

DUO

BISTRO & BAR

GRAFICKÝ MANUÁL
REKLAMNÍ KAMPANĚ



OBSAH

VIZUÁLNÍ KONCEPT	5
Vizuální styl a tón komunikace.....	6
Motto a barevnost pozadí.....	7
LOGO A JEHO POUŽITÍ	8
Barevnost.....	9
Umístění.....	10
BARVY	11
Barevná paleta.....	12
TYPOGRAFIE	13
Motto kampaně.....	14
Ostatní texty.....	15
GRAFICKÉ MOTIVY	16
Grafický symbol, rámečky a linie.....	17
FOTOGRAFIE	18
Používané fotografie.....	19
JEDNOTLIVÉ FORMÁTY	20
Příspěvky na Instagram a Facebook.....	21
Příběhy na Instagram a Facebook.....	22
PPC reklamy.....	23
Letáky.....	24
Plakáty.....	25
Billboardy.....	26

ÚVOD

Reklamní kampaň byla navržena s cílem zvýšit povědomí o podniku DUO a přilákat více zákazníků z Českého Krumlova a okolí. Kampaň představuje soubor promyšlených vizuálních a komunikačních prvků, které společně budují silnou a zapamatovatelnou identitu značky.

V rámci jednotlivých formátů jsou uvedeny šablony, které slouží pouze pro inspiraci – rozložení grafických prvků (linek, fotografií, barevných ploch, textu, loga) může být podle pravidel upravováno a přizpůsobováno konkrétnímu vizuálu.

Díky jednotnému vizuálnímu stylu a jasně definovanému mottu má kampaň za úkol zaujmout nové návštěvníky a posílit postavení podniku na místním trhu.

1/VIZUÁLNÍ KONCEPT

Vizuální styl a tón komunikace

Vizuální styl reklamní kampaně DUO vychází z minimalistického a elegantního pojetí. Klade důraz na čisté linie, výrazný kontrast a jednoduchou, ale přitažlivou kompozici.

Komunikační tón je neformální, osobní a přátelský, s jemně hravým nádechem. Všechny texty by měly působit srozumitelně, otevřeně a pozitivně, aby oslovily širokou cílovou skupinu a podpořily příjemnou atmosféru značky DUO.

Motto a barevnost pozadí

Hlavním sdělením kampaně je motto „Od snídaně po koktejly“, které vystihuje celodenní koncept podniku a je používáno napříč všemi propagačními materiály.

Charakteristickým prvkem vizuálů je pozadí v kombinaci černé a tmavě růžové barvy, která zajišťuje silný kontrast a vysokou rozpoznatelnost značky. Ostatní prvky se barevně přizpůsobují hlavnímu pozadí a podporují jednotný vizuální styl celé kampaně.



2/LOGO A JEHO POUŽITÍ

Barevnost

V rámci této reklamní kampaně se logo používá výhradně v bílé variantě.

Je umísťováno na černé nebo tmavě růžové pozadí podle vizuálu konkrétního materiálu. Použití jiných barevných verzí loga není v rámci kampaně povoleno.



Umístění

Logo je ve všech materiálech vždy umístěno v horní části grafického výstupu.

U příspěvků na sociální sítě je logo vždy umístěno v pravém horním rohu.

U ostatních reklamních materiálů (leták, plakát, billboard apod.) je umístění loga voleno podle kompozice tak, aby vizuálně nejlépe vyniklo a bylo dobře čitelné.

Ve všech případech musí být okolo loga zachována ochranná zóna dle manuálu vizuální identity a logo nesmí být překryto ani deformováno žádnými dalšími prvky.



3/BARVY

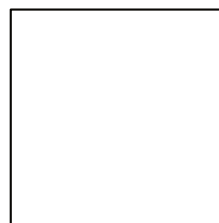
Barevná paleta

V reklamní kampani DUO se používají výhradně tři základní barvy, které vychází z barevné palety vizuální identity – černá, bílá a tmavě růžová.

Pro všechny vizuály reklamní kampaně je povoleno používat pouze výše uvedené barvy. Světle šedá barva z vizuální identity se v této kampani nepoužívá.



CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
HEX #000000



CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255
HEX #FFFFFF



CMYK 0/66/52/18
RGB 210/71/101
HEX #231F20

4/TYPOGRAFIE

Motto kampaně

Hlavní motto kampaně „Od snídaně po koktejly“ je vždy psáno písmem Georgia.

Text „od“ a „po“ je navíc mírně skloněné (kurzíva), což sloganu dodává výraznost a odlišuje ho od ostatních textů v kampani. Toto grafické zpracování motta je jednotně použito ve všech propagačních materiálech.

Motto musí být v propagačních materiálech vždy umístěno pod sebe, a to buď ve dvou řádcích, nebo rozdělené až do čtyř řádků podle potřeby a formátu. Obě varianty jsou povolené, ukázky správného použití jsou uvedeny na této straně.



Ostatní texty

Pro všechny ostatní texty v reklamní kampani se používá základní firemní písmo Avenir ve variantě Regular nebo Bold dle potřeby.

Nadpisy a důležité informace jsou sázeny tučnou variantou Avenir Bold, běžné texty, popisky a doplňující informace písmem Avenir Regular.



Avenir Regular



Avenir Bold

5/GRAFICKÉ MOTIVY

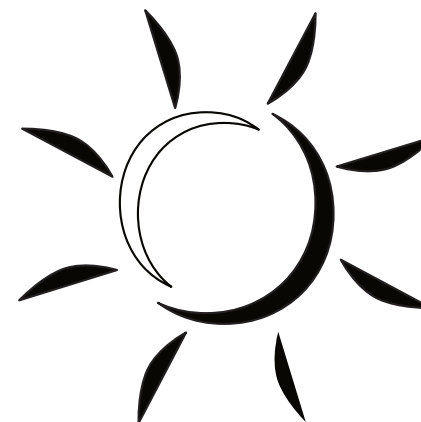
Grafický symbol, rámečky a linie

Vizuální motivy použité v reklamní kampani vycházejí z jednotného stylu vizuální identity značky DUO.

Jedná se o minimalistické rámečky, tenké linky a kruhový symbol kombinující motiv slunce a měsíce. Tyto prvky slouží k oddělení, zvýraznění nebo orámování obsahu.

Jejich barevnost se v rámci kampaně přizpůsobuje základní barevné paletě – černé, bílé a tmavě růžové.

Rámečky a linky se nejčastěji využívají na letáčích, plakátech a v grafických příspěvcích na sociálních sítích.



6/FOTOGRAFIE

Používané fotografie

Používají se výhradně fotografie jídel a nápojů z aktuální nabídky podniku.

Snímky jsou vždy upravené tak, aby jídlo nebo nápoj vyniklo bez rušivého pozadí.

Zakázané je použití fotografií, které nesouvisejí s nabídkou, obsahují rušivé prvky nebo neodpovídají vizuálnímu stylu kampaně.

Na této straně jsou uvedeny ukázky správného použití fotografií v rámci kampaně.



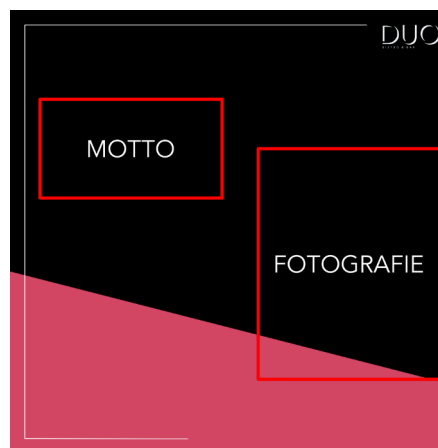
7/JEDNOTLIVÉ FORMÁTY

Příspěvky na Instagram a Facebook

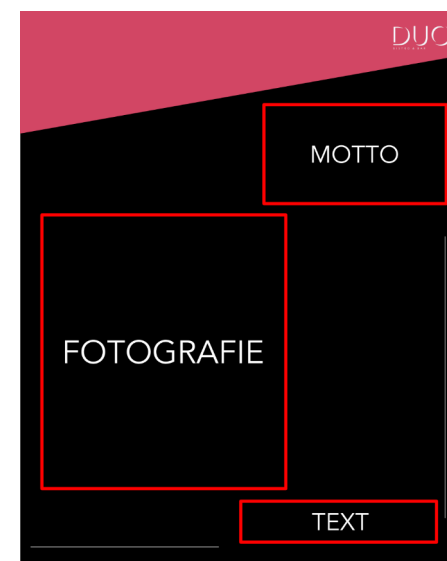
Příspěvky pro Instagram se vždy navrhují ve čtvercovém formátu 1:1 (1080 × 1080 px). Na Facebooku lze použít formát 1:1 (1080 × 1080 px), i formát 4:5 (1080 × 1350 px), který lépe vyhovuje zobrazení na této platformě.

Logo DUO je vždy umístěno v pravém horním rohu. Pozadí příspěvků využívá kombinaci černé a tmavě růžové barvy. Texty jsou čitelné a stručné. Fotografie jídla nebo nápoje je dominantním prvkem, který podporuje hlavní sdělení.

Každý příspěvek musí vždy obsahovat krátký popis, který udržuje komunikaci značky DUO přirozenou a blízko každodennímu obsahu. Využívat se musí hashtagy #OdSnídaněPoKoktejly, #DUObistrobar, #CeskyKrumlov a tematické hashtagy jako například #snídaně nebo #koktejly.



1080 × 1080 px

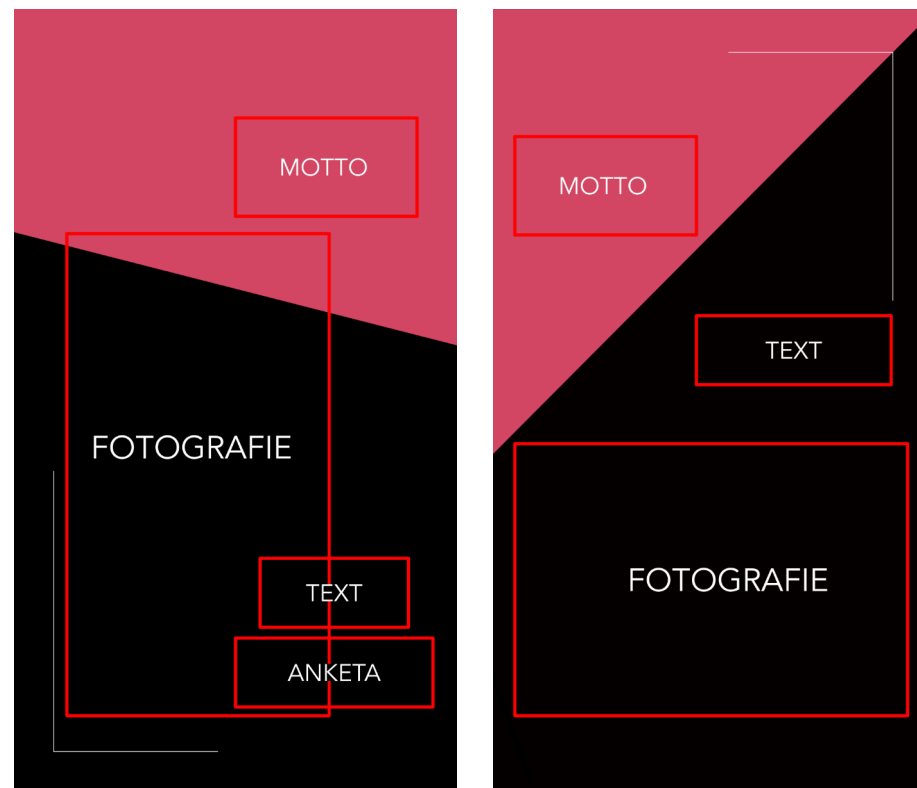


1080 × 1350 px

Příběhy na Instagram a Facebook

Příběhy jsou navrhovány ve formátu 9:16 (1080 × 1920 px), který odpovídá standardnímu zobrazení na mobilních telefonech. Do vizuálu se logo DUO již nevkládá, protože název a profilová fotografie podniku se automaticky zobrazují v horní části příběhu.

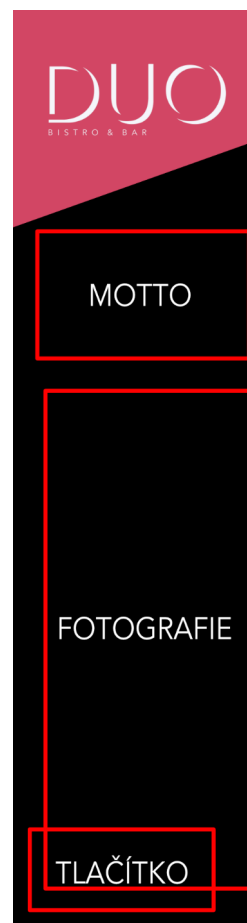
Pro Instagram je vhodné využívat interaktivní prvky, jako jsou ankety, otázky nebo posuvníky, které zvyšují zapojení sledujících a podporují aktivní komunikaci s publikem.



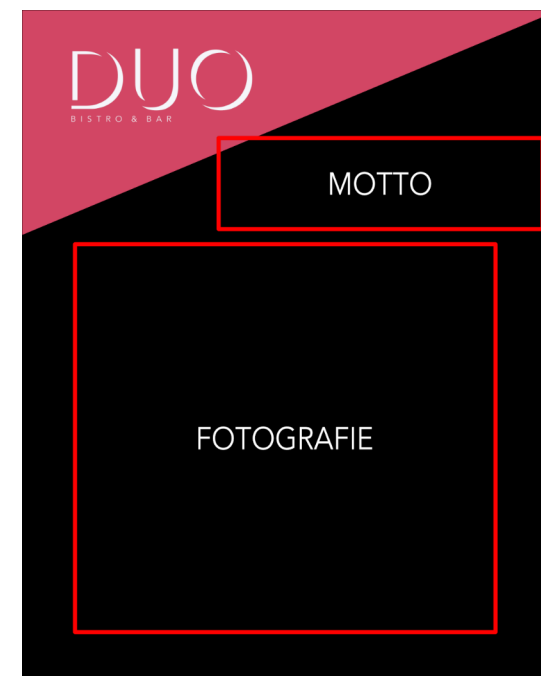
PPC reklamy

Horizontální formát (160 × 600 px) je určený pro propagaci ve vyhledávačích a na webových stránkách a vždy obsahuje výrazné akční tlačítko (call to action), které podporuje interakci uživatele.

Druhý formát (1080 × 1350 px) je optimalizován pro použití na sociálních sítích, především na Instagramu, kde díky svému rozměru lépe upoutá pozornost uživatelů při prohlížení feedu.



160 × 600 px

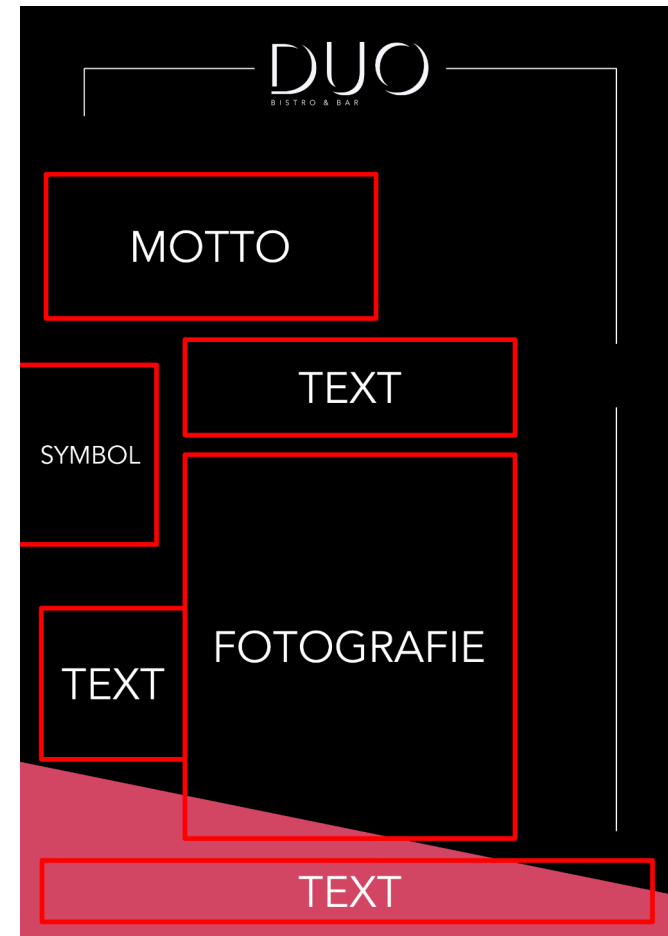


1080 × 1350 px

Letáky

Letáky jsou navrhovány ve formátu A5 a musí vždy obsahovat otevírací dobu a kontaktní informace – adresu, webovou stránku a QR kód na sociální síť.

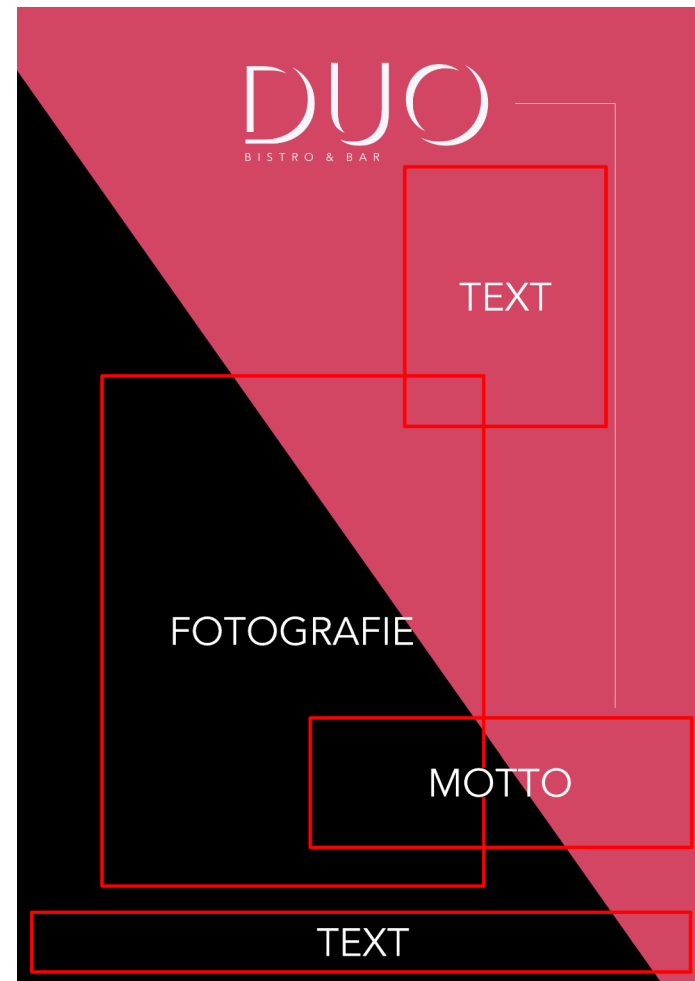
Letáky jsou určeny k distribuci ve veřejných prostorách v Českém Krumlově a okolí, například v informačních centrech, kavárnách, knihovnách nebo kulturních prostorách.



Plakáty

Plakáty se navrhují ve formátu A2 a musí obsahovat kontaktní informace – adresu, webovou stránku a QR kód na sociální sítě.

Jsou vhodné k propagaci na veřejných místech, například ve vstupních halách, kulturních centrech, čekárnách nebo na venkovních plochách, jako jsou informační tabule u autobusových zastávek.

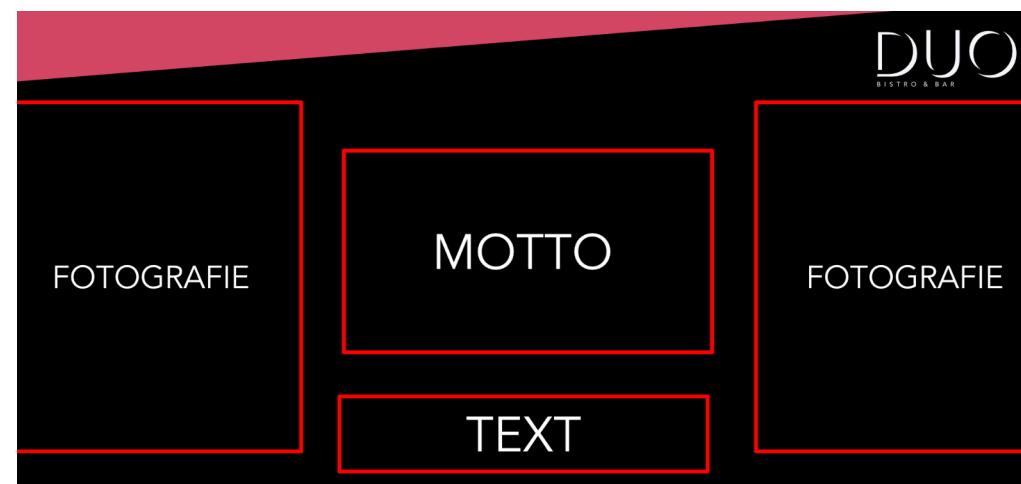


Billboardy

Billboardy se navrhují ve formátu 5,1 × 2,4 m a slouží k oslovení široké veřejnosti prostřednictvím venkovní reklamy.

Umísťují se u příjezdových silnic, na parkovištích, v nákupních zónách nebo v okolí centra Českého Krumlova.

Díky svým rozměrům jsou dobře viditelné pro řidiče i chodce a umožňují efektivní prezentaci hlavního sdělení, motto a kontaktních informací.







TEREZA PAVELCOVÁ
2025