

# Úvod do návrhu vizuální identity

## Co je vizuální identita?

Vizuální identita je **soubor prvků a pravidel**, které definují a charakterizují vizuální stránku značky, firmy nebo organizace.

## K čemu slouží?

Vizuální **identita slouží k upevnění identity značky a její diferenciaci od konkurence** a také ke komunikaci značkových hodnot a poselství prostřednictvím vizuálních prvků.

## Co do ní patří?

- Písmo
- barvy
- grafické symboly
- firemní, propagační a marketingové materiály:
- vizitky
- dopisní papíry
- emailové podpisy
- webové stránky
- online prezentace

Jsou používány k vytvoření konzistentního a jedinečného vizuálního stylu, který pomáhá značce rozpoznatelnosti a zapamatovatelnosti.

## Obecný proces návrhu vizuální identity:

Postup při vytváření vizuální identity se může lišit v závislosti na specifických potřebách a cílech značky, ale obecně zahrnuje následující kroky:

1. **Analýza cílového trhu a konkurence:** Je důležité porozumět cílovému trhu a konkurenci, abychom mohli vytvořit vizuální identitu, která osloví a přiláká zákazníky a bude se lišit od konkurence.
2. **Stanovení značkových hodnot a poselství:** Značkové hodnoty a poselství jsou klíčové pro vytvoření vizuální identity. Je třeba definovat, co značka představuje, jaké jsou její cíle a jakým způsobem chce komunikovat se zákazníky.
3. **Vytvoření vizuálního konceptu:** Na základě analýzy cílového trhu, konkurence a značkových hodnot a poselství je třeba vytvořit vizuální koncept, který bude odpovídat cílům značky a bude atraktivní pro cílovou skupinu.
4. **Vytvoření loga:** Logo je klíčovým prvkem vizuální identity a je často prvním prvkem, který si zákazník spojí se značkou. Logo by mělo být jednoduché, snadno rozpoznatelné a mělo by odrážet značkové hodnoty a poselství.
5. **Výběr typografie:** Typografie je důležitým prvkem vizuální identity a může ovlivnit celkový dojem značky. Je třeba vybrat vhodnou typografii, která bude odpovídat značkovým hodnotám a poselství a bude snadno čitelná.

6. **Výběr barev:** Barvy jsou důležitým prvkem vizuální identity a mohou ovlivnit náladu a dojem značky. Je třeba vybrat vhodné barvy, které budou odpovídat značkovým hodnotám a poselství a budou oslovovat cílovou skupinu.
7. **Vytvoření dalších vizuálních prvků:** Kromě loga, typografie a barev může vizuální identita zahrnovat další prvky, jako jsou grafické symboly, ilustrace, fotografie nebo animace. Tyto prvky by měly být v souladu s vizuálním konceptem a značkovými hodnotami a poselstvím.
8. **Vytvoření logomanuálu:** Logomanuál je soubor pravidel a pokynů, které slouží k zachování konzistence a správného používání vizuální identity značky, zejména loga. Obsahuje detailní popis jednotlivých prvků vizuální identity, jako jsou loga, barevné schéma, typografie a další vizuální prvky, a definuje, jak mají být tyto prvky používány v různých situacích a na různých komunikačních kanálech.

Příklady zdařilých vizuálních identit:

(tady doporučuji, aby si každý našel vlastní favority, které má nejvíce nafetované)

#### **Prezidentská kampaň Petra Pavla**

- Přítomny jsou všechny důležité prvky jednotného vizuálního stylu – logo, písmo i barevnost – a jejich vzájemnému souladu prakticky není co vytknout.
- Piktogram českého lva - český prezident, silný jako lev, to zní přitažlivě xd
- Lineární bezserifové písmo má střízlivou a čistou formu, zároveň je dostatečně výrazná.
- Vizuální identita používá převážně bílé pozadí (obecně platí, že kladný hrdina ve filmu je oblečený v bílém, kdežto zlý je v černém)

#### **Vizuální identita Instrukce Formulace1**

- Vytvořila ji agentura Wieden+Kennedy
- Cíl byl zakravitivnit značku, aby přitahovala stále i nové fanoušky
- Logo bylo vytvořeno s cílem na rychlost, dynamiku a směr dopředu
- Velká část designu musela být navržena tak, aby fungovala i v digitálním prostředí (TV přenosy, youtube videa atd.)
- Typografie je také hodně dynamická, bezserifová a s nádechem retro pro důstojnost k historii

#### **Škoda auto**

- 2018 – designová agentura MAKa
- posílení značky a přizpůsobení se moderním trendům v oblasti designu (elektro auta lol)
- posílit identitu značky na globální úrovni a lépe ji rozlišit od ostatních automobilových značek
- změna typografie na více atraktivnější
- to samé platí i pro barvu
- logo má v sobě zabudovanou diakritiku