

1. b) Úvod do tvorby logotypu (symbolu, piktogramu)

Specifika realizace značky

Realizace značky je proces, který má za cíl vytvořit a udržovat pozitivní vnímání značky u cílové skupiny zákazníků. Specifika realizace značky mohou být:

1. **Branding a identita značky:** Vytvoření jasné identity a branding značky, která se bude projevovat v celé marketingové komunikaci a bude zákazníkům připomínat, co značka zastupuje.
2. **Konzistence v komunikaci:** Důležitost zachování tónu hlasu a stylu komunikace ve všech kanálech, včetně reklamy, webu, sociálních médií a dalších.
3. **Budování zákaznické základny:** Budování silné základny prostřednictvím spokojenosti zákazníků, přidané hodnoty a vytváření vztahů s nimi.
4. **Inovace a adaptace:** Schopnost reagovat na změny v oblasti trhu a chování zákazníků, aby značka mohla přizpůsobit své produkty a služby a zůstat konkurenceschopná.
5. **Rozvoj marketingových strategií:** Vytváření efektivních marketingových strategií, které budou zohledňovat unikátní vlastnosti značky, ale zároveň budou oslovovat cílovou skupinu zákazníků.
6. **Budování značky offline i online:** Použití tradičních offline marketingových technik s novými digitálními kanály a strategiemi pro budování značky, aby značka byla viditelná a dosáhla co největšího počtu zákazníků.
7. **Kontrola kvality:** Pravidelná kontrola kvality produktů a služeb značky, aby byla zajištěna konzistence a spokojenost zákazníků.

Postupy i omezení při tvorbě logotypu

Vymýšlení a tvorba logotypu je důležitou součástí brandingu značky. Následující postupy a omezení se mohou aplikovat při tvorbě logotypu:

Postupy

1. **Brainstorming:** Začněte tím, že si dáte čas na brainstorming a vymýšlení nápadů pro váš logotyp. Zkuste přijít s různými koncepty a inspirujte se vizuálním stylem značky.
2. **Zaměřte se na jednoduchost:** Jednoduchý logotyp může být mnohem účinnější než složitý design. Snažte se zahrnout do logotypu pouze základní prvky, které představují značku a jsou snadno rozpoznatelné.
3. **Zvažte použití symbolů:** Symboly mohou být velmi účinné pro ztělesnění vaší značky. Vyberte symbol, který bude přesně vyjadřovat vaši značku a zároveň bude jednoduchý a snadno rozpoznatelný.

4. **Vyberte správné barvy:** Barvy mohou mít velký vliv na to, jak je vaše značka vnímána. Vyberte barvy, které odpovídají vaší značce a zároveň jsou atraktivní pro vaši cílovou skupinu.

Omezení

1. **Vyhnete se komplikovaným designům:** Složité logotypy mohou být obtížnější zapamatovatelné a rozpoznatelné.
2. **Respektujte autorská práva:** Při tvorbě logotypu se ujistěte, že neporušujete autorská práva jiných značek nebo designérů.
3. **Vyhnete se trendům:** I když trendy v designu mohou být poutavé, mohou se rychle vyčerpat a ztratit na své přitažlivosti. Snažte se vytvořit logotyp, který bude časově odolný a bude dobře reprezentovat vaši značku po mnoho let.
4. **Snažte se minimalizovat text:** Text v logotypu by měl být minimalizován, aby byl snadno čitelný a snadno zapamatovatelný. Zvažte použití pouze názvu značky nebo jeho zkratky.
5. **Nezapomeňte na funkčnost:** Logotyp by měl být využitelný na různých platformách a v různých velikostech.

Typografie v logotypu

Písmo je velmi důležitou součástí, neboť ve značce **nahrazuje** mluvené slovo. Zprostředkovává pozorovateli **informaci**, jak má danou značku vyslovit. Kromě názvu, přináší často i informaci o **působení a oboru firmy**.

Ve značce zle použít písmo, které dává určitý **vizuální charakter** a dotváří její **emotivní hodnotu**. Kvalita značky může být snížena použitím nevhodného písma, které na sebe např. **zbytečně strhává pozornost, neodpovídá oboru, nebo je špatně čitelné**.

Kvalita může být také vážně ohrožena použitím písma, která jsou běžně dostupná zdarma – mívají většinou velmi nízkou kvalitu výtvarné stylizace, chybějící znaky či kurzíva nebo jiné problémy.

Tvorba

A) Identifikační kritéria

Nejdůležitější je, aby lidé naši značku **poznali**. Proto je potřeba vytvořit logo, logotyp či piktogram tak, aby se **nedal zaměnit s jiným na trhu**.

1. **Originalita**
2. **Identifikace**
3. **Čitelnost**
4. **Zapamatovatelnost**
5. **Kulturní přizpůsobitelnost**

B) Významová kritéria

Je důležité volit správná slova, aby jejich význam dával smysl.

1. Jméno (název)
2. Srozumitelnost
3. Vztah k oboru
4. Sympatie

C) Estetická kritéria

Tato kritéria bývají často velmi **diskutovaná**, jejich velkou nevýhodou je **subjektivnost** při **posuzování** (estetické cítění). Častou chybou při výběru bývá fakt, že často posuzujeme pouze **v základní emotivní rovině** (líbí/nelíbí).

1. Kvalita výtvarné stylizace
2. Míra výtvarné stylizace (jednoduchost, abstrakce...)
3. Barevné řešení
4. Kompoziční varianty
5. Kvalita použitého písma (typografie)

D) Technologická kritéria

Z technologického hlediska je potřeba zajistit, aby značka **nepůsobila** problémy při **reprodukcí** jakoukoliv technologií, jejíž použití pro danou značku připadá v úvahu.

1. Minimální velikost
2. Kvalita provedení detailu
3. Používané technologie a materiály
4. Barevné systémy
5. Světelné podmínky a aplikovatelnost

Aplikace značky v rámci jednotného vizuálního stylu

Aplikace značky je důležitá pro udržení konzistence a přehlednosti v komunikaci značky s cílovou skupinou. Jednotný vizuální styl by měl být aplikován na všechny aspekty značky, včetně logotypu, barev, typografie a grafických prvků.

1. **Použijte stejný logotyp:** Logotyp by měl být použit na všech platformách, včetně webu, tiskovin, reklam a produktů.
2. **Použijte stejné barvy:** Barvy jsou klíčové pro udržení konzistence vizuálního stylu značky. Vyberte primární a sekundární barvy, které se budou používat v celém vizuálním stylu a aplikujte je na všechny prvky značky, jako jsou například tiskoviny, web a reklamy.
3. **Použijte stejnou typografii:** Používání stejné typografie pro všechny textové prvky značky pomůže udržet konzistenci vizuálního stylu. Zvolte jednu nebo dvě typografie, které odpovídají vaší značce, a používejte je všude tam, kde se používá text.
4. **Použijte stejné grafické prvky:** Stejně jako u barev a typografie, měly by být používány stejné grafické prvky na všech platformách. To může zahrnovat různé tvary, linie, ikony a jiné grafické prvky, které se používají v rámci značky.

5. **Vytvořte brand guidelines:** Brand guidelines jsou dokument, který definuje, jak by měla být značka prezentována na různých platformách. Měly by obsahovat všechny důležité prvky vizuálního stylu značky, včetně logotypu, barev, typografie a grafických prvků. Brand guidelines pomohou zajistit, aby všechny aspekty značky byly v souladu s jednotným vizuálním stylem.

Logomanuál

Logomanuál je dokument, který obsahuje **pravidla pro použití logotypu a dalších vizuálních prvků značky**, aby se zajistilo, že budou použity správně a konzistentně. Tento manuál poskytuje **návody na použití** logotypu na různých pozadích, v různých velikostech a v různých formátech, aby byl logotyp vždy jasně rozpoznatelný a nezměněný.

Kromě logotypu může logomanuál obsahovat i další vizuální prvky, jako jsou barvy, typografie, fotografie a další grafické prvky, které jsou součástí jednotného vizuálního stylu značky.

Logomanuál může být součástí brand guidelines, které obsahují kompletní informace o vizuálním stylu značky. Tyto dokumenty jsou obvykle vytvářeny designovými odděleními nebo agenturami, které mají na starosti vytvoření a udržování vizuálního stylu značky.

Logotyp

definice:

- Z Řeckého pojmu *logos* – slovo, řeč, nauka, zákon, pojem, *typos* – výraz nebo znak.
- Oficiálně **graficky upravený název společnosti**, který neobsahuje piktoqram (obrázek).

Logotyp je **písmová** nebo **slovní značka**, graficky znázorněný název společnosti, firmy, výrobku, značky atd. Obvykle je použitý **charakteristický řez písma**. Pokud je logotyp důsledně používán, může se stát důležitou součástí propagačního stylu firmy, tzv. Corporate identity.

Piktoqram / symbol

definice:

- **Obrazový symbol**, který funguje samostatně nebo ho doprovází textová část loga
- Můžeme také použít pojem **symbol** nebo **ikona**

Piktoqram je **grafický znak** znázorňující pojem nebo sdělení **obrazově**. Většinou jde o malý a srozumitelný náčrt věci. Mají široké uplatnění ve vizuální komunikaci v různých oblastech lidské činnosti. Piktoqramy také stály na počátku vývoje písma.

Adobe Illustrator

Adobe Illustrator je **vektorový grafický software**, který slouží k tvorbě, úpravě a **vektorovému kreslení grafiky**. Jeho hlavním zaměřením jsou výstupní soubory, které jsou vektorové a mohou být tedy neomezeně zvětšovány nebo zmenšovány bez ztráty kvality.

Illustrator umožňuje uživatelům vytvářet a upravovat různé prvky, jako jsou tvary, křivky, texty, ilustrace a grafiky. Uživatelé mohou také použít nástroje pro kombinování, rozmazávání, tvoření efektů a mnoho dalších úprav, aby dosáhli požadovaného výsledku.

Illustrator se používá v mnoha oblastech, včetně designu logotypů, vektorové ilustrace, grafického designu, web designu, animace a mnoha dalších.

Adobe Indesign

Adobe InDesign je desktopový **publishing software**, který slouží k tvorbě a úpravě **tištěných nebo digitálních dokumentů**. Jeho hlavním zaměřením je tvorba a úprava publikací, jako jsou knihy, časopisy, letáky, brožury, katalogy, noviny a další tištěné materiály.

InDesign umožňuje uživatelům vytvářet stránky pomocí různých nástrojů a funkcí, jako jsou umístění textů, obrázků, grafiky, tabulek a dalších prvků. Uživatelé mohou také použít různé typografické funkce a nástroje, aby dosáhli požadovaného vzhledu textu a celkového designu.

InDesign se používá v mnoha oblastech, jako jsou grafický design, reklamní design, nakladatelský průmysl, marketingové a inzerční agentury, a další oblasti, kde je potřeba tvorba publikací. InDesign také umožňuje vytvářet interaktivní digitální publikace, jako jsou interaktivní e-knihy, brožury a další digitální materiály, které jsou často používány na webových stránkách, tabletách nebo chytrých telefonech.

Základní typografická pravidla

Základní typografická pravidla slouží k tomu, aby se zajistila přehlednost, čitelnost a estetický vzhled:

1. **Volba vhodného písma:** Vyberte písmo, které odpovídá obsahu a zaměření textu. Rozhodujícími faktory jsou čitelnost, velikost a styl.
2. **Velikost písma:** Velikost písma by měla být volena na základě účelu dokumentu a typu obsahu. Menší velikost se často používá pro podpůrné texty a větší pro nadpisy a titulky.
3. **Řádkování:** Řádkování se týká mezery mezi řádky textu a je důležité pro čitelnost. Správně nastavené řádkování usnadňuje čtení a snižuje únavu očí.
4. **Odstavce:** Odstavce by měly mít vhodnou délku, aby se snadno četly. Obvykle se používají zarážky na konci odstavců, aby byly snadno odděleny.
5. **Zarovnání:** Text by měl být zarovnán do bloku. Mezi jednotlivými slovy by mělo být stejné množství mezery. Je důležité vytvářet správnou rovnováhu mezi levým a pravým okrajem textu.
6. **Používání tučného písma, kurzívy a podtrhávání:** Používání tučného písma, kurzívy a podtrhávání by mělo být umírněné a vhodně použito pro zdůraznění důležitých slov nebo frází.
7. **Konzistence:** Konzistence ve volbě písma, velikosti a stylu je důležitá pro estetický vzhled dokumentu a umožňuje snadné čtení.

Vzorníky barev a jejich použití

Vzorníky barev jsou nástroje, které umožňují grafickým designérům vybírat a používat barevná schémata pro své projekty. Tyto vzorníky zahrnují různé barevné palety a kombinace, které jsou navrženy tak, aby vytvářely harmonické a esteticky příjemné vzhledy. Nejčastější vzorníky jsou:

1. **Pantone:** Pantone je jeden z nejpobulárnějších vzorníků barev. Obsahuje širokou škálu barev, které jsou k dispozici ve formě **tištěných karet nebo digitálního souboru**. Pantone barvy jsou obvykle používány pro tisk a výrobu produktů, jako jsou loga, vizitky nebo reklamní materiály.
2. **RGB:** RGB vzorník se používá pro **digitální média** a je založen na kombinaci tří základních barev – červené, zelené a modré.
3. **CMYK:** CMYK je vzorník barev, který se používá pro **tisk**. Zkratka CMYK znamená čtyři základní barvy, které se používají pro tisk – cyan, magenta, žlutá a černá.

Zdroje vzorníků

1. **Adobe Color**
2. **Coolors**
3. **Material Design**
4. **Color Hunt**
5. **Pantone**

Zdroje písem

1. **Google Fonts**
2. **Adobe Fonts**
3. **DaFont**
4. **Font Squirrel**
5. **MyFonts**

Zdroje vektorů

1. **Shutterstock**
2. **Adobe Stock**
3. **VectorStock**
4. **Freepik**
5. **Vecteezy**