

2022

Evava

BRAND MANUÁL

OBSAH

brand manuál..... 1

úvod k manuálu..... 2

1/ Příběh..... 3

Evala postava..... 3

provázek..... 3

název 4

2/ základní stavební kameny 5

logomanuál 6

1/ logo na různých podkladech..... 7

základní podoba..... 7

inverzní podoba..... 8

2/ Základní Varianty loga 9

3/ značka..... 10

4/ zakázané varianty..... 11

logo..... 11

značka..... 12

5/ práce s logem a fotografií 13

6/ rozměry a minimální velikost 15

7/ ochranná zóna..... 16

barevnost 17

1/ základní barvy 18

2/ dopňkové barvy 19

3/ barevnost ilustrací..... 20

základní barvy..... 20

dopňkové barvy..... 21

písmo 22

1/ hlavní písmo 23

2/ vedlejší písmo 24

3/ Subclaim písmo 25

4/ doporučená sazba 26

subclaim 27

1/ princip práce se subclaimem 28

2/ subclaim ve spojení..... 29

3/ subclaim na merchandizingu 30

tlačítko call to action..... 31

1/ Barevné varianty 32

2/ stavba a velikosti 33

3/ stavy tlačítka 34

ikony..... 36

1/ Barevné varianty 37

2/ stavba a velikosti 38

3/ stavy ikon..... 39

ilustrace 40

1/ principy práce s ilustrací..... 41

2/ Postava evaly..... 42

Evala a oblečení..... 42

Evala a účes 43

Evalin obličej..... 43

3/ barevnost 44

základní barvy..... 44

dopňkové barvy 44

4/ stavba 45

5/ pozadí 46

solid pozadí 46

vlnka..... 46

6/ práce s ilustrací a logem..... 47

7/ práce s ilustrací a fotografií..... 48

vizitky 50

lkony 52

ukázky 53

ukázky použití na reálných výstupech 54

billboard 55

citylight..... 57

roll up 59

banner plachta..... 61

online bannery 63

online banner bez použití ilustrace..... 69

záhlaví facebook 71

twitter..... 72

animace..... 73

street art..... 74

merch 76

skicy a vizualizace merchandizingu..... 77

ponožky pro chvíle pohody (vizualizace) 78

hrníček na pauzu (vizualizace) 79

pohlednice (vizualizace) 80

karimatka na zacvičení po práci (skica)..... 82

čaj s reálným provázkem (skica) 83

leták s reálným provázkem (skica) 84

brand manuál



úvod k manuálu

1/ PŘÍBĚH

Evala

Hlavním motivem brandu je postava Evaly. Evala zosobňuje účetní, která byla u toho, když aplikace vznikala, zkoušela ji, vysvětlovala své potřeby a dávala zpětnou vazbu na námi navrhovaná řešení. Představuje garanci toho, že se nejedná o produkt, který banda vývojářů „spíchlá“ v garáži, ale že vznikal přesně dle požadavků našich budoucích zákazníků.

Tato „Evala“ má reálný předobraz v účetní Evě, která byla součástí vývojového týmu, se kterou jsme validovali každou novou funkcionalitu. Evala je také zosobněním všech účetních, u kterých jsme poctivě prováděli uživatelský výzkum a zapracovávali jejich připomínky.

Dnes se Evala posouvá do role kamarádky a rádkyně pro své kolegyně účetní, naše zákaznice. Ráda jim vysvětlí benefity aplikace a pomůže s přechodem ze stávajícího SW. Jejím cílem je snížit stres a odbourat zbytečné úkony, které naše moderní aplikace umí provádět automaticky.

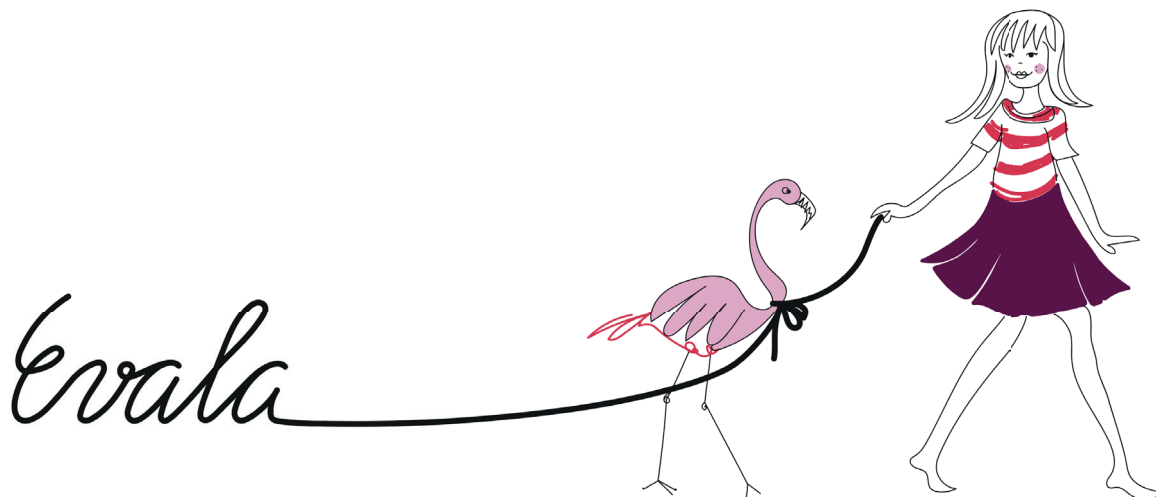
Použití postavy Evaly a její komunikace by tedy měla mít přátelský tón.

provázek

Vedlejším motivem je provázek. Provázkem bývají zabaleny dárky a jeho rozvazování je spojeno s hezkými pocity očekávání. Proto ho využíváme v merchandizingu, jako skutečný prvek. Provázek ale do brandu promlouvá hlavně skrz logo. Logo představuje provázek stočený do slova Evala. Jeho nedovřené tahy napovídají, že je hravý a dá se za něj tahat. Logo tedy může částečně měnit svůj tvar (konkrétně poslední tah) a může být animováno. Pokud se vyskytuje logo na jednom místě s ilustrací, je na ni vždy napojeno, což vytváří hezký okamžik propojení a harmonické linky.

název

Vzhledem k příběhu, který chceme komunikovat, jsme jako název hledali ženské jméno. Nechtěli jsme ale existující jméno, chtěli jsme, aby bylo jedinečné. Evala vzešla z několika workshopů jako výsledek, který splnil všechny naše podmínky – zní jako ženské jméno, je jednoslovné, nemusí se překládat, lze snadno vyslovit v různých jazycích a v neposlední řadě pro něj bylo možné získat doménu a ochrannou známku.



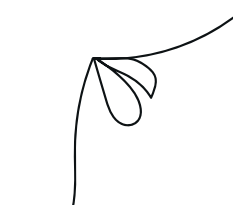
2/ ZÁKLADNÍ STAVEBNÍ KAMENY



postava Evaly

Evala je alespoň
částí přítomna na
všech materiálech
(klidně jen částí ruky,
kouskem oblečení)

Vždy ilustrace,
ne fotka



provázek

Logo jako provázek,
který lze rozvázat
(animace)

Provázek je vždy
propojen s kresbou

Reálný provázek vždy
přítomný na merchandizingu



logomanuál

1/ LOGO NA RŮZNÝCH PODKLADECH

základní podoba

Základním barevným provedením je černé logo na bílém podkladu. Pokud je to možné, je základní podoba logotypu také preferovanou podobou. Další doporučený podklad je světle růžová (viz. barevnost). Je doporučeno používat logo na bílém, nebo světle růžovém podkladu co možná nejčastěji. V případě potřeby může logo fugovat na jakémkoliv jednolitém pozadí. Lze také použít na pozadí tvořeném několika barvami. Musí ovšem splňovat podmínku dostatečného kontrastu na každé z nich.



Eva



Eva

inverzní podoba

V případě, že je potřeba logo použít na tmavém podkladu, zvolíme inverzní podobu loga. Ta je vždy bílá. Doporučené pozadí je sytě fialová (viz. barevnost).

V případě potřeby může inverzní podoba loga fugovat na jakémkoliv jednolitém pozadí. Inverzní variantu také lze použít na pozadí tvořeném několika barvami. Musí ovšem splňovat podmínku dostatečného kontrastu na každé z nich.



2/ ZÁKLADNÍ VARIANTY LOGA

Logo Evala má dva způsoby použití – jako samostatně stojící logo a jako logo propojené s ilustrací. Samostatně stojící logo se použije všude tam, kde není součástí materiálu brandová ilustrace. Je povoleno, aby samostatně stojící logo vyběhalo z formátu. V tom případě může být poslední tah písmenka „a“ tvarovaný libovolně.

Pokud je logo použito na nějakém materiálu, kde se nachází i brandová ilustrace, logo na ní musí být vždy napojené. Při napojení loga na ilustraci může být poslední tah písmenka „a“ tvarovaný libovolně. Logo nemusí být napojené pouze v případech, kdy se jedná o dvě různá sdělení – například na webu, kde je logo tradičně vlevo nahoře a dále na stránce jsou i ilustrace, nebo v časopise, kde se prezentuje napříč článkem logo a obrázky atp.

✓ Evala

✓ Evala

✓ Evala 

✗ Evala 

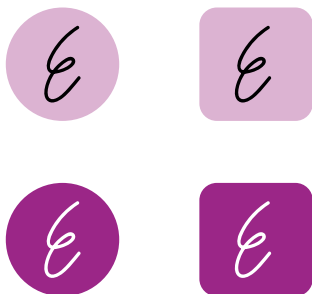
3/ ZNAČKA

Značka vycházející z loga je samostatné „E“. Značka je určena k používání na sociálních sítích, jako favicon, appicon atd.

Má dvě barevné varianty – základní černá značka na světle růžovém pozadí (viz. barevnost) a negativní varianta značky na sytě fialovém pozadí (viz. barevnost). Pozadí je tvořeno kolečkem nebo obdélníkem se zaoblenými rohy. V případně nutnosti je povolený jiný tvar, pokud je někde předepsán (např. avatar sociální sítě, apple appicon atp). Značku není možné aplikovat na jiná barevná pozadí, ani jí použít bez pozadí. Mezi těmito dvěma variantami není preference. Mohou být obměňovány. Je ale nutné zachovávat konzistenci varianty v rámci jedné sociální sítě.

Vzhledem k tomu, že například na sociálních sítích, jako avatar v chatu, nebo jako favicon, může být značka velmi malá, nemá určenou minimální velikost. Je ovšem určena velikost „E“ vůči pozadí.

Při zmenšování značky je potřeba vždy zachovat její čitelnost. Pokud by byla zmenšena pod její hranici, je potřeba použít jiné řešení.



Padding „E“ od okraje pozadí je 1/4,5 výšky „E“
„E“ je umístěno ve středu pozadí

4/ ZAKÁZANÉ VARIANTY

logo

Logo nesmí být deformováno. Nesmí být nekонтastně použita pozitivní/negativní varianta vůči podkladové ploše. Nesmí být přebarveno. Nesmí být použito volně na fotografii.



značka

Značka nesmí být deformovaná. Nesmí porušovat padding od barevného podkladu. Nesmí být použita na jiných než určených barevných podkladech ani tvarech.



5/ PRÁCE S LOGEM A FOTOGRAFIÍ

Logo je zakázáno aplikovat přímo na fotografie, ať už v základní, nebo inverzní variantě. Je zde několik možností, jak s logem a fotografií pracovat.

Pokud se jedná o soubor fotografií, například z konference, na sociálních sítích, nebo v magazínu, je preferovanou variantou mít logo jako zastřešující prvek na stránce, nikoliv na jednotlivých fotografiích. Pokud to situace nutně vyžaduje, použijte k označení fotografie kulatou značku pro sociální sítě, umístěnou do levého dolního rohu.

Pokud se jedná o marketingový materiál, je nutné vymyslet, jak fotografii zakomponovat jako součást ilustrace. Například Evala se kouká na fotografii ve fotoalbu.





Levý dolní roh
1/3 výšky značky
od okrajů



6/ ROZMĚRY A MINIMÁLNÍ VELIKOST

Vzhledem k tomu, že logo má charakter ilustrace, neexistuje doporučená největší velikost. S logem se dá pracovat velmi volně. Může například být hlavním hrdinou titulní stránky tiskoviny a ještě z ní vybíhat ven. Doporučená nejmenší velikost ale existuje a je nutné jí dodržovat. Při porušení tohoto pravidla dojde ke stížené čitelnosti logotypu. V případě nutnosti jít pod tuto hranici, použijte namísto loga značku.

A large, elegant cursive logo for 'Erala' in black ink, centered on the page.

A medium-sized cursive logo for 'Erala' in black ink, centered on the page.

A small cursive logo for 'Erala' in black ink. Below the logo is a horizontal pink line with vertical end caps, and the text 'min 22mm' is written in pink below the line, indicating the minimum recommended height for the logo.

7/ OCHRANNÁ ZÓNA

Ochranná zóna je prostor kolem loga, do kterého nesmí zasáhnout žádný další grafický ani typografický prvek. Dodržování této zóny zajišťuje dostatečnou čitelnost a působnost loga.

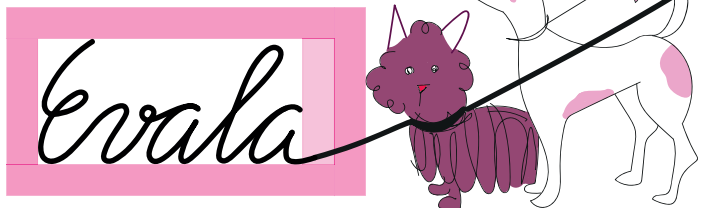
Evala logo má dvě varianty ochranné zóny – pro samostatně stojící logo a pro logo napojené na ilustraci. Existuje zde jedna výjimka – logo je hravé, je to provázek, lze ho umisťovat do formátů tak, že z něj vyběhá ven. V tom případě nemusí být dodržena zadní ochranná zóna pro samostatně stojící logo a může být použita zóna pro propojení s ilustrací. Konečný tah písmenka „a“ může být tvarovaný libovolně.

Ochranná zóna okolo loga
1/4 výšky loga

Konečný tah písmenka „a“
u samostatně stojícího loga
4 a půl výšky loga



Konečný tah písmenka „a“
u loga napojeného na ilustraci
1 výška loga



Konečný tah písmenka „a“
u loga vystupujícího z formátu
1 výška loga

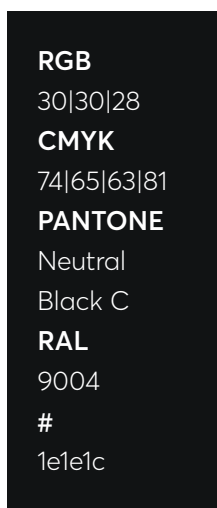




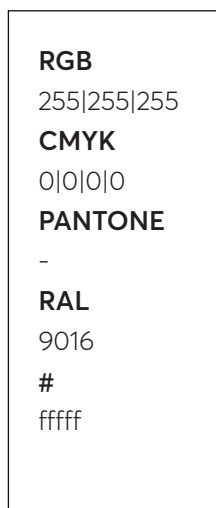
barevnost

1/ ZÁKLADNÍ BARVY

Základní barvy jsou zejména barvy loga, značky a doporučených pozadí. Každá barva obsahuje definici pro jednotlivé technologie výroby a popis primárního účelu používání barvy. Barvy mohou být použity i jinak, ale nesmí být porušen jejich primární účel.



Základní barva loga a značky



Inverzní barva loga a značky

Doporučený podklad loga



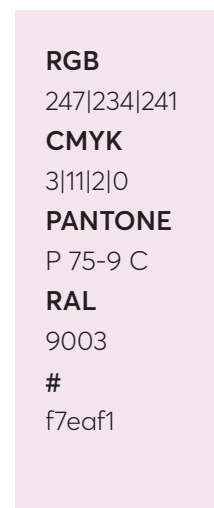
Podklad inverzní značka

Doporučený podklad inverzního loga



Podklad značka

Symbol vlnka



Doporučený podklad loga

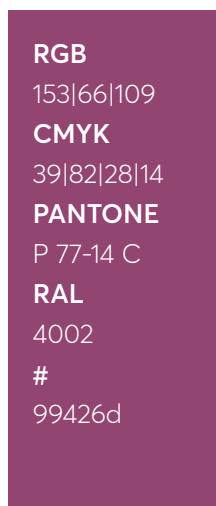
Doporučený podklad online bannerů

2/ DOPLŇKOVÉ BARVY

Doplňkové barvy mohou být používány například pro texty, tlačítka, symboly atp. Každá barva obsahuje definici pro jednotlivé technologie výroby a popis primárního účelu používání barvy. Barvy mohou být použity i jinak, ale nesmí být porušen jejich primární účel.



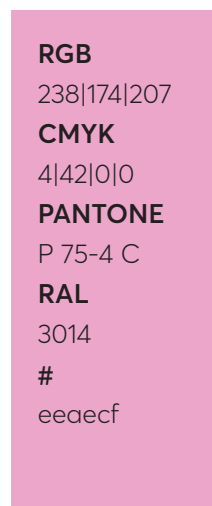
Základní tlačítko



Subclaim



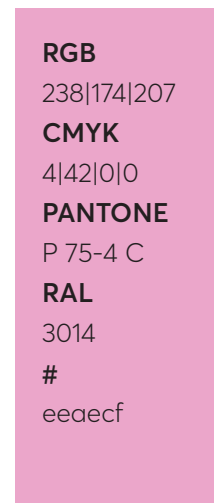
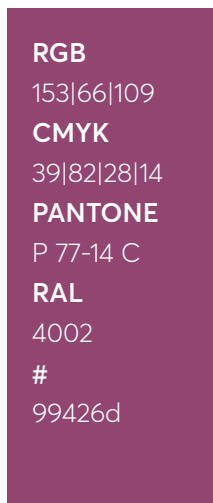
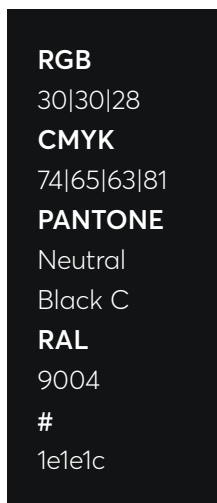
Inverzní tlačítko



3/ BAREVNOST ILUSTRACÍ

základní barvy

Základní barvy ilustrací tvoří výběr z brandových barev. Linka ilustrace je vždy čená. Ilustrace je dále dotvořena dalšími 4mi „vybarvujícími“ barvami. Není nutné použít všechny 4.



doplňkové barvy

Doplňkové barvy lze použít pouze v případě, že je to nezbytně nutné. Naříklad Evala je v kostýmu kuřete a kuře prostě musí být žluté. Nikdy nelze použít obě doplňkové barvy pro jednu ilustraci. Počet „vybarvujících“ barev nikdy nesmí překročit počet 4, tzn. pokud použiji žlutou, musím vypustit některou ze základních barev. Doplňkové barvy ilustrací nesmí být použity nikde jinde krom ilustrací.

RGB

237|211|100

CMYK

10|14|70|0

PANTONE

P 4-14 C

RAL

1012

#

edd364

RGB

89|177|173

CMYK

65|9|36|0

PANTONE

P 128-4 C

RAL

6027

#

59b1ad

D

písmo

1/ HLAVNÍ PÍSMO

Designovým písmem je Averta PE, která má k dispozici mnoho řezů a disponuje českou diakritikou. Při práci s písmem dodržujte používání ligatur. Hodnota prostrkání je maximálně 50 bodů v závislosti na velikosti písma. Licencenci zajišťuje objednavatel.

Averta je moderní geometrický sans serif, který je velmi jednoduchý ale přesto osobitý. Jeho znaky mají čisté geometrické zaoblení, otevřené otvory a nízké kontrastní tahy. Písmo působí přátelsky a svou jednoduchostí se hodí k použití na jakýchkoli materiálech ve velkých i malých velikostech. Jednou z hlavních výhod Averty je, že je to jedno z mála písem, které má skutečnou italiku.

Averta PE Extrathin

Averta PE Thin

Averta PE Light

Averta PE Regular

Averta PE Semibold

Averta PE Bold

Averta PE Extrabold

Averta PE Black

Averta PE Regular Italic

Averta PE Thin Italic

Averta PE Light Italic

Averta PE Regular Italic

Averta PE Semibold Italic

Averta PE Bold Italic

Averta PE Extrabold Italic

Averta PE Black Italic

2/ VEDLEJŠÍ PÍSMO

Vedlejším písmem je Lato, které má taktéž k dispozici mnoho řezů a českou diakritiku. Při práci s písmem dodržujte používání ligatur. Hodnota prostrkání je maximálně 50 bodů v závislosti na velikosti písma. Licence není potřeba, písmo je volně stažitelné.

Lato je hlavním písmem aplikace Evala. V brandu ho lze kombinovat s Avertou. Doporučujeme ho ale používat především v případech, kdy do brandu promlouvají prvky z aplikace, jako například tlačítka. Lato je lehce dostupné pro operační systémy Windows a Mac, proto je zároveň doplňkovým písmem pro operační systémy. Z toho důvodu by mělo být používáno v elektronických formulářích atd.

Lato Hearline

Lato Hearline Italic

Lato Light

Lato Light Italic

Lato Thin

Lato Thin Italic

Lato Regular

Lato Italic

Lato Medium

Lato Medium Italic

Lato Semibold

Lato Semibold Italic

Lato Bold

Lato Bold Italic

Lato Heavy

Lato Heavy Italic

Lato Black

Lato Black Italic

3/ SUBCLAIM PÍSMO

Subclaim je tvořen řezem Extrabold Italic a barvou #e50041. Písmo je možné používat v různých velikostech dle kontextu použití. Hodnota prostrkání je minimálně 20 bodů a maximálně 50 bodů, v závislosti od velikosti písma.

Auerta PE Extrabold Italic

Auerta PE Extrabold Italic

4/ DOPORUČENÁ SAZBA

Pro marketingové materiály používejte Avertu. Pokud se jedná o nějaké funční online materiály, například formulář, použijte Lato.

Vizuální uspořádání typografie marketingových výstupů není nařízeno. Existuje zde ale doporučení, vycházející z pilotních návrhů, které můžete vidět v části *ukázky*. Používáme dvě různá formátování hlavního sdělení:

a/ Averta PE Regular v barvě #99426d, minusky

Vhodné pro delší textace. Text je spíš menší. Umístěný samostatně buď v rohu, nebo pod logem.

B/ Averta PE Extrabold v barvě #eeaecf, verzalky

Vhodné pro kratší texty. Text je velký. Umístěný pod logem, nebo vedle něj. Může se objevit i samostatně.

E

subclaim

1/ PRINCIP PRÁCE SE SUBCLAIMEM

Subclaim je doplňkové sdělení, které by mělo v první fázi dokreslovat, co vlastně Evala je. Příkladem sdělení může být *účtuj ale nestresuj*. Subclaim se v určitém životním období produktu může změnit. Neměl by se měnit často, ale může se stát, že za pár let bude potřeba komunikovat něco jiného. Nikdy by se ale neměla změnit jeho vizuální podoba, právě pro zachování rozpoznatelnosti a kontinuity. Subclaim je tvořen řezem Extrabold Italic a barvou #e50041. Písmo je možné používat v různých velikostech dle kontextu použití. Hodnota prostrkání je minimálně 20 bodů a maximálně 50 bodů, v závislosti od velikosti písma.

Subclaim by měl být přítomen na většině markentigových materiálů. Vyjimku tvoří online komunikace, kde se například na banneru nachází tlačítko call to action, které vlastně již samo dovysvětluje, co je Evala. Samostatnou kapitolu práce se subclaimem tvoří merchandizing a další předměty jako vizitky atp. O používání subclaimu na těchto předmětech se dočtete dále.

(Subclaim vznikl jako součást brandmanuálu dříve, než finální komunikační strategie. Je tedy možné, že první komunikovaný subclaim bude jiný, než tento návrh. Je to na dohodě s agenturou navrhující komunikační strategii. Platí ale, že subclaim by měl dokreslovat o jaký produkt se jedná.)

účtuj ale nestresuj

2/ SUBCLAIM VE SPOJENÍ

Pokud se zamyslíme nad hierarchií jednotlivých prvků marketingových materiálů, je subclaim velikostně nejmenší. Svým řezem a barvou je nicméně vždy dobře rozpoznatelný.

Subclaim může stát samostatně, nebo se může propojit s logem či sdělením. Viz ukázky níže a dále ukázky konkrétního použití v části *ukázky*.

The word 'Erala' is written in a fluid, cursive script. The letters are connected, with a prominent 'E' and a long, sweeping tail on the 'a'.

účtuj ale nestresuj

The word 'Erala' is written in a fluid, cursive script, identical to the first example.

účtuj ale nestresuj

The word 'Erala' is written in a fluid, cursive script, identical to the previous examples.

účtuj ale nestresuj

3/ SUBCLAIM NA MERCHANDIZINGU

Subclaim musí být přítomen na každém merchandizingu, nebo ostatních brandovaných předmětech typu vizitky, dopisní papíry atp. Je zde ale používán hravou formou. U merchandizingu opouštíme klasické sdělení *úctuj ale nestresuj* a místo něj používáme vhodný důvtipný dovětek, umístěný za tři tečky. Například pro ponožky *...a nohy u teple*, pro hrníček *...a dej si kafe* atp. Je doporučeno tento hravý subclaim na merchandizingu doplnit o kreslený symbol ve stejné barvě, viz ukázky. Ukázky konkrétního merchandizingu najdete v části *merch*.



F

tlačítko call to action

1/ BAREVNÉ VARIANTY

Tlačítko má dvě barevné varianty. Variantu volíme podle tmavosti podkladu. Nelze použít tlačítko pro světlý podklad na tmavém a obráceně.

Kromě základního tlačítka, které je preferovanou variantou, existuje ještě transparentní tlačítko, které by mělo být používáno pouze pro méně důležité informace.



2/ STAVBA A VELIKOSTI

Tlačítko je tvořeno obdelníkem se zaoblenými rohy a textem. Text je vždy Lato Bold s prokladem 20 až 50 bodů v závislosti na velikosti textu. Text na tlačítku nesmí být ve více řádcích. Tlačítko může být zvětšováno/zmenšováno podle potřeby.

Musí být však dodržena minimální velikost. Ta je definována výškou obdelníku 32 px při rozlišení 72 dpi (11,28 mm) a písmem Lato Bold 10 b. Proklad písma v minimální velikosti je 20 b, se zvětšujícím se písmem, se zvětšuje i proklad, ovšem nikdy nesmí být více než 50 b. Text je v tlačítku umístěn tak, že z každé strany zbývá 16 px (5,64 mm) k okraji obdelníku.

Pokud je použita transparentní varianta tlačítka, platí stejná minimální velikost, ovšem je vidět pouze text, obdelník je průhledný.



3/ STAVY TLAČÍTKA

Jako funkční element musí tlačítko dodržovat následující stavy.

	Základní tlačítko	Transparentní tlačítko
Normální	 <p>VEDE MĚ EVALA</p>	 <p>VEDE MĚ EVALA</p>
Hover	 <p>VEDE MĚ EVALA</p> <p>text změna na #eeaeef</p>	 <p>VEDE MĚ EVALA</p> <p>linka 1px #eeaeef 30% opacity</p>
Selected	 <p>VEDE MĚ EVALA</p> <p>přes obdélník druhý černý s 20% průhledností</p>	 <p>VEDE MĚ EVALA</p> <p>linka není výplň #eeaeef s 20% průhledností</p>
Focused	 <p>VEDE MĚ EVALA</p> <p>bílé tečky 1 px umístěné 1px od okraje</p>	 <p>VEDE MĚ EVALA</p> <p>černé tečky 1 px umístěné 1px od okraje průhledného obdelníku</p>
Disabled	 <p>VEDE MĚ EVALA</p> <p>50% průhlednost</p>	 <p>VEDE MĚ EVALA</p> <p>50% průhlednost</p>

Základní tlačítko

Transparentní tlačítko

Normální

VEDE MĚ EVALA

VEDE MĚ EVALA

Hover

VEDE MĚ EVALA

text změna na 50%
průhlednost

VEDE MĚ EVALA

linka 1px #eeaeef
30% opacity

Selected

VEDE MĚ EVALA

přes obdélník druhý
bílý s 30% průhledností

VEDE MĚ EVALA

linka 1px #eeaeef
výplň #eeaeef s 20% průhledností

Focused

VEDE MĚ EVALA

černé tečky 1 px
umístěné 1px od okraje

VEDE MĚ EVALA

bílé tečky 1 px
umístěné 1px od okraje
průhledného obdélníku

Disabled

VEDE MĚ EVALA

50% průhlednost

VEDE MĚ EVALA

50% průhlednost

G

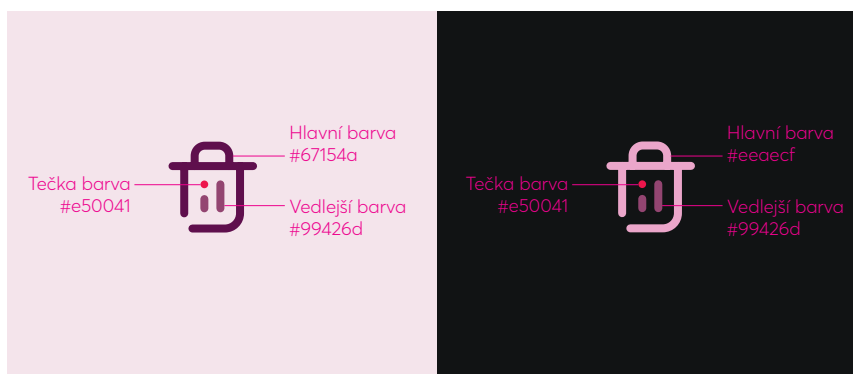
ikony

1/ BAREVNÉ VARIANTY

Ikona by měla co nejlépe vystihovat sdělení. Ikony se dají používat ve více kontextech. Může to být funkční ikona/tlačítko, nefunkční ikona třeba na webu, která jen říká např. kontakt, nebo se dají používat i ve větších velikostech jako obsah bannerů a marketingových materiálů (viz. část *ukázky* – ukázka bannerů bez použití ilustrace).

Součástí aplikace Evala je vlastní rozsáhlý ikon font, ze kterého se dá čerpat a je postupně rozšiřován. Současný ikon font pro aplikaci má lehce posunutě odstíny barev. Při jeho využití je potřeba barvy přemapovat podle této specifikace.

Ikona má dvě barevné varianty. Variantu volíme podle tmavosti podkladu. Nelze použít ikonu pro světlý podklad na tmavém a obráceně.



2/ STAVBA A VELIKOSTI

Pravděpodobně by neměla vzniknout potřeba kreslit další vlastní ikony pro marketingové účely. Pokud ano, zde jsou popsány základní stavební parametry:

1/ Každá ikona obsahuje 3 barvy. Měly by být použity všechny. V opodstatněných případech lze vypustit vedlejší barvu.

2/ Každá ikona vždy obsahuje červenou tečku. Pro tečku je možné vybrat ze dvou velikostí menší 1,73 px, nebo větší 2,75 px.

3/ Ikona kombinuje oblé a ostré rohy, jeden z tahů je vždy nedokončen a zůstává otevřený.

4/ Tloušťka linky je 1,8 b.

Tyto parametry jsou popsány pro ideální velikost ikony jako funkčního prvku/tlačítka. To je ikona ve view boxu 26 px při rozlišení 72 dpi (9,17 mm). Při použití ikony jako funkčního prvku/tlačítka lze v případě potřeby použít její minimální velikost tj. view box 21 px. Maximální velikost jako funkčního prvku je pak view box 34 px.

Pokud ikona není používána jako funkční, není určena maximální velikost, je ale nutné dodržet minimální velikost.

Pro ikonu jako funkční prvek/tlačítko platí:

Ideální standardní velikost
view box 26 px (9,17 mm)



Minimální velikost
view box 21 px (7,4 mm)



Maximální velikost
view box 34 px (11,99 mm)



3/ STAVY IKON

Jako funkční prvek/tlačítko musí ikona dodržovat následující stavy.

Normální		
Hover	 CSS lighter	 CSS lighter
Selected	 CSS darker	 CSS darker
Focused	 černé tečky 1 px do kruhu 36 px	 bílé tečky 1 px do kruhu 36 px
Disabled	 50% průhlednost	 50% průhlednost

H

ilustrace

1/ PRINCIPY PRÁCE S ILUSTRACÍ

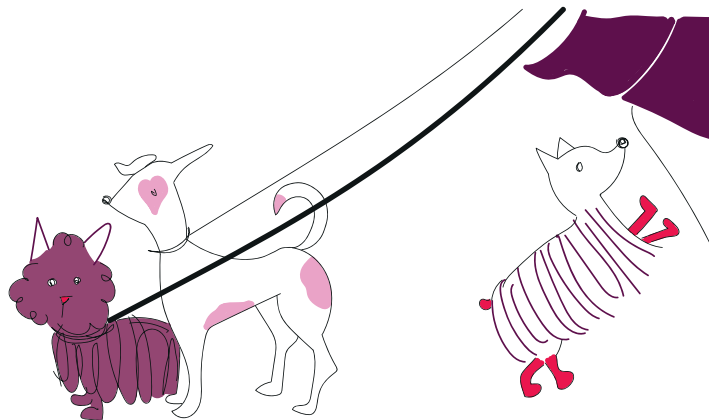
Ilustrace je hlavním stavebním prvkem brand identity Evaly. Měla by tak být přítomná na většině marketingových materiálů. Hlavním motivem je postava Evaly. Ilustrace musí plnit tyto parametry

- 1/ Každá ilustrace musí obsahovat i Evalu. Stačí kousek ruky, sukně atd.
- 2/ Musí být použity barvy z brand manuálu.
- 3/ Ilustrace je vždy propojená s logem.

Ilustrace má Evalu jako hlavní motiv



Hlavním motivem jsou pejsci, Evala je přítomná jenom sukní

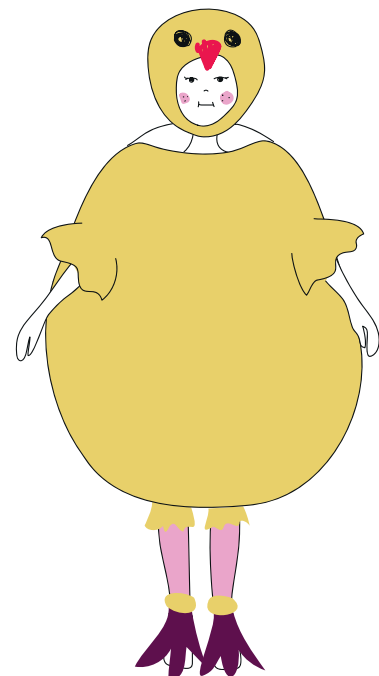
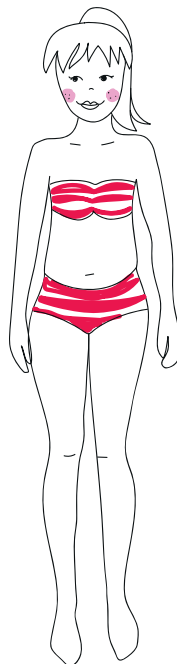


2/ POSTAVA EVALY

Postava Evaly znázorňuje účetní, která nám pomohla s vývojem. Je z aplikace nadšená a stává se kamarádkou/rádcem, který chce ostatním účetním ukázat, jak si usnadnit život.

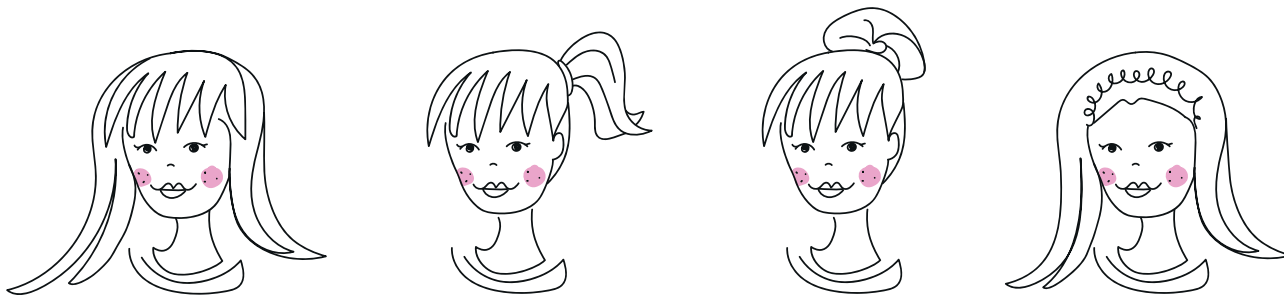
Evala a oblečení

Evala má základní oblečení. Je to červené pruhované tričko s krátkým rukávem, lodičkovým výstřihem a fialová sukně. Toto oblečení by měla mít Evala na sobě nejčastěji. Může ho ale občas změnit, pokud pro to existuje důvod. Tzn. nemůže si jen tak zítra obléct jinou barvu sukně, ale může si například obléct plavky, pokud kontext mluví o tom, že relaxuje na pláži. O Vánocích si může obléct vánoční svetr a pokud je karneval, tak může jít například za kuře... Obuv se může libovolně měnit.



Evala a účes

Evala má středně dlouhé vlasy pod ramena a ofinu. Může nosit různé účesy např. rozpuštěné vlasy, culík, drdol atd. Vlasy by jí neměly být bezdůvodně zkracovány či prodlužovány. To lze pouze v případě, že o tom mluví dějová linka – Evala šla ke kadeřnici.



Evalin obličej

Evala může mít výrazy dle situace a kontextu. Co je neměnné, je způsob nakreslení očí, nosu, rtů a tváří.

- Oči jsou tvořeny jednou linkou s kuličkou, vždy má jednu řasu.
- Nos je z boku malý, zepředu jako vlnka.
- Ústa nikdy nejsou jednoduchá linka, Evala má obloučkové rty.
- Tváře jsou obarvené. Barva se může měnit podle kontextu nálady. Musí mít tři pihy.



3/ BAREVNOST

základní barvy

Základní barvy ilustrací tvoří výběr z brandových barev. Linka ilustrace je vždy čená. Ilustrace je dále dotvořena dalšími 4mi „vybarvujícími“ barvami. Není nutné použít všechny 4.



doplňkové barvy

Doplňkové barvy lze použít pouze v případě, že je to nezbytně nutné. Naříklad Evala je v kostýmu kuřete a kuře prostě musí být žluté. Nikdy nelze použít obě doplňkové barvy pro jednu ilustraci. Počet „vybarvujících“ barev nikdy nesmí překročit počet 4, tzn. pokud použiji žlutou, musím vypustit některou ze základních barev. Doplňkové barvy ilustrací nesmí být použity nikde jinde kromě ilustrací.



4/ STAVBA

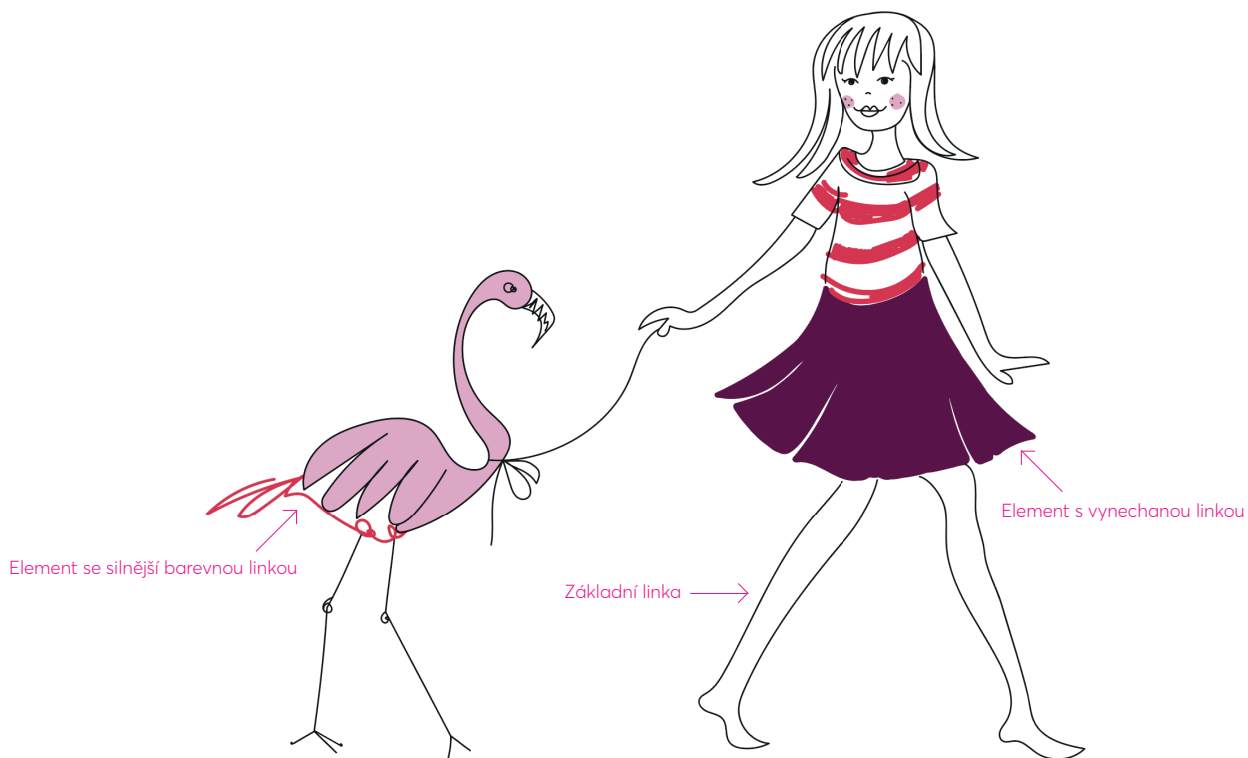
Stavba je popisována při kresbě na formát A3. Zmenšování/zvětšování ilustrace pak mění proporce linky.

1/ Základní linka je černá #1e1e1c. Síla linky 0,25 b. Linku má celá ilustrace až na následující vyjímky

2/ Minimálně jeden element z ilustrace linku vůbec nemá, pouze solid barvu. Mělo by to být uděláno tak, aby bylo vidět, že linka je vynechaná a chybí. Například sklady na sukni. Vynechaná linka by měla být silnější než 0,25 b.

3/ Minimálně jeden element z ilustrace má barevnou linku o tloušťce 0,5 b.

4/ Ilustrace nikdy není celá vybarvená. Používají se pouze předdefinované barvy na některé elementy.



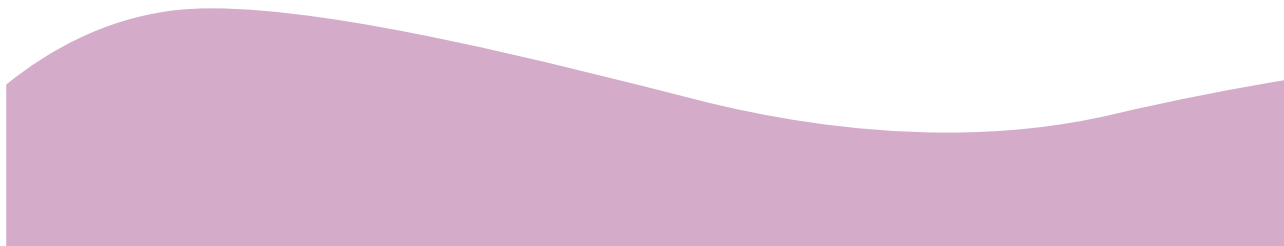
5/ POZADÍ

solid pozadí

Preferované solid pozadí je bílé, nebo světle růžové #f7eaf1 (viz část *ukázky*). Pozadí může mít i jinou barvu, pozor ale na kontrast. Vždy by se mělo pohybovat v jemných odstínech.

vlnka

Vlnka je výrazným motivem v samotné aplikaci. Je vhodné používat ji i při propagaci brandu. Barva musí být vždy #e3bcd9. Tvar vlnky se může měnit a může s ní být pracováno kreativně. Nemusí být vždy přisazená dole (viz část *ukázky*).



6/ PRÁCE S ILUSTRACÍ A LOGEM

Pokud je současně s ilustrací na materiálu přítomno i logo, musí být na ilustraci vždy napojené.

Při napojení loga na ilustraci může být poslední tah písmenka „a“ tvarovaný libovolně.

Napojení má stejnou tloušťku jako logo, jedná se vlastně o provázek, který pokračuje z loga.

Logo nemusí být napojené pouze v případech, kdy se jedná o dvě různá sdělení – například na webu, kde je logo tradičně vlevo nahoře a dále na stránce jsou i ilustrace, nebo v časopise, kde se prezentuje napříč článkem logo a obrázky atp.



7/ PRÁCE S ILUSTRACÍ A FOTOGRAFIÍ

Brand Evaly ze své podstaty jakožto ilustrovaný brand nechce být spojován s fotografií. Fotografie by nikdy neměla hrát hlavní roli, tu má ilustrace.

Pokud situace použití fotografie nutně vyžaduje, je potřeba vymyslet, jak fotografii zakomponovat do ilustrace. Například Evala si prohlíží fotografii.



šablony

VIZITKY

Hlavním motivem vizitky je provázek. Šablona vizitky pro podporu a jednotlivce je dodána jako příloha tohoto manuálu. Pro samotnou realizaci vizitek je doporučen parciální lak, který zplastiční logo a bude se více podobat povázku.





IKONY

Aplikace Evala má vlastní rozsáhlý ikon font, ze kterého lze čerpat. Ikony průběžně přibývají. O stavbě ikon v případě potřeby nakreslit vlastní, pojednává kapitola G.

Evala ikon font je dodáván jako příloha tohoto brand manuálu.

ukázky

UKÁZKY POUŽITÍ NA REÁLNÝCH VÝSTUPECH

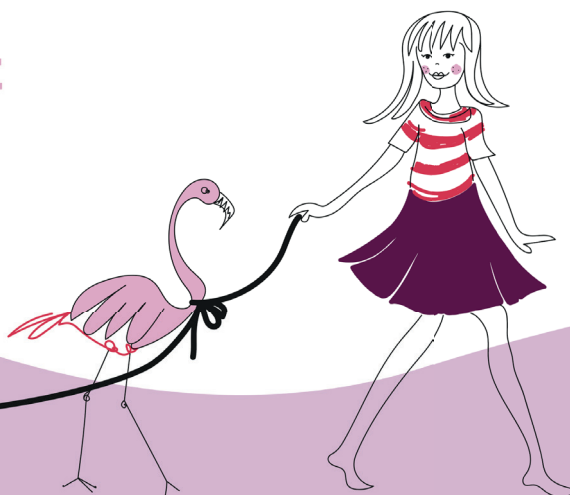
Zde najdete různé ukázky a vizualizace, jak se dá s brandem pracovat. Ukázky neslouží jako závazný layout, spíše jako vzorové návrhy. Lze na nich lépe pochopit práci s ilustrací a písmem. Konečné výstupy mohou vypadat jinak, pokud budou v souladu s jednotlivými částmi brand manuálu.

billboard

NOVÝ ÚČETNÍ SOFTWARE

Ervala

účtuj ale nestresuj



účetuj ale nestresuj

Ervala

váš nový účetní software



citylight

účtuj ale nestresuj



Ervala
VÁM NESPADNE

rentcar +420 377 917 299

K2541

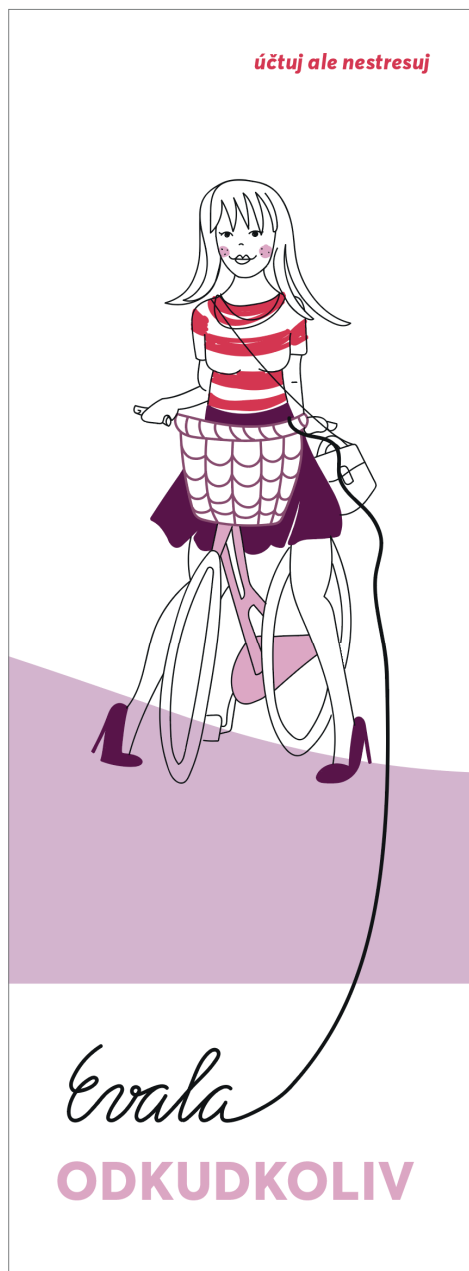
účtuj ale nestresuj



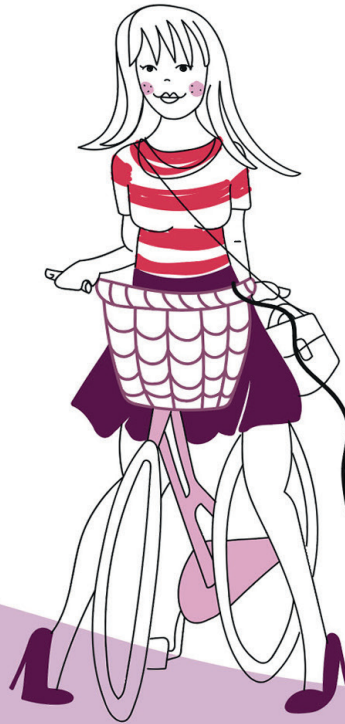
Evola
VÁM NESPADNE

4SF 6379

roll up



účtuj ale nestresuj



Evola

ODKUDKOLIV

banner plachta

pomáháme už
1000+
účetním
kancelářím



The illustration shows a woman from behind, wearing a red and white striped t-shirt, hanging several small photographs of office workers on a string. The photos depict various people in professional settings, such as smiling at a desk, working on a laptop, and talking on a phone. The string is curved across the frame, and the photos are clipped to it with small black clips.

Ervala
účtuj ale nestresuj

pomáháme už
1000+
účetním
kancelářím



Evola

účtuj ale nestresuj

online banners

ZÁVĚRKA UŽ
MĚ NEDĚSÍ



EVALA

VEDE MĚ EVALA

Hledat...



Trosky ruského tanku zničeného v boji u vesnice Dmytrivka.

10:03

Ruský voják Pavel Filatjev zveřejnil své kritické zápisky z fronty. „Nebojím se bojovat, ale potřebuji cítit spravedlnost a rozumět tomu, proč bojuji. V této válce spravedlnost ani pravdu nevidím,“ zdůvodnil deníku *The Guardian*.

Ruský výsadek Pavel Filatjev se po zkušenostech z bojů na Ukrajině otevřeně vyslovil proti invazi. Ostře zkritizoval přístup Kremlu i přímo prezidenta Vladimíra Putina. Když 10. srpna publikoval na sociální síti VKontakte (ruská obdoba Facebooku) obsáhlý [memoár](#), věděl, že kvůli tomu může skončit ve vězení.

Jeho slova se rozšířila do celého světa a Filatjev tím spíš nechápe, jak je možné, že ho nezatkli.

největší japonskou tanku

9:48

Zprávy z bojiště: Kde se dělostřelci nebáli, fronta se hnula



DALŠÍ ČLÁNKY

ZÁVĚRKA UŽ
MĚ NEDĚSÍ



Evala

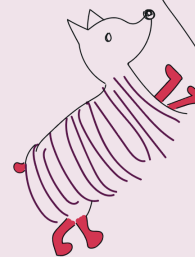
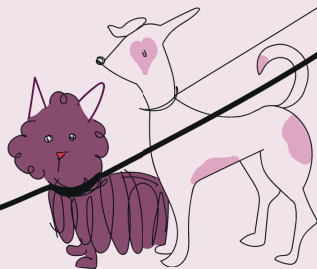
VEDE MĚ EVALA

Reklama

měj své zákazníky
pod kontrolou

Eva

POZNEJ JEJICH ZISKOVOST

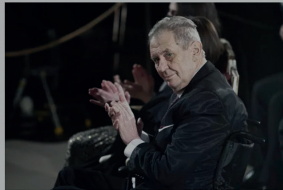


Hledat...



Severní Korea odmítla nabídku Soulu na pomoc výměnou za denuklearizaci KLDR. Podle sestry severokorejského vůdce Kim Jo-čong, která má jihokorejskému prezidentovi, který nabídl pomoc

Dnes 10:01 • Severní Korea odmítla nabídku Soulu na pomoc výměnou za denuklearizaci KLDR. Podle sestry severokorejského vůdce Kim Jo-čong, která má v ústředním výboru Korejské strany práce na starosti mezikorejské vztahy, by měl nový jihokorejský prezident Jun Sok-jol „sklapnout“. Vyloučila také... [Celý článek](#)



Zemana pustili z nemocnice

Dnes 10:16 • Aktualizováno - Prezident Miloš Zeman byl v pátek dopoledne propuštěn z ústřední vojenské nemocnice (ÚVN) v pražských Střešovicích, kde byl ve...



Českoslovenští piloti uspěli v největší letecké bitvě

Dnes 06:00 • Ve vzduchu nad kanálem La Manche divoce vířily desítky letadel. Rychlé focke-wulfy napadaly spitfiry ve snaze ubránit...

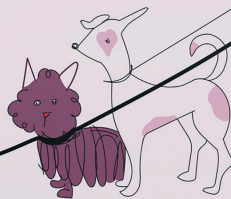


Aktivisté zalévají betonem jamky na golfových hřištích

Dnes 10:14 • Ekologičtí aktivisté zalili na jihu Francie golfové jamky betonem, aby protestovali proti úředním výjimkám z omezení spotřeby...

měj své zákazníky
pod kontrolou

Ervala



POZNEJ JEJICH ZISKOVOST

už ti to nikdy nespadne

Evale

PŘEJDI NA CLOUDOVÉ ŘEŠENÍ



Hledat...



MK MKLUZKOVINY.CZ – Specialisté na prodej bytového textilu

už ti to nikdy nespadne

Evola

PŘEJDI NA CLOUDOVÉ ŘEŠENÍ



NEJLEPŠÍ
NÁBYTEK.CZ

Televizní křeslo

Elektrické polohování



nosnost 200 kg

Prohlédnout

REKLAMA

Související články



Za požár kulturní památky Karnola v Krnově čeká dva kluky výchovný postih • Video

Krimi

Policie odložila případ loňského úmyslně založeného požáru textilky Karnola v Krnově. Dva čtrnáctiletí chlapci, kteří podle policie objekt přesně před rokem...



Kulturní památka Dvojhradí na Teplicku lehla popelem

Krimi

Hasiči v noci na středu likvidovali rozsáhlý požár v Dubí na Teplicku, kde vyhořel lovecký zámek Dvojhradí. Barokní stavbě, která je na seznamu kulturních...



Požárem poničený zámek v Horním Maršově památkou zůstane

Domáci

Zámek v krkonošském Horním Maršově, který v neděli zdevastoval

online banner bez použití ilustrace

už ti to nikdy nespadne

Evalea

PŘEJDI NA CLOUDOVÉ ŘEŠENÍ



Hledat...



MK MKLUZKOVINY.CZ – Specialisté na prodej bytového textilu

už ti to nikdy nespadne

Evrala



PŘEJDI NA CLOUDOVÉ ŘEŠENÍ

Související články



Za požár kulturní památky Karnola v Krnově čeká dva kluky výchovný postih • Video

Krimi

Policie odložila případ loňského úmyslně založeného požáru textilky Karnola v Krnově. Dva čtrnáctiletí chlapci, kteří podle policie objekt přesně před rokem...



Kulturní památka Dvojhradí na Teplickou lehla popelem

Krimi

Hasiči v noci na středu likvidovali rozsáhlý požár v Dubí na Teplickou, kde vyhořel lovecký zámek Dvojhradí. Barokní stavbě, která je na seznamu kulturních...



Požárem poničený zámek v Horním Maršově památkou zůstane

Domáci

Zámek v krkonošském Horním Maršově, který v neděli zdevastoval

NEJLEPŠÍ
NÁBYTEK.CZ

Televizní křeslo

Elektrické polohování

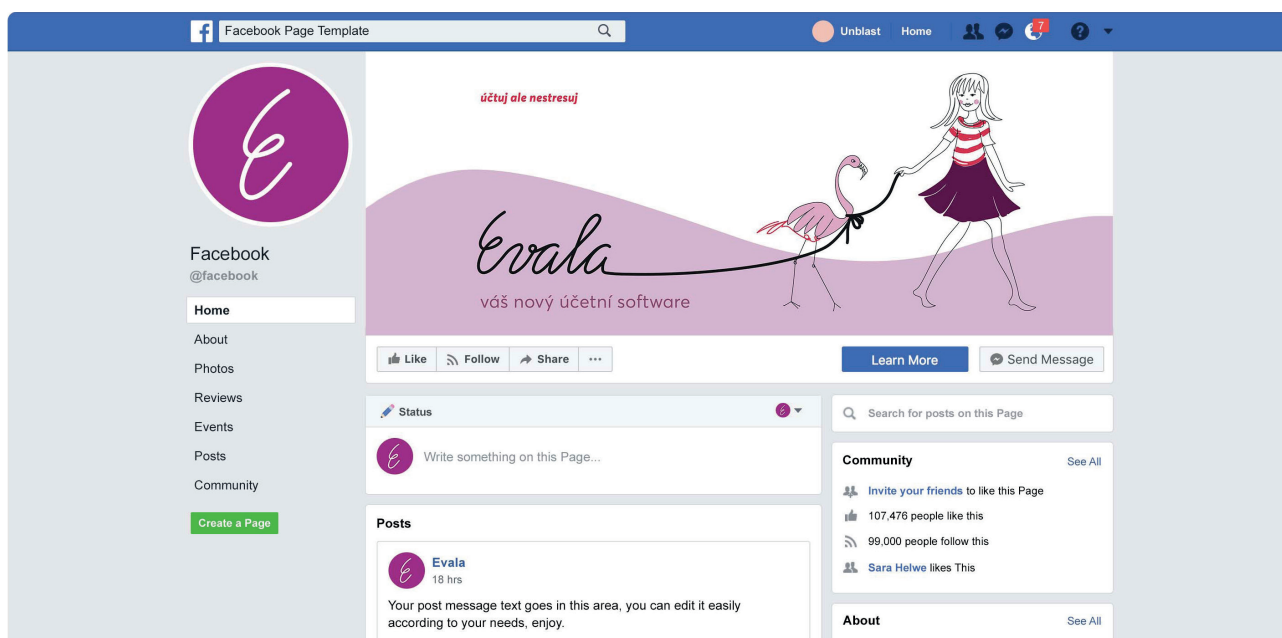


nosnost 200 kg

Prohlédnout

REKLAMA

záhlaví facebook



twitter



The image shows a Twitter post mockup for the user 'Evala'. The post features a purple profile picture with a white 'e' logo, the name 'Evala' with a verified badge, and the handle '@Evala'. The text of the tweet reads: 'This is a demo text for the tweet mockup that I have just made. It makes posting tweets on other social media fun and easy. #TweetMockup2017'. Below the text is a large rectangular image with a light pink background. The image contains the text 'už ti to nikdy nepadne' in purple, the 'Evala' logo in black script, and a line drawing of a woman in a red and white striped shirt hula hooping. A purple button with the text 'PŘEJDI NA CLOUDOVÉ ŘEŠENÍ' is positioned below the logo. The tweet is timestamped '5:11 PM · 04 Feb 17' and shows '133 RETWEETS' and '1,170 LIKES'. At the bottom are icons for reply, retweet, like, and direct message.

Evala ✓
@Evala

This is a demo text for the tweet mockup that I have just made. It makes posting tweets on other social media fun and easy.
[#TweetMockup2017](#)

už ti to nikdy nepadne

Evala

PŘEJDI NA CLOUDOVÉ ŘEŠENÍ

5:11 PM · 04 Feb 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

animace



street art

Evala a její brand mají mít lidi rádi. Tak jako aplikace má snižovat stres v práci, má i pohled na brandovou komunikaci vždy potěšit. Evala je současná a moderní aplikace, proto se nebráníme ani kreativním nápadům jak a kde brand komunikovat. Vzhledem k tomu, že je ilustrativní a hezký, mohl by z něho být třeba street art.

U street artu mohou být porušeny tloušťky tahu pro lepší viditelnost.





jednorožec mezi
účetními programy

Evola

účtuj ale nestresuj



KÖNIG

merch

SKICY A VIZUALIZACE MERCHANDIZINGU

Merchandizing by měl být hravý a nápaditý. Vždy by měl být vizuálně pěkný a dostatečně hodnotný. Jeho tématem by měl být spíše volný čas, než pracovní pomůcky. Podtrhuje tak naše klíčové sdělení, že s Evalou budou mít účetní více času a budou méně ve stresu. Měl by vycházet vstříc cílové skupině a tomu, co o ní víme. Třeba že nejoblíbenější sport mezi účetními je jóga (karimatka), nebo že většina z nich má pejska (vodítko) atp.

Dalším motivem, který by se měl objevovat je provázek. Bud' se může objevovat jako hra s logem, nebo reálně. Fyzicky ho lze použít k podrtžení příjemného vnímání předmětu, jako dárku – musí se nejprve rozvázat mašlička.

Merchandizing musí vždy obsahovat subclaim. O tom, jak pracovat se subclaimem a logem na merchandizingu pojednává kapitola E.

V případě merchandizingu lze trochu volněji pracovat s barvami. Brandové věci vždy musí být v brandových barvách, ale předměty mohou být různobarevné, pokud budou barvy k těm brandovým zvoleny citivě.

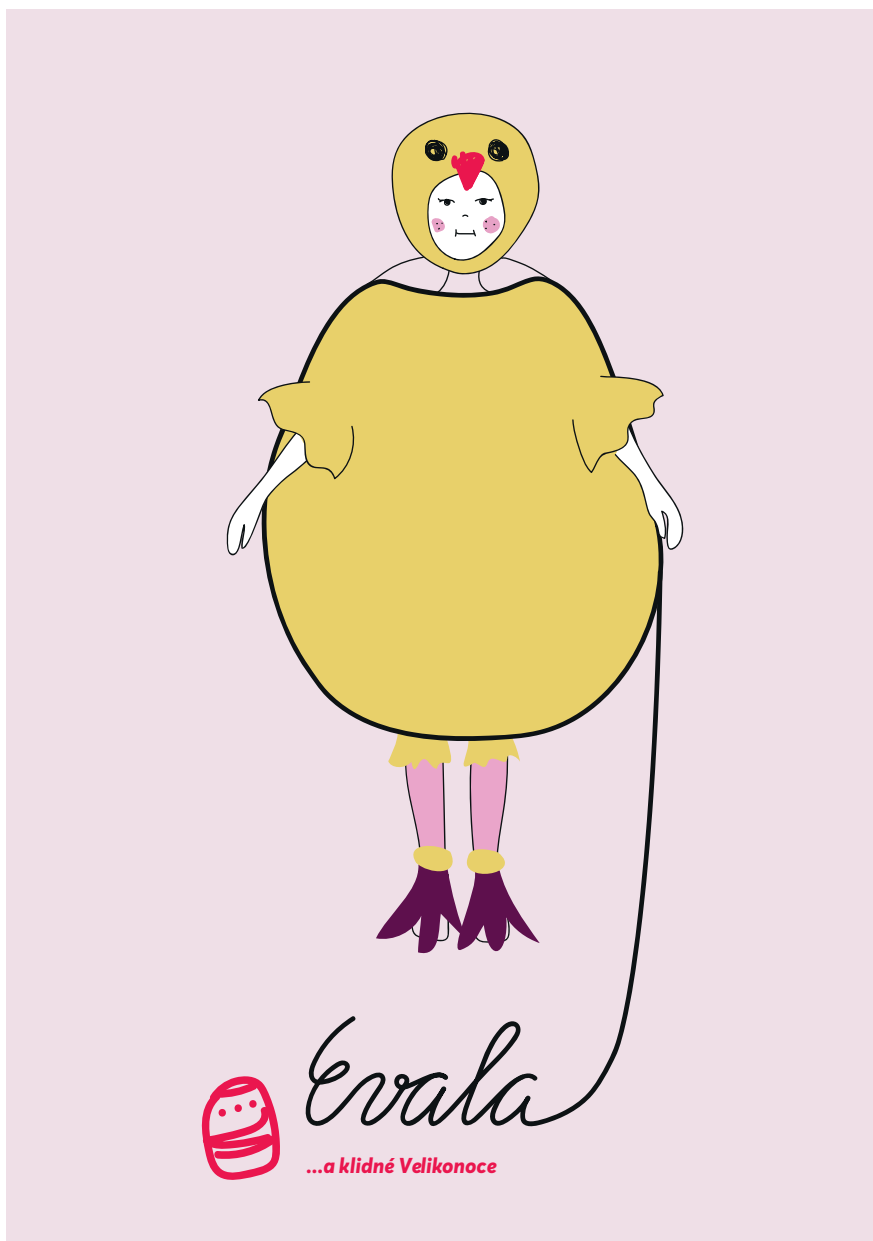
ponožky pro chvíle pohody (vizualizace)

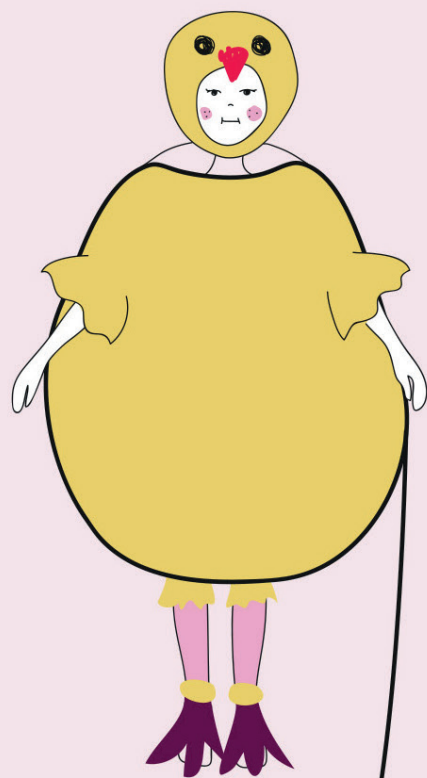


hrníček na pauzu (vizualizace)



pohlednice (vizualizace)

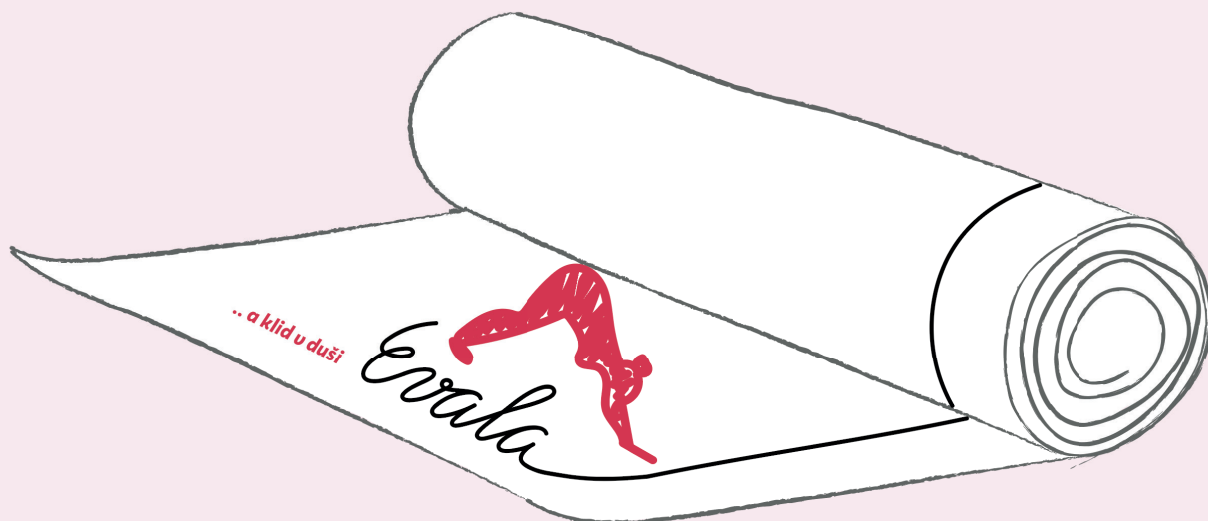
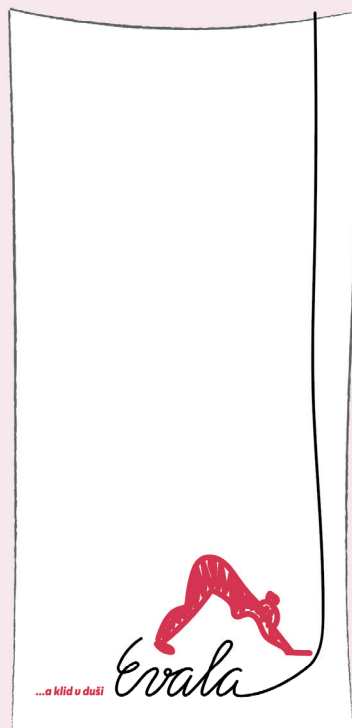




Evola

...a klidné Velikonoce

karimatka na zacvičení po práci (skica)



čaj s reálným provázkem (skica)



leták s reálným provázkem (skica)



