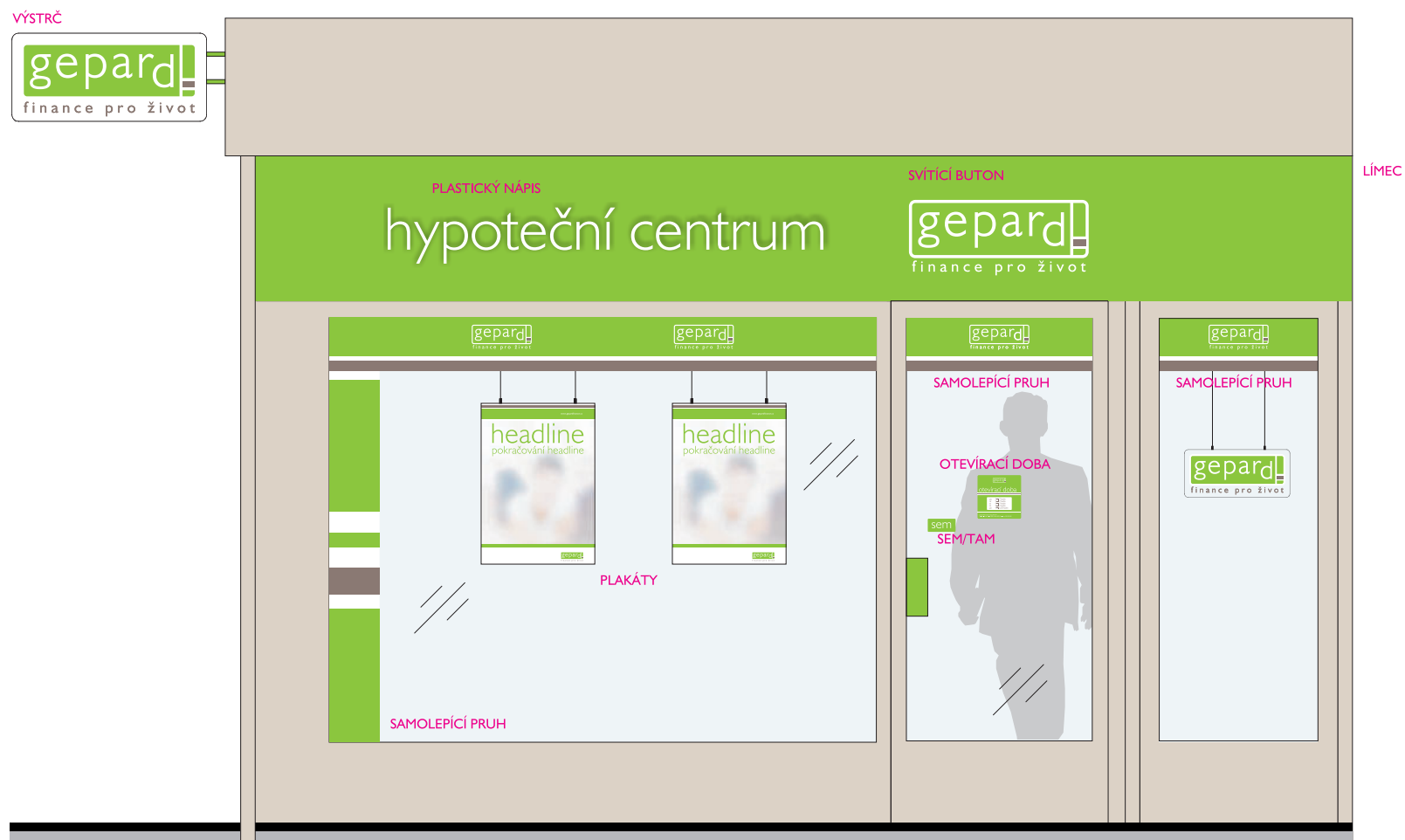
Obchodní místo je důležitým místem v komunikaci s cílovou skupinou. Způsob vnějšího označení slouží primárně k usnadnění identifikace při hledání, ale zároveň hraje významnou roli jako nástroj budování a posilování povědomí o vizuálním stylu společnosti.

Proto je nutné, aby jednotlivá obchodní místa obchodní sítě společnosti GEPARD FINANCE byla označena jednotným způsobem, přesněji pomocí jednotných prvků.

Označení obchodního místa je složeno z několika různých prvků a jejich použití je vždy závislé na možnostech a charakteru budovy, ve

kteří dané obchodní místo sídlí. Optimální množství prvků je zobrazeno na ilustraci. Použití konkrétních prvků značení musí být konzultováno a schváleno centrálou, která způsob značení obchodních míst koordinuje.

Obchodní místo a jeho okolí je třeba vždy udržovat čisté.



8.2 Exteriér partnerského obchodního místa

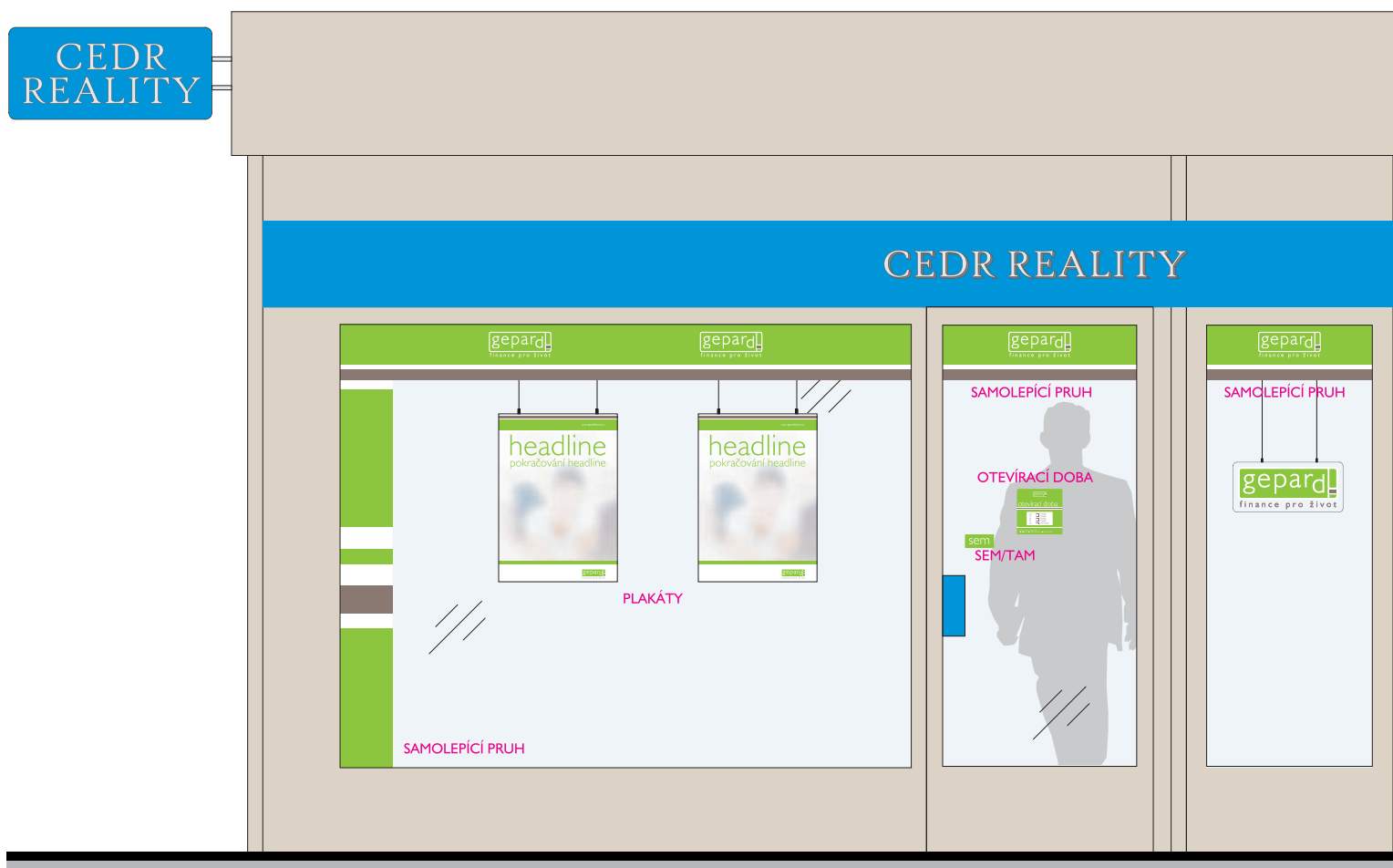
Obchodní místo partnerské společnosti je také místem, kde je nezbytně nutné prezentovat společnost GEPARD FINANCE řádným a systémovým způsobem.

Označení obchodního místa je složeno z několika prvků a jejich použití je vždy závislé na možnostech a charakteru budovy, ve které dané obchodní místo sídlí a na nastavení pravidel mezi centrálou a partnerskou společností.

Při volbě prvků označení je třeba vyvíjet maximální úsilí k tomu, aby identifikace obchodního místa GEPARD FINANCE byla co nejsilnější.

Optimální množství prvků je zobrazeno na ilustraci. Použití konkrétních prvků značení musí být konzultováno a schváleno centrálou, která způsob značení obchodních míst koordinuje.

Obchodní místo a jeho okolí je třeba vždy udržovat čisté.



8.3 Světelné označení (límece, výstrčky)

SVĚTELNÝ LÍMEC SE ZNAČKOU SPOLEČNOSTI



DETAIL LÍMCE



ŘEZ LÍMCEM



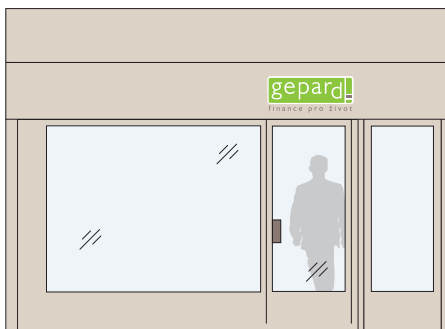
Světelné označení obchodních míst je dvojího druhu – světelný límece se světelnou značkou a světelná výstrčky.

Límece se světelnou značkou lze použít nad vchodové dveře či výlohu, a to v různých typech. Volba typu je závislá na barvě a materiálu fasády, charakteru budovy a dalších různých omezeních (např. technologických, památkových).

Světelná výstrčka se instaluje kolmo k budově a má za úkol zvýšit viditelnost prodejního místa především pro chodce, a to i v noci, kdy přebírá více marketingově-prezentační úkol.

Výstrčka může být pouze v podobě samotné značky (výjimečně) nebo značky s claimem (výhradně).

SVĚTELNÁ ZNAČKA SPOLEČNOSTI



DETAIL SVĚTELNÉ ZNAČKY



SVĚTELNÁ VÝSTRČKA SE ZNAČKOU GEPARD



SVĚTELNÁ VÝSTRČKA SE ZNAČKOU GEPARD A CLAIMEM



KOVOVÁ SVĚTELNÁ ZNAČKA SPOLEČNOSTI



DETAIL KOVOVÉ SVĚTELNÉ ZNAČKY



ŘEZ ZNAČKOU



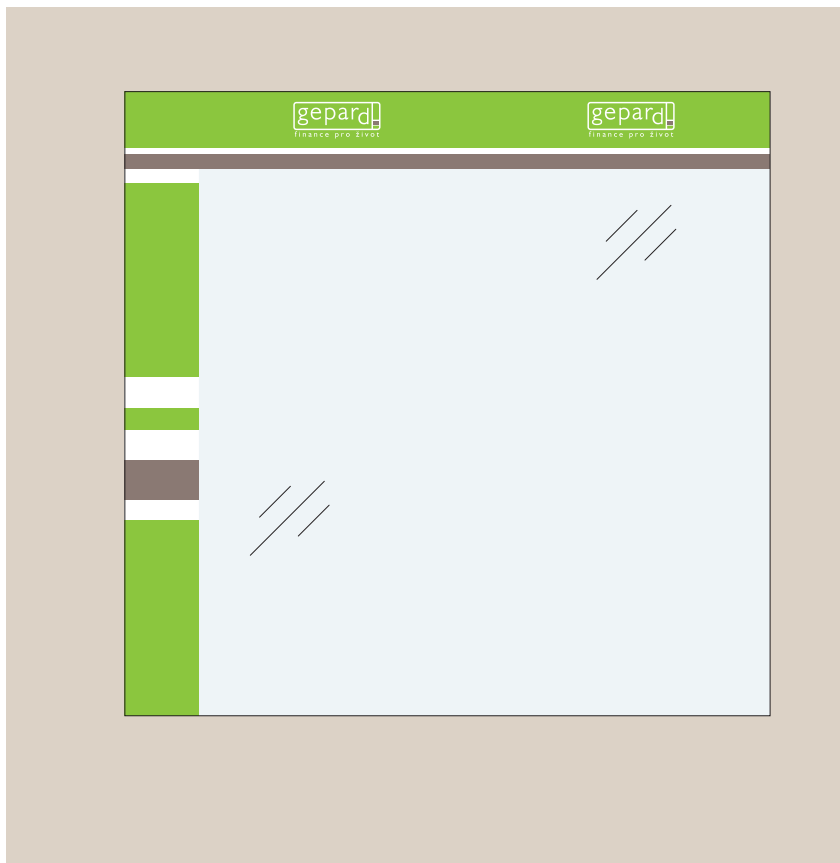
8.4 Označení výlohy

K označení výloh obchodních míst se užívá dvou prostředků – lepených pásů řezané grafiky a zavěšených marketingových prostředků.

Lepný pás řezané grafiky se značkou může být horizontální – užívá se v horní části skel nebo pravoúhlý – aplikuje se na levou a horní stranu skel. Na jedno sklo se aplikuje vždy pouze jeden z uvedených typů.

Pro zvýšení komunikační hodnoty obchodního místa lze do výlohy zavěsit i svítící buton s logem společnosti nebo plakáty. Oba prvky lze kombinovat.

LEPENÝ PÁS ŘEZANÉ GRAFIKY NA BOČNÍ STRANU VÝLOHY



LEPENÝ PÁS ŘEZANÉ GRAFIKY NA HORNÍ STRANĚ VÝLOHY DOPLNĚNÝ SVÍTÍCÍM BUTONEM S LOGEM SPOLEČNOSTI



LEPENÝ PÁS ŘEZANÉ GRAFIKY NA HORNÍ STRANĚ VÝLOHY DOPLNĚNÝ ZAVĚŠENÝM PLAKÁTEM



8.5 Označení vstupních dveří do obchodního místa

CELKOVÝ POHLED NA VSTUPNÍ DVEŘE



SVĚTELNÁ ZNAČKA SPOLEČNOSTI



LEPENÝ PÁS ŘEZANÉ GRAFIKY NA HORNÍ STRANĚ DVEŘÍ



OTEVÍRACÍ DOBA



SAMOLEPKY SEM TAM



Prostor vstupních dveří do obchodního místa lze označit současně několika zobrazenými prvky a jejich volba je vždy závislá na možnostech a charakteru oblasti vchodových dveří. Optimální množství prvků je zobrazeno na ilustraci. Použití konkrétních prvků značení musí být konzultováno a schváleno centrálou, která způsob značení obchodních míst koordinuje.

8.6 Orientační systém v budově


Orientační systém v budovách společnosti GEPARD FINANCE je charakteristický výraznými horizontálními Gepard zelenými a Gepard šedými pruhy se značkou v levém horním rohu.

Konkrétní podoba orientačního systému je dána volbou konkrétního výrobce a modelu. Podkladová plocha textu je bílá je v barvě světlého kovu.

OZNAČENÍ VCHODU DO BUDOVY



ORIENTAČNÍ TABULE V PŘÍZEMÍ

 finance pro život	
2. patro	▲
předseda představenstva	
generální ředitel	
zasedací místnost	
marketingové oddělení	
obchodní oddělení	
ekonomické oddělení	
účetní oddělení	
1. patro	▲
zasedací místnost	
malá zasedací místnost	
serverová místnost	
oddělení 2	
přízemí	
recepce	
lobby	

PATROVÁ ORIENTAČNÍ TABULE

 finance pro život	
2. patro	vpravo ►
předseda představenstva	
generální ředitel	
zasedací místnost	
marketingové oddělení	
2. patro	◀ vlevo
zasedací místnost	
malá zasedací místnost	
serverová místnost	

OZNAČENÍ DVEŘÍ KANCELÁŘE

 125 finance pro život
Jan KRUNTORÁD jednatel společnosti

8.7 Vlajky, vlaječky na stůl



HORIZONTÁLNÍ VLAJKY



VLAJEČKY NA STŮL



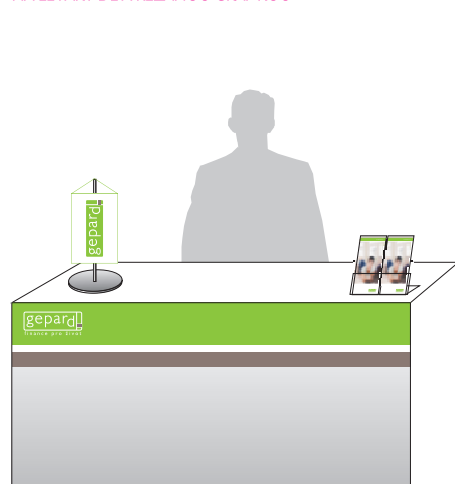
Pokud se vlajky umísťujú na skupinu stožárů, lze kombinovat vlajky nebo prapory se značkou a s grafickým prvkem. To vytváří esteticky zajímavou kombinaci, ale především to posiluje vazbu mezi značkou a používaným vizuálním stylem.

Vlaječky na stůl posilují přítomnosti značky v interiéru. Vlaječky jsou oboustranné – na jedné straně je značka, na druhé grafický prvek.

U vlajek, praporů i vlaječek je třeba dbát správné orientace vertikálního umístění značky – vždy ze spodu nahoru.

8.8 Další doplňkové prvky interiéru

PRACOVNÍSTĚ S VLAJEČKOU, STOLNÍM STOJÁNEM NA LETÁKY DL A ŘEZANOU GRAFIKOU



DOPLNĚNÍ INTERIÉRU PLAKÁTEM NA ZDI, ŘEZANOU GRAFIKOU NA SKLE A CELOPLOŠNÝM NÁTĚREM ZDI



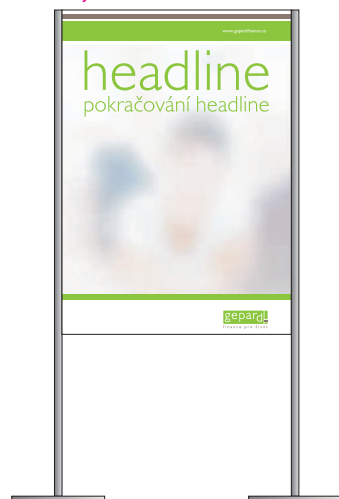
Interiér obchodního místa je důležitým místem v komunikaci s cílovou skupinou. Způsob vnitřního označení slouží k budování a posilování povědomí o vizuálním stylu společnosti.

Proto je nutné, aby jednotlivá obchodní místa obchodní sítě společnosti GEPARD FINANCE byla označena jednotným způsobem, přesněji pomocí jednotných prvků.

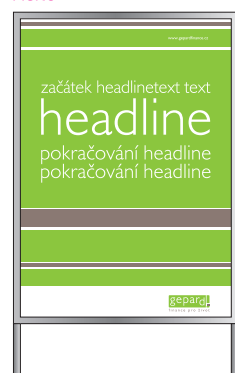
Označení obchodního místa je složeno z několika různých prvků a jejich použití je vždy závislé na možnostech a charakteru interiéru ve kterém dané obchodní místo sídlí. Výčet možných prvků je zobrazen na této straně. Použití konkrétních prvků značení musí být konzultováno a schváleno centrálou, která způsob značení obchodních míst koordinuje.

Interiér obchodního místa je třeba vždy udržovat čistý.

STOJÍCÍ PANEL NA PLAKÁTY



ÁČKO



ROLL-UP



VELKÝ STOJAN NA LETÁKY DL



ZÁVĚSNÝ PRVEK

ZÁVĚSNÝ PLAKÁTOVÝ RÁM

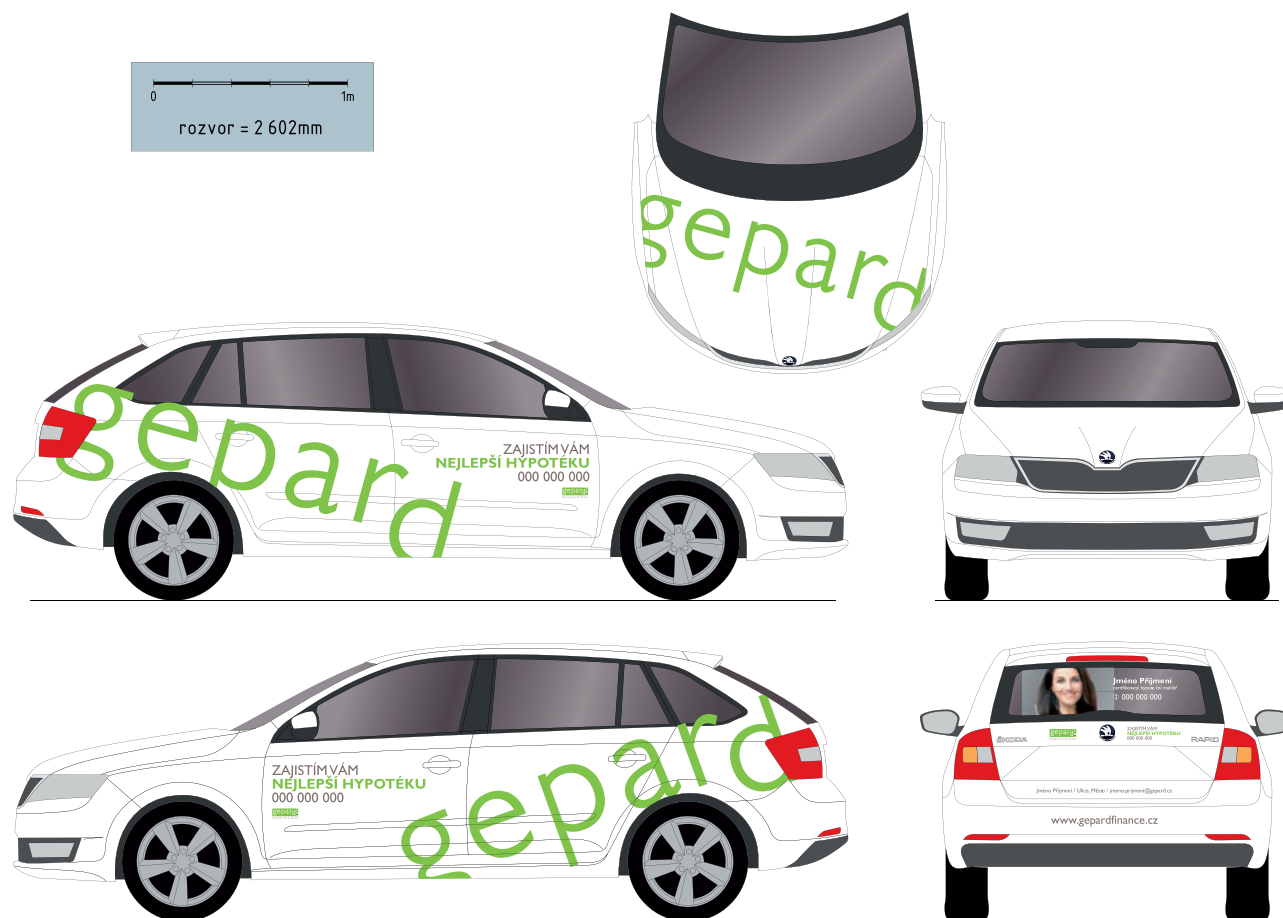


9) Označení vozidel

- 9.1 Označení referentských vozidel
- 9.2 Označení manažerských vozidel



9.1 Označení referentských vozidel



Označení vozidel společnosti GEPARD FINANCE stojí na výrazné a atraktivní aplikaci grafického prvku skládající se z písmen počátečního názvu společnosti na karoserii vozů.

Na předním krytu motoru je umístěn počáteční nápis společnosti s rotací 45° proti směru hodinových ručiček. Na předních dveřích je slogan společnosti, telefonní kontakt a logo společnosti s claimem.

Na zadním okně zavazadlového prostoru je umístěna fotografie, Jméno a Příjmení, název pozice a telefonní kontakt. Tato položka však není povinná. V horní části krytu zavazadlového prostoru je umístěno logo s claimem, slogan společnosti a telefonní kontakt. v dolní části krytu zavazadlového prostoru je umístěno Jméno a Příjmení, Ulice, Město a emailový kontakt. Uprostřed zadního nárazníku se nachází webová adresa společnosti.

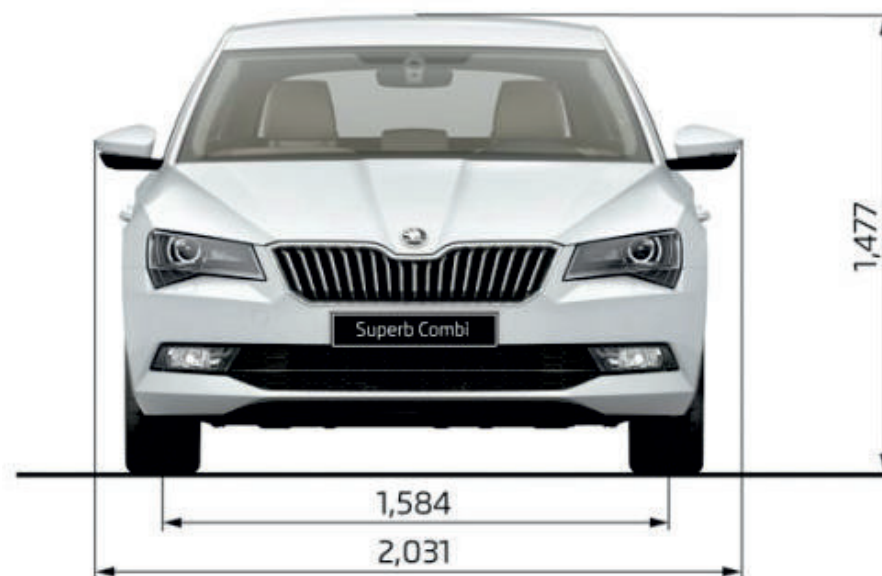
Přesné rozmístění prvků se může mírně lišit v závislosti na typu a tvaru vozu, celkový dojem však musí zůstat stejný.

9.2 Označení manažerských vozidel



Označení manažerských vozidel společnosti GEPARD FINANCE je decentní. Na předních dveřích je malé logo s claimem ve stříbrné barvě a na krytu zavazadlového prostoru je umístěno logo s claimem a webová adresa

Přesné rozmístění prvků se může mírně lišit v závislosti na typu a tvaru vozu, celkový dojem však musí zůstat stejný.



10) Prostorové aplikace

10.1 Reklamní předměty



10.1 Reklamní předměty

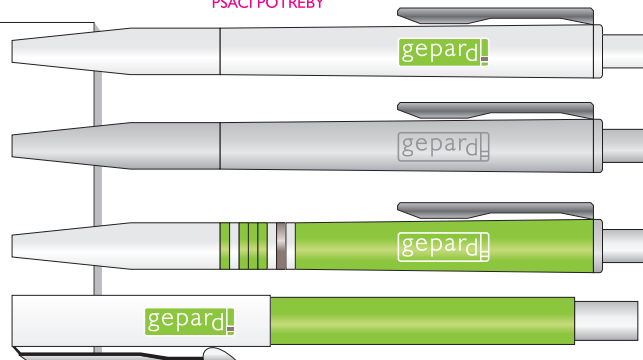
TRIČKA, KŠILTOVKA, ŠŇŮRKA NA KRK



TRHACÍ BLOČEK



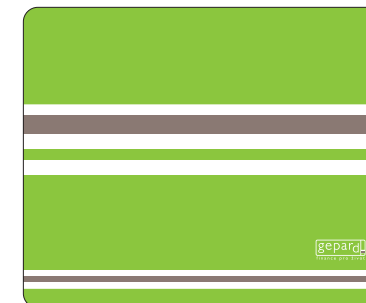
PSACÍ POTŘEBY



Zde jsou uvedeny příklady označení reklamních předmětů společnosti GEPARD FINANCE. To je postaveno na aplikaci grafického prvku a značky nebo kombinace ploch v barvě Gepard zelená, Gepard šedá a bílá. Množství způsobů označení reklamních předmětů je prakticky nekonečné.

Při volbě výrobní technologie je třeba dbát dostatečné čitelnosti značky. Kvalita, volba užité hodnoty a technologie označení produktů je pro budování a posilování dobrého jména společnosti GEPARD FINANCE klíčová.

PODLOŽKA POD MÝŠ



TAŠKY



