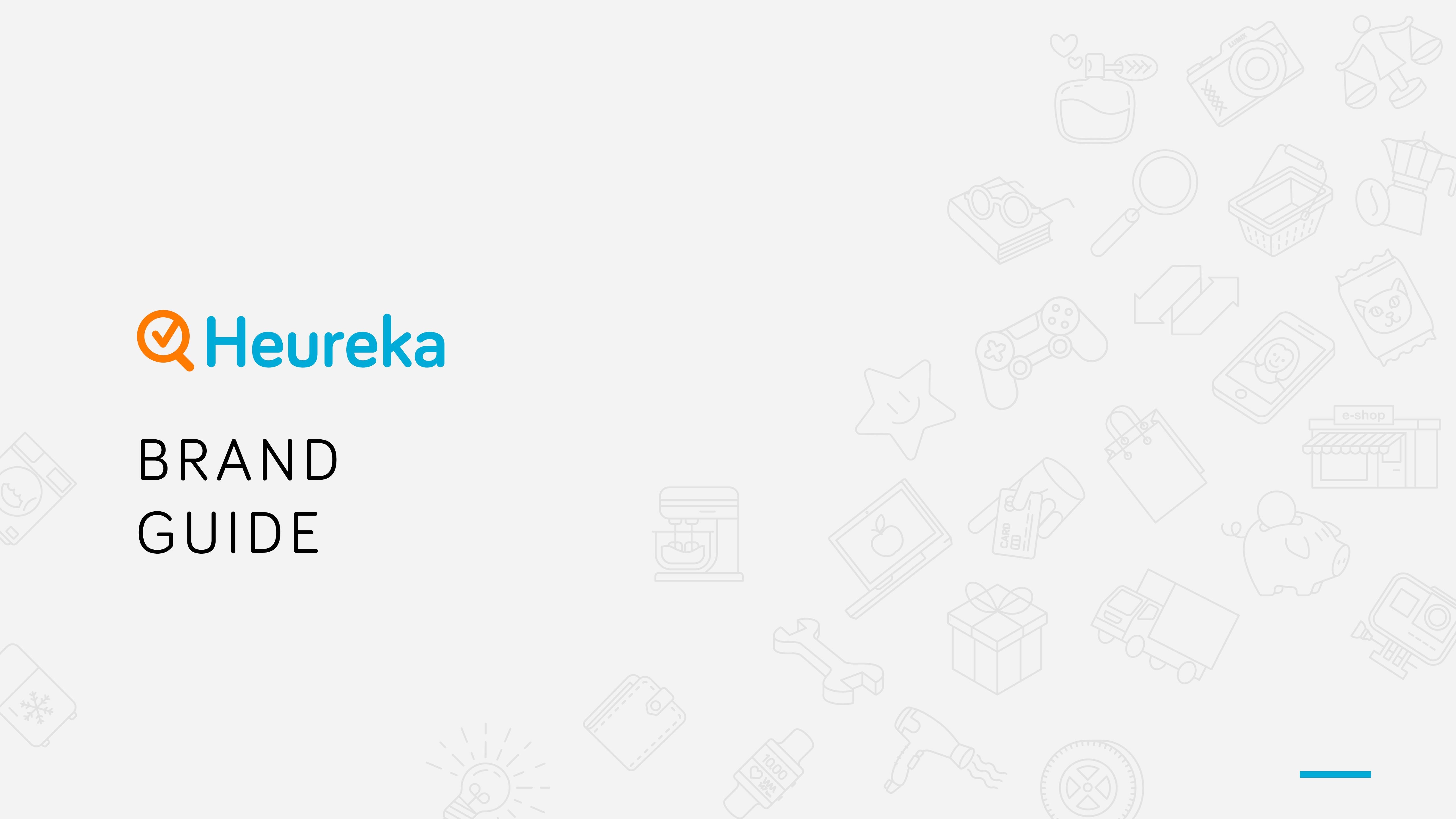




BRAND GUIDE



BRAND GUIDE

Tento dokument popisuje Heureka tak, aby každý porozuměl tomu, jaký má charakter, styl a v čem je jedinečná.

Slouží jako návod pro práci s logem, layoutem a dalšími prvky.

OBSAH

Jaká je Heureka

Identita

Vizuální styl

Online

Cobranding

Práce s textem

JAKÁ JE HEUREKA

Nejsilnější značka
v e-commerce

54 %

Top Of Mind, tedy znalost
Heureky. Druhá Alza má
TOM 14%.*

71 %

lidí uvádí spontánně
Heureku jako značku,
kterou znají.*

61 %

lidí Heureku využívá
pravidelně při svých
nákupech.*

* Data z výzkumu Kantar - 400 respondentů - 5/2020

JAKÁ JE HEUREKA

Lovebrand mezi
velikány e-commerce

76 %

lidí říká, že chovají k Heu-
rece pozitivní emoce.*

21 %

uživatelů vyjadřuje svůj
vztah k Heurece jako
lásku.*

0 %

lidí vyjadřuje svůj vztah
k Heurece jako nenávisť.*

* Data z výzkumu Behavio - 1000 respondentů - 6/2020

IDENTITA

Logo

Barvy

Písmo

Layout

IDENTITA — LOGO

Specifikace

Logo se skládá ze symbolu lupičky a názvu společnosti, který vychází z řeckého radostného zvolání „Heuréka“ („Našel jsem to“). Tento výrok pronesl Archimédés poté, co objevil Archimédův zákon.

Prvky loga mají pevně dané své místo, velikost i barvu a lze s nimi manipulovat pouze tak, jak popisuje tento manuál.



IDENTITA — LOGO

Claim

Logotyp umožňuje verzi s variabilním claimem „Váš ... rádce“. Ať už jde o rádce nákupního, dárkového či vánočního.

Další možností je specifické využití ve [videu](#). Zde se promují segmenty pomocí animovaných textových bublin.

Prvky loga mají pevně dané své místo, velikost i barvu a lze s nimi manipulovat pouze tak, jak popisuje tento manuál.



IDENTITA — LOGO

Ochranná zóna

Toto schéma znázorňuje minimální vzdálenost logotypu od ostatních prvků na stránce.

Ta je dána výškou a šířkou lupičky.



IDENTITA — LOGO

Nejmenší velikost

Zde vidíte nejmenší možnou velikost použití logotypu v malých formátech, kterou z důvodu zachování čitelnosti nikdy nepřekračujeme.

Verze bez claimu

desktop: 110 px
print: 25 mm

Verze s claimem

desktop: 145 px
print: 30 mm

110 px
25 mm



145 px
30 mm



IDENTITA — LOGO

Užití symbolu

Symbol lupy používáme samostatně jen ve speciálních případech, například v profilovém obrázku sociálních sítí.

Barevně dodržujeme vždy oranžovou lupu na bílém podkladu.



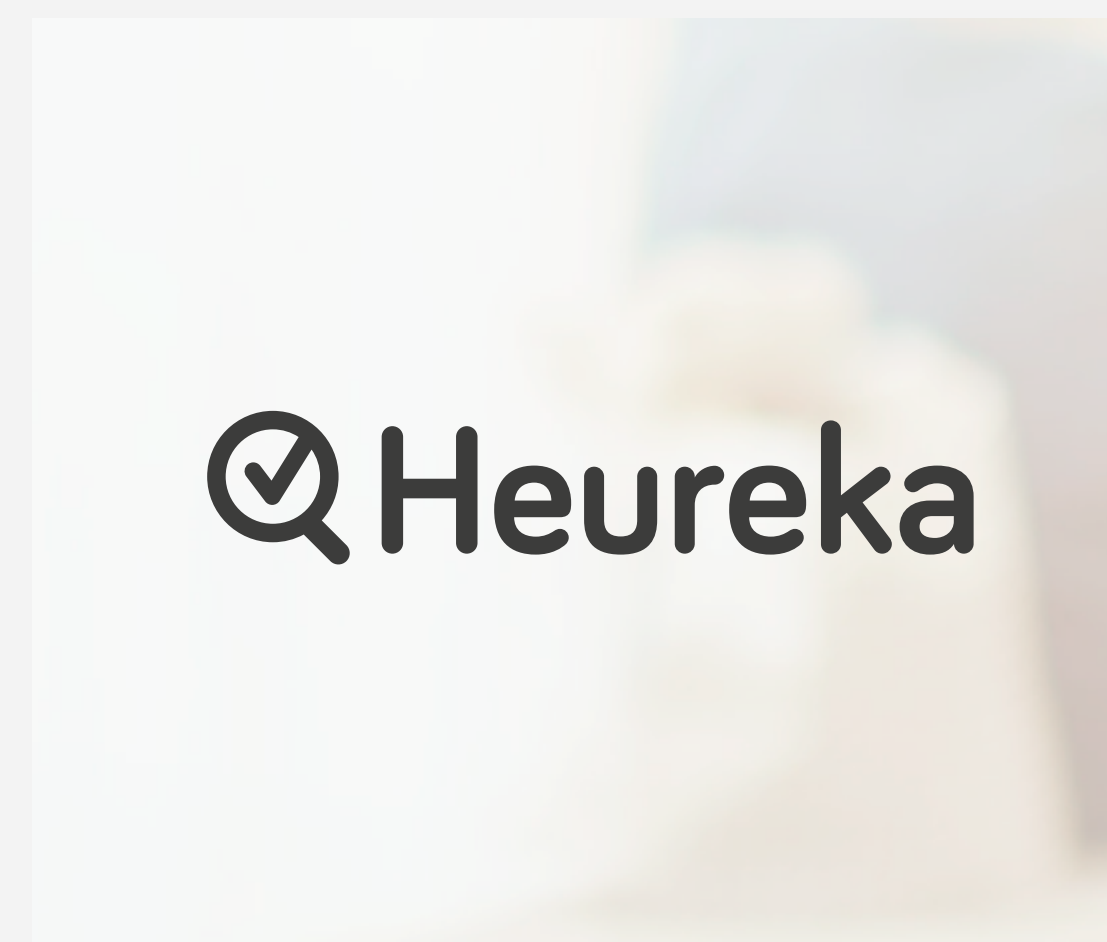
IDENTITA — LOGO

Barevné kombinace

Primárně používáme plnobarevnou verzi loga na bílém, či světlém podkladu ($\leq 15\%$ krytí) pro zachování kontrastu.

Ne vždy se plnobarevné logo hodí. U barevných pozadí a fotografií můžeme použít pozitivní, nebo negativní verzi loga.

Jakékoli jiné barvy je nutné konzultovat s oddělením Brand marketingu.



IDENTITA — LOGO

Zakázané varianty

Barevné kombinace jsou jasně dané.
Lupička je v barvené variantě vždy
oranžová a nápis vždy modrý.

Pozitivní a negativní verze loga
je pak jednobarevná.

Jakékoli jiné barvy je nutné
konzultovat s oddělením
Brand marketingu.



IDENTITA — LOGO

Zakázané varianty

Je zakázána jakákoli změna tvaru, rotace, úhlu, překrytí a zasahování do loga.

Stejně tak se vyhýbáme použití nevhodných efektů.

Nikdy neměníme barevné kombinace, nepravujeme odstín ani krytí.



IDENTITA — BARVY



Logo

RGB: 255/122/4
HEX: ff7a04
CMYK: 0/63/100/0
PANTONE: 716 C

Web

RGB: 239/112/1
HEX: ef7001

Logo

RGB: 48/169/212
HEX: 30a9d4
CMYK: 71/16/6/0
PANTONE: 2925 C

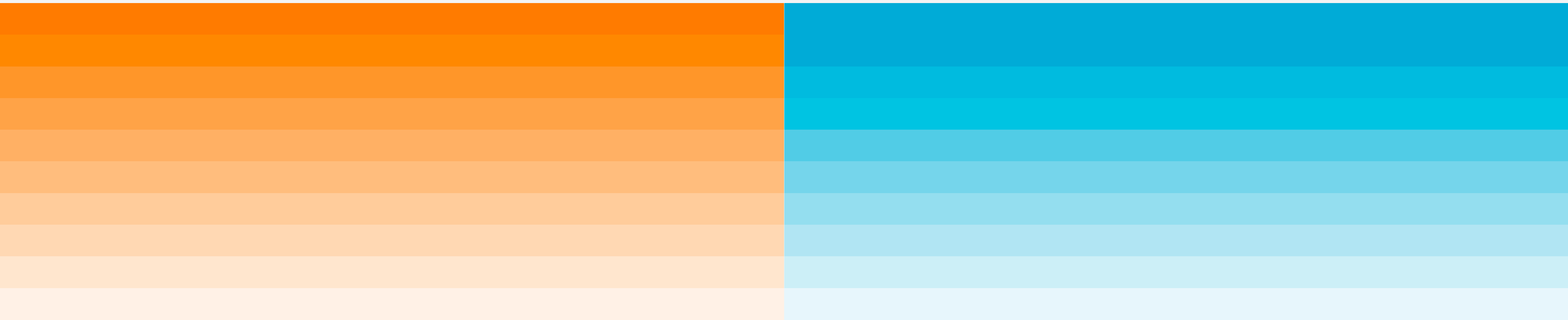
Web

RGB: 0/156/211
HEX: 009cd3

Negativ

RGB: 60/60/60
HEX: 3c3c3c
CMYK: 0/0/0/90

IDENTITA — BARVY



Barevná škála jednotlivých barev.

IDENTITA — PÍSMO

Typy

Hlavním písmem je Bariol.

Jako zástupné písmo slouží Source Sans Pro. Používá se primárně na web.

Bariol Bold

Bariol Regular

Source Sans Pro

Když se to narodilo, bylo to jenom takové bílé nic, do hrsti se to vešlo; ale anžto to mělo pár černých ušisek a vzadu ocásek, uznali jsme, že to je psisko, a protože jsme si přáli mít psí holčičku, dali jsme tomu jméno Dášeňka.

Dokud to bylo bílé nic, bylo to slepé, bez očí, a co se nožiček týče, inu, mělo to dva páry čehosi, čemu se při dobré vůli mohlo říkat nožičky.

IDENTITA — PÍSMO

Použití

Zde vidíte ukázkou, jak texty píšeme. Typografie není fixní, platí však, že bychom s ní měli pracovat vždy citlivě.

Headline
Bariol Regular, 120 b

Subheadline
Bariol Bold, 50 b

Copy
Bariol Regular, 26 b

Legenda
Bariol Italic, 18 b

Dášeňka
čili život štěněte

Když se to narodilo, bylo to jenom takové bílé nic, do hrsti se to vešlo; ale anžto to mělo pár černých ušisek a vzadu ocásek, uznali jsme, že to je psisko, a protože jsme si přáli mít psí holčičku, dali jsme tomu jméno Dášeňka.*

**Karel Čapek — Dášeňka čili život štěněte*

IDENTITA — PÍSMO

Grafická úprava

Vždy dbáme na eleganci,
čitelnost a přehlednost.

Nedeformujeme písmo
a neroztahujeme mezery
mezi písmeny.

Nepoužíváme ani více
velikostí písma na stránku.



IDENTITA — PÍSMO

Headline

Příklady, jak používáme
headline v bublinách.



IDENTITA — PÍSMO

Zakázané varianty headlinů

Je zakázána jakákoli změna tvaru, úhlu, efektů, rotace, překrytí a jiné zasahování do bublin.

Vyhýbáme se nevhodnému užití kombinací barev, jako je například modrá na modré.

Používáme maximálně 30 znaků.

Nikdy neupravujeme odstín ani krytí.



IDENTITA — PÍSMO

Zakázané varianty headlinů

Bubliny jsou vždy dvě
a vzájemně se překrývají.

Bubliny prodlužujeme a zkracujeme
přesunutím kotevních bodů.
Nikdy bubliny nenatahujeme,
písmo i rohy by se deformovaly.



IDENTITA — LAYOUT

Reklamní předměty

Ukázka aplikace na placky.



IDENTITA — LAYOUT

Reklamní předměty

Ukázka dárkových předmětů.



IDENTITA — LAYOUT

Reklamní předměty

Ukázka klíčenky.



IDENTITA — LAYOUT

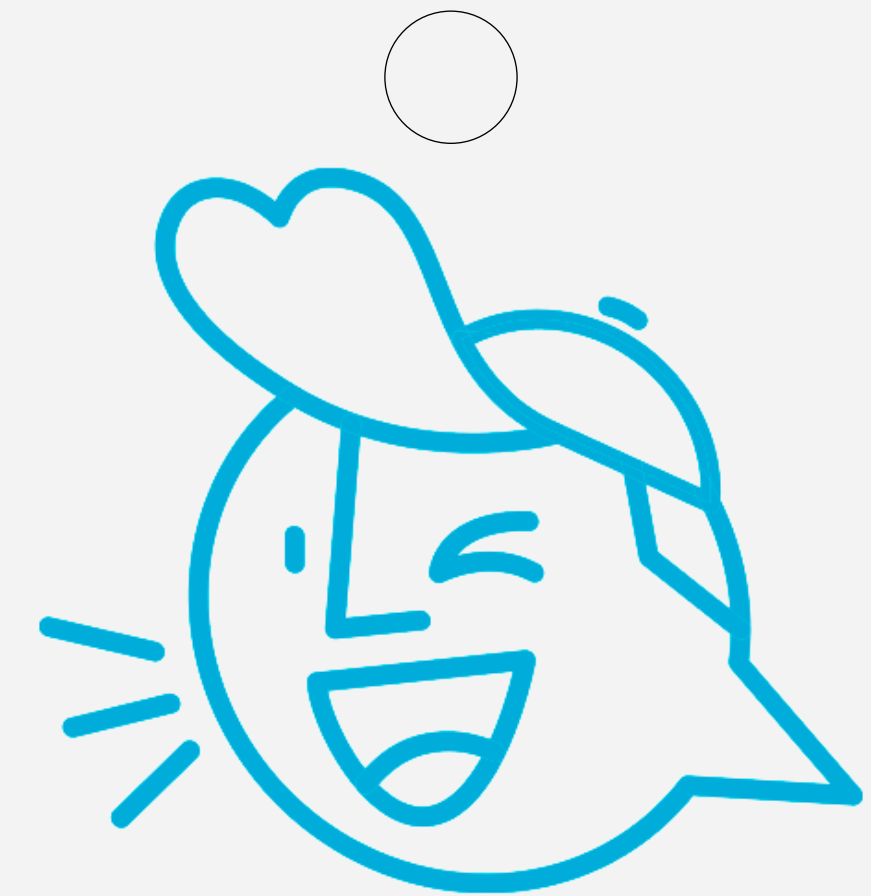
Tiskoviny

Zde vidíte, jak jsme na visačce docílili harmonie optickým sjednocením.

Minimální vzdálenost od okraje je na výšku lupičky.



Tomáš
Braverman
CEO Heureka Group



**Tomáš
Braverman**
CEO Heureka Group

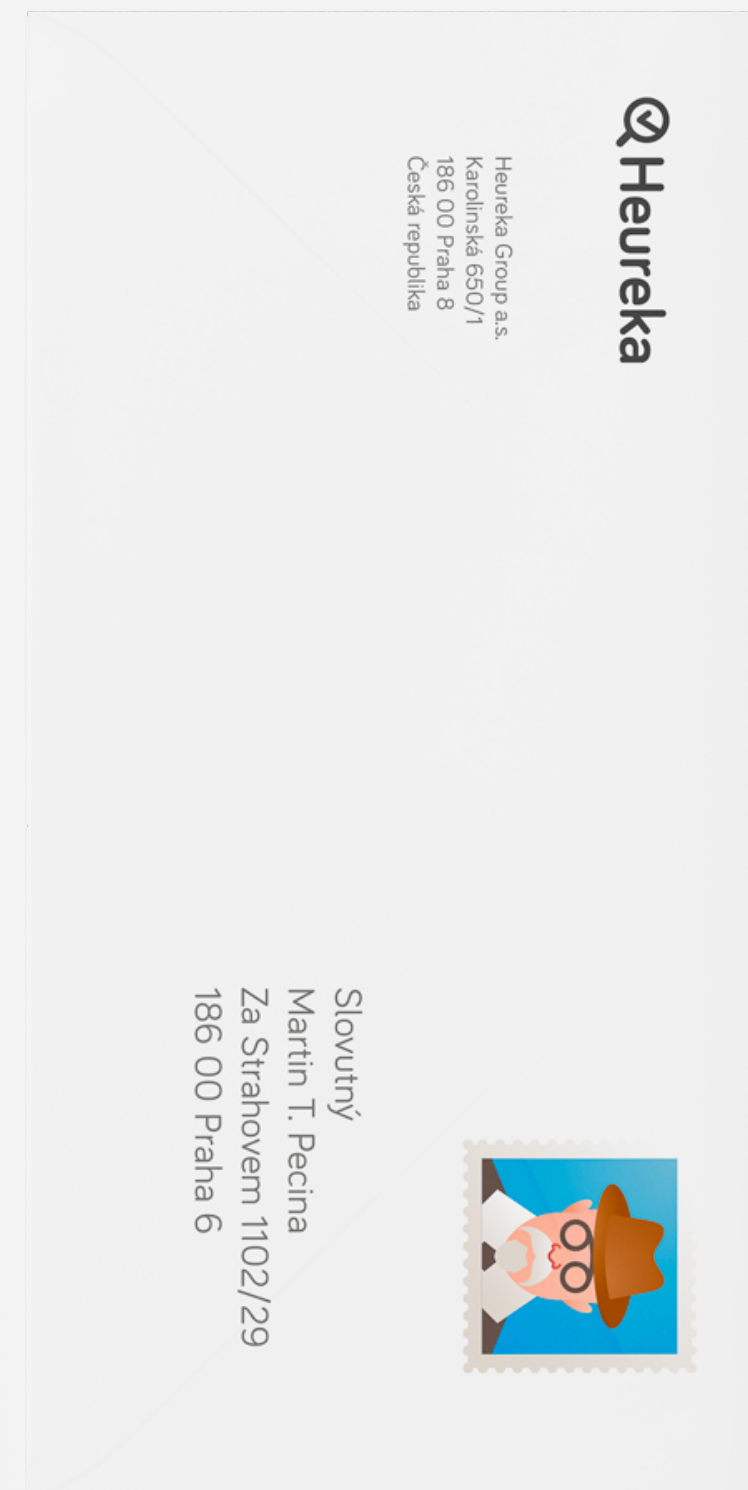


Heureka

IDENTITA — LAYOUT

Tiskoviny

Hlavičkový papír a obálky jsou
v jednoduchém černobílém provedení.



Heureka

Pastry sugar,

plum lemon drops bear claw candy canes. Danish jelly donut jelly marzipan biscuit sweet lemon drops. Gingerbread carrot cake ice cream. Liquorice liquorice jujubes topping donut tiramisu. Pastry powder sweet roll biscuit chocolate cake cheesecake. Chupa chups pie chocolate sweet roll chocolate cake danish pastry. Tootsie roll sugar plum danish jelly chocolate cake gingerbread cotton candy sweet roll. Biscuit sugar plum caramels. Biscuit bear claw apple pie ice cream pie macaroon dragée. Icing chupa chups caramels. Cookie dessert cheesecake candy canes tiramisu. Dragée danish sweet roll cake croissant jelly soufflé. Apple pie carrot cake candy dragée candy canes oat cake carrot cake.

Soufflé macaroon gingerbread topping apple pie. Sweet icing jujubes apple pie. Liquorice wafer apple pie pastry. Danish candy lollipop tiramisu. Cheesecake ice cream candy canes lemon drops tiramisu gummi bears toffee lollipop. Gummies halvah pie sweet roll oat cake. Icing tart topping biscuit. Pastry macaroon bear claw chocolate bar chupa chups tart marshmallow chocolate bar. Lemon drops candy tiramisu biscuit wafer ice cream. Danish chocolate bar cake jelly beans chocolate cake. Jelly-o chocolate bar danish muffin carrot cake. Powder sugar plum croissant marshmallow pudding pudding cheesecake oat cake chocolate bar. Cake gummi bears ice cream.

Heureka Group, a. s.
Karolinská 650/1
186 00 Praha 8
Česká republika

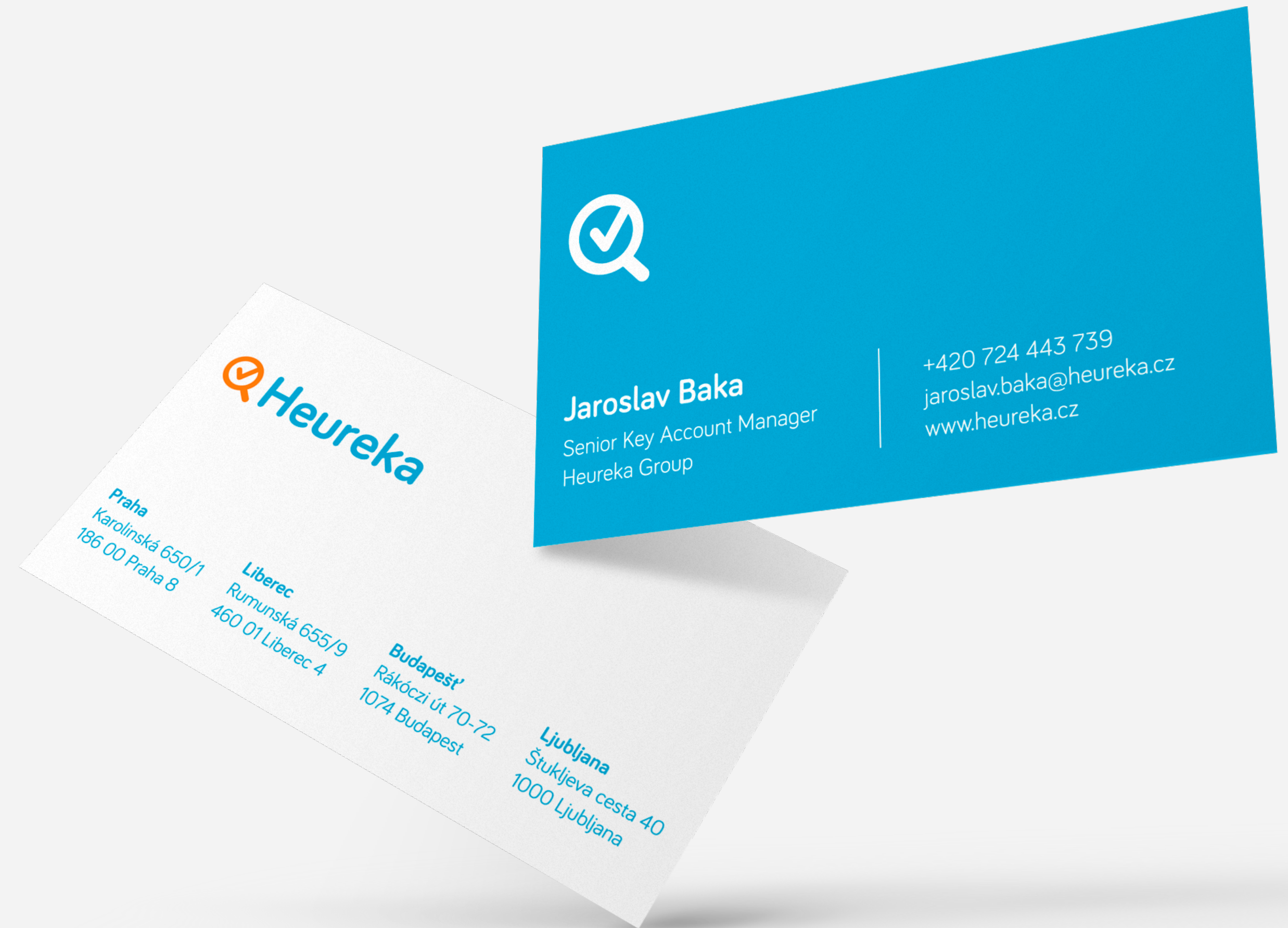
+420 488 570 070
info@heureka.cz
www.heureka.cz
www.heureka.sk

B 24131 vedená
u Městského soudu v Praze
IČ: 07822774
DIČ: CZ07822774 420

IDENTITA — LAYOUT

Tiskoviny

Vizitky.



IDENTITA — LAYOUT

Tiskoviny

U velkých formátů, jako jsou billboardy a roll-upy, vždy dbáme na čitelnost i z větší dálky. Hlavní sdělení umístíme do výšky očí, logo pak v dostatečné výšce od země.

Bariol Bold
660 b

Bariol Bold
270 b

~~@Heureka~~

Bariol Regular
170 b

Roll-up

63% ★★★★★

+ Je to roll-up.

~~- Dá se zarollupovat.~~

400 mm

@Heureka

#uprimnerecenze

Roll-up

63% ★★★★★

+ Je to roll-up.

- Dá se zarollupovat.

@Heureka

#uprimnerecenze

IDENTITA — LAYOUT

Tiskoviny

[E-book](#) — 8 kroků k úspěšnému e-shopu na Heurece.



IDENTITA — LAYOUT

Prezentace

Prezentace tvoříme ve formátu 16:9. Toto je ukázka interní šablony, kterou si můžete [stáhnout](#) a editovat. Najdete v ní i jasně daná pravidla užívání.



IDENTITA — LAYOUT

Prezentace

Níže naleznete ukázky prezentací pro konference. V těchto materiálech není nutné zachovávat barvy či písma.

[Kdy a jak vtrhnout na zahraniční trhy 10 let e-commerce](#)
[Vydělám expanzí na zahraniční trh?](#)



VIZUÁLNÍ STYL

Ikony

Ilustrace

Fotografie

VIZUÁLNÍ STYL — IKONY

Specifikace

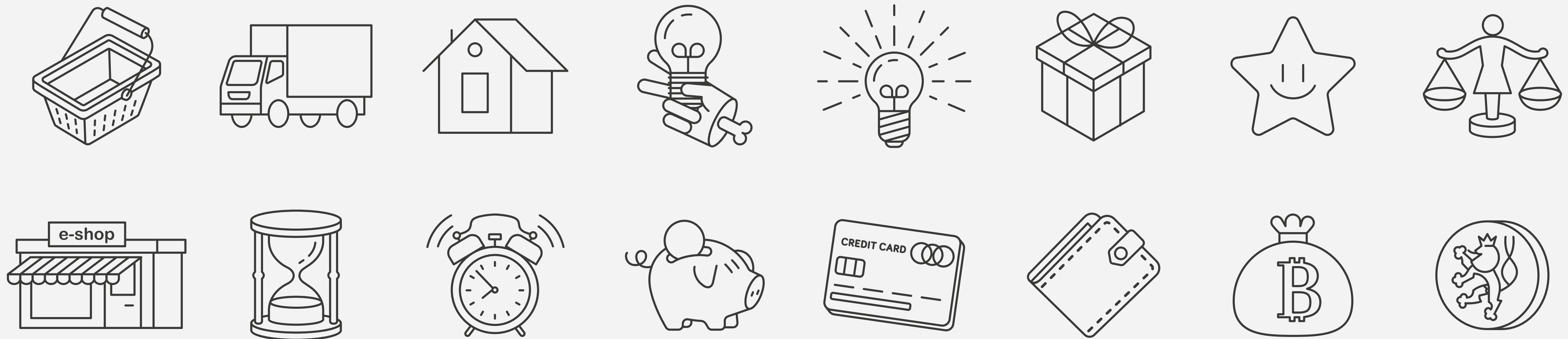
Ikonky si v Heurece vyrábíme sami.

Slouží jako podkladový materiál pro prezentace, ale dají se používat i samostatně, třeba na sociálních sítích.



VIZUÁLNÍ STYL — IKONY

Ukázky



Pro další ikonky kontaktujte oddělení Brand marketingu.

VIZUÁLNÍ STYL — ILUSTRACE

Použití

Ilustrace využíváme při tvorbě prezentací, ale také u newsletterů a bannerů.

V komunikaci na Instagramu využíváme ilustrace tvořené externě.



VIZUÁLNÍ STYL — ILUSTRACE

Kombinace

Často pracujeme s kombinací
fotky (produktu) a ilustrace.



VIZUÁLNÍ STYL — FOTOGRAFIE

Výběr

Fotografie vybíráme takovým způsobem, aby co nejméně evokovaly styl fotobanky.

Volíme jednoduchá pozadí a výrazné tváře.



ONLINE

Bannery

Mailing

Social

ONLINE — BANNERY

Specifikace

Obsah banneru vždy přizpůsobujeme jeho velikosti tak, aby všechny prvky byly čitelné.

Zároveň je třeba, aby bannery splňovaly technické specifikace. U brandingů si dáváme pozor na viditelnou plochu.

Při tvorbě dbáme na srozumitelnost, jednoduchost a vzdušnost. Více informací lze rozdělit do více slidů pomocí animace.



ONLINE — BANNERY

Elementy

Headline volíme formou textových zpráv, nebo bublin. Obojí je lepší kratší a úderné.

Pokud používáme button, což není nutností, kreslíme ho stejný, jako je na stránkách [Heureka](#).

Naopak logo je nutností vždy a to i v případě, že jde o selfpromo.

Co bráchovi?

Vyheurekujte to

Vyheurekovat

UŠETŘETE
ZA ENERGIE

 Heureka

ONLINE — BANNERY

Příklad

Headline

Počet znaků: ≤ 30
Minimální velikost: 8 b

Subheadline

Počet znaků: ≤ 60
Minimální velikost: 7 b

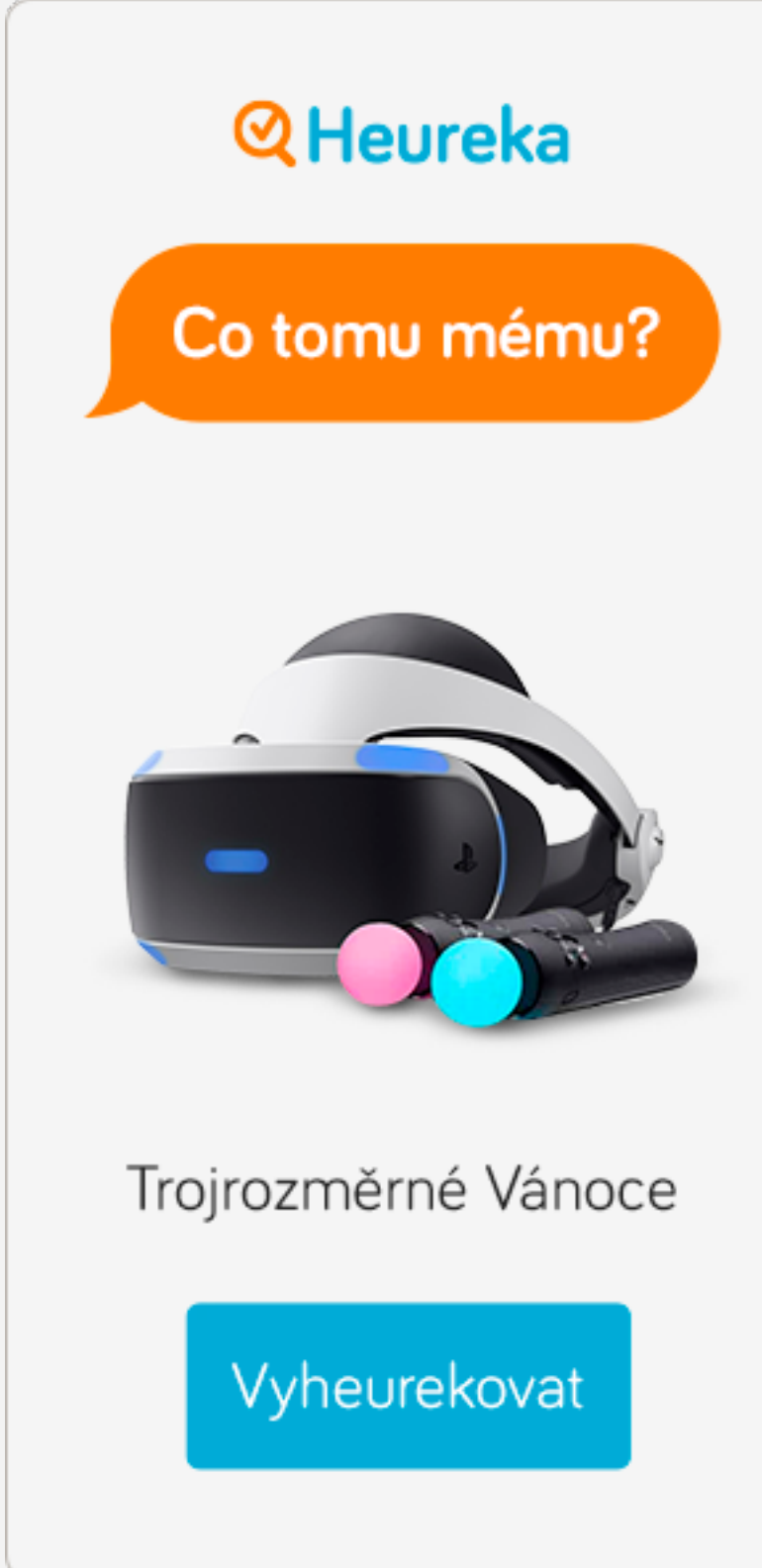
Button

Počet znaků: ≤ 15
Minimální velikost: 7 b

Logo


Vzdálenost od kraje: ≥ ④
Minimální velikost: 110 px

ANO



Heureka

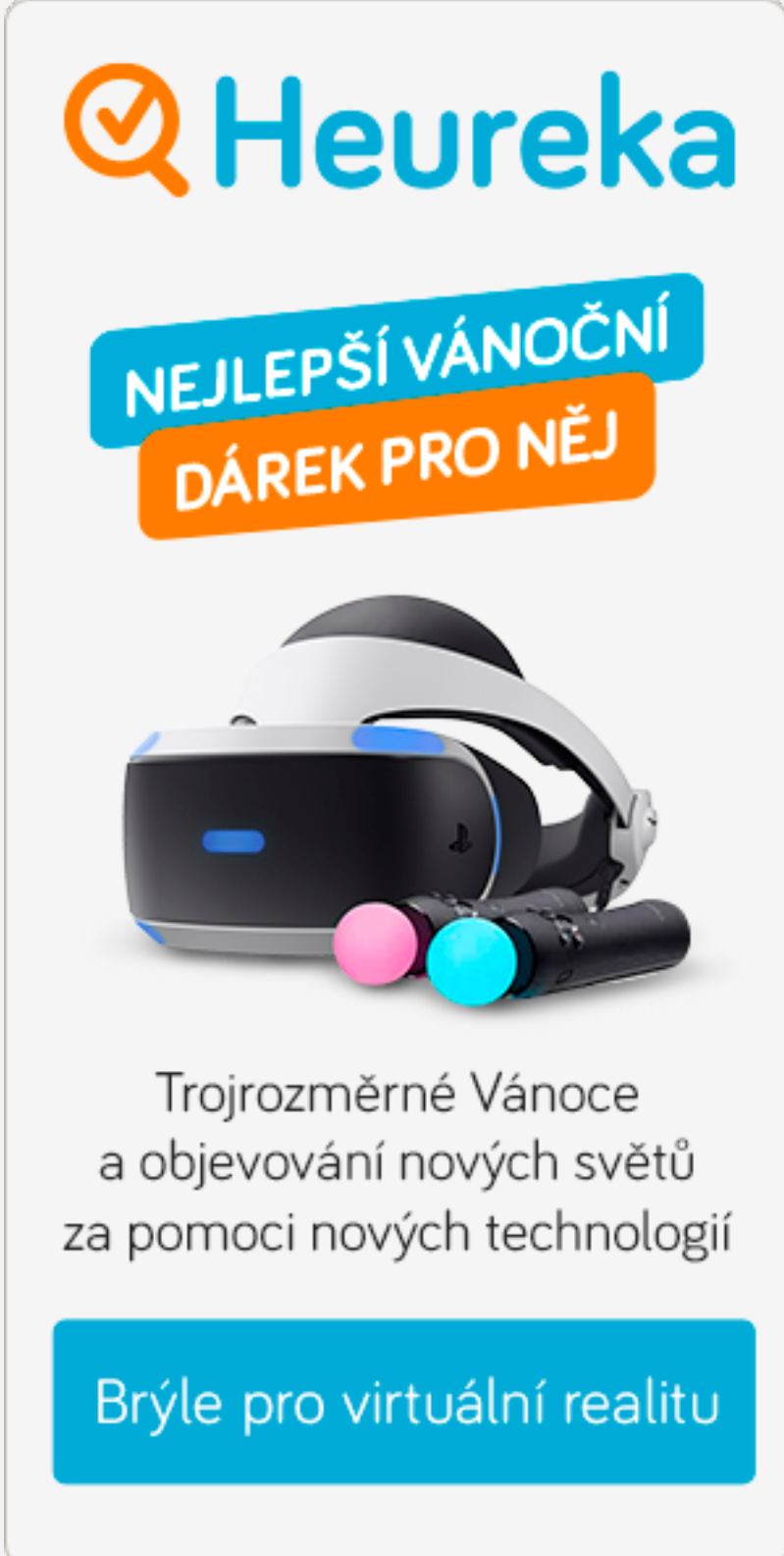
Co tomu mému?



Trojrozměrné Vánoce


Vyheurekovat

NE



Heureka

NEJLEPŠÍ VÁNOČNÍ
DÁREK PRO NĚJ



Trojrozměrné Vánoce
a objevování nových světů
za pomoci nových technologií

Brýle pro virtuální realitu

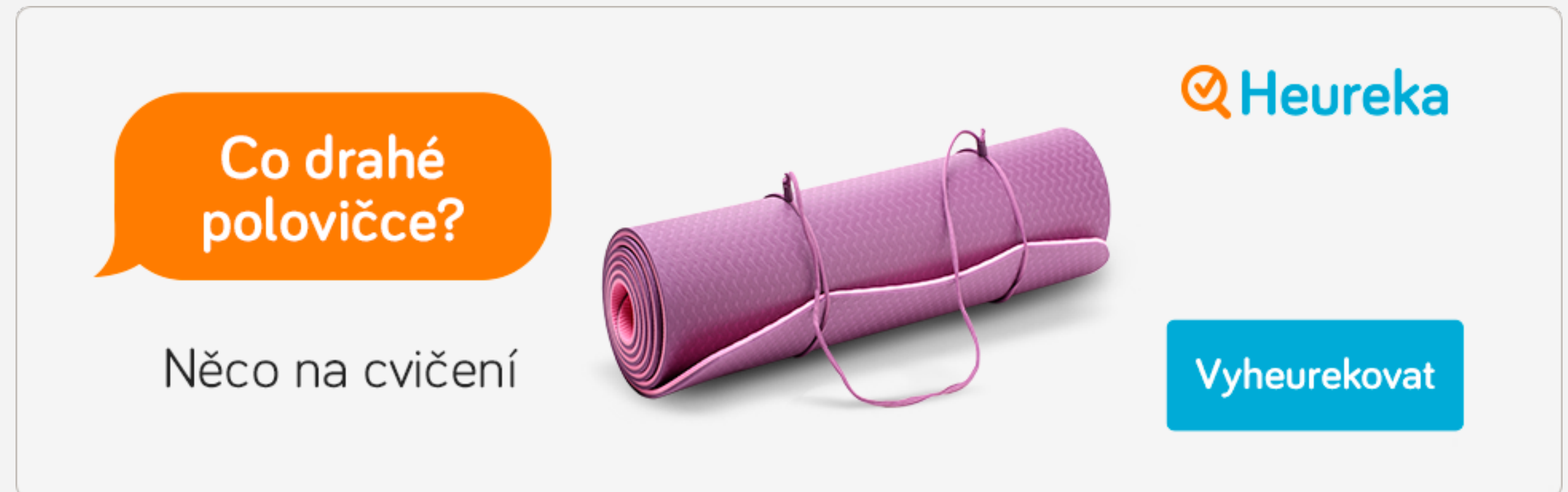
ONLINE — BANNERY

Textovky

Grafický prvek textových zpráv je jednou z možností řešení bannerů.

Tvorba je volnější, ale i tak dodržujeme pravidla, jako je nejmenší velikost loga či písma.

Podklad bannerů má zaoblené rohy (□ 10 px), což navazuje na oblost a měkkost bublin, loga a písma.

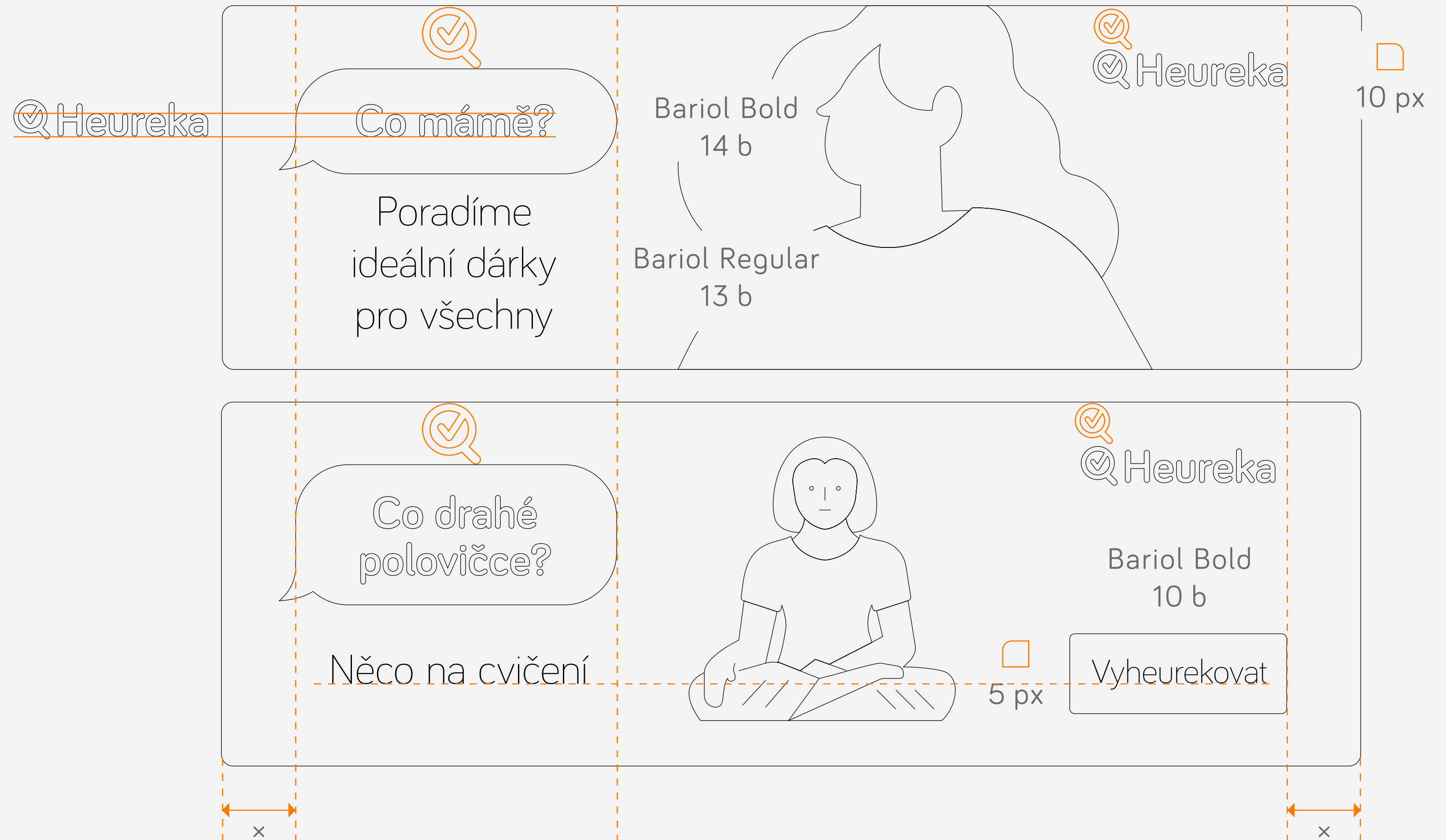


ONLINE — BANNERY

Textovky

Harmonie dosáhneme už třeba jen tím, že logo Heureka uděláme ve stejné tloušťce, jako je headline.

Ideální je mít co nejméně řezů a velikostí písem. Minimální velikost písma je 7 b u malých formátů, ideální velikost pak 10 b a více.



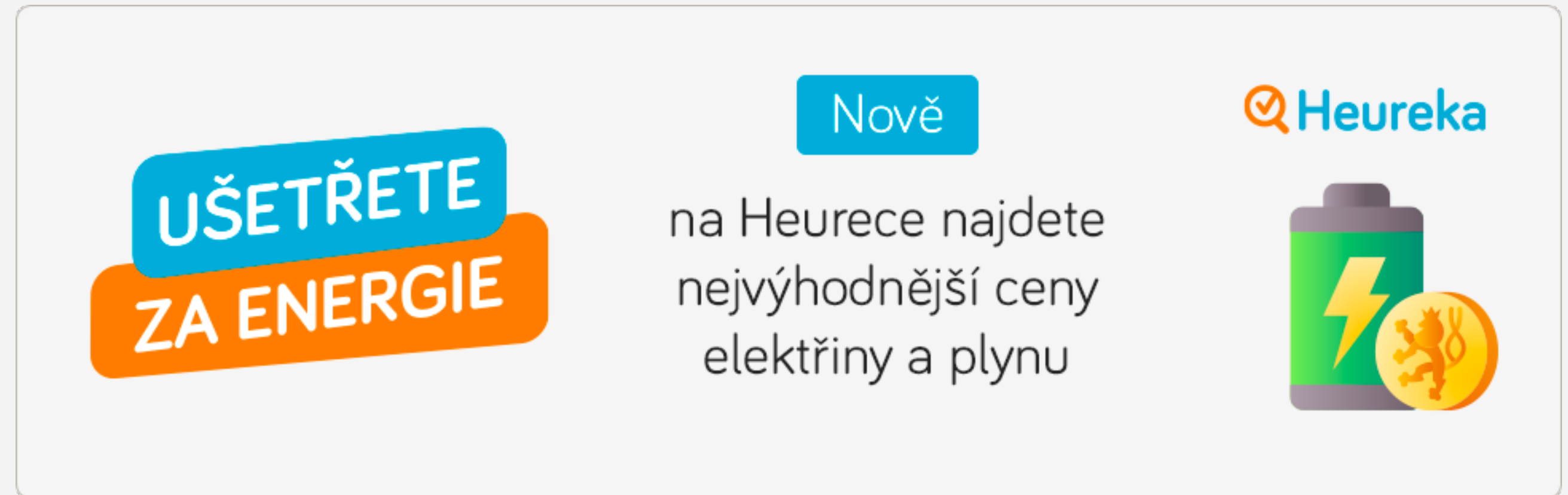
ONLINE — BANNERY

Bubliny

Dalším řešením bannerů je grafický prvek headlinu v bublinách.

Pravidla jsou stejná jako u předešlých bannerů.

Oranžové podbarvení používáme čistě pro komunikaci služby Heureka Košík. Lidé si tuto službu spojují s oranžovou barvou.




Nově

UŠETŘETE
ZA ENERGIE

na Heurece najdete
nejvýhodnější ceny
elektřiny a plynu

Heureka



VRACÍTE?
PLATÍME



Využijte možnost
bezplatného vrácení
nevyhovujícího zboží

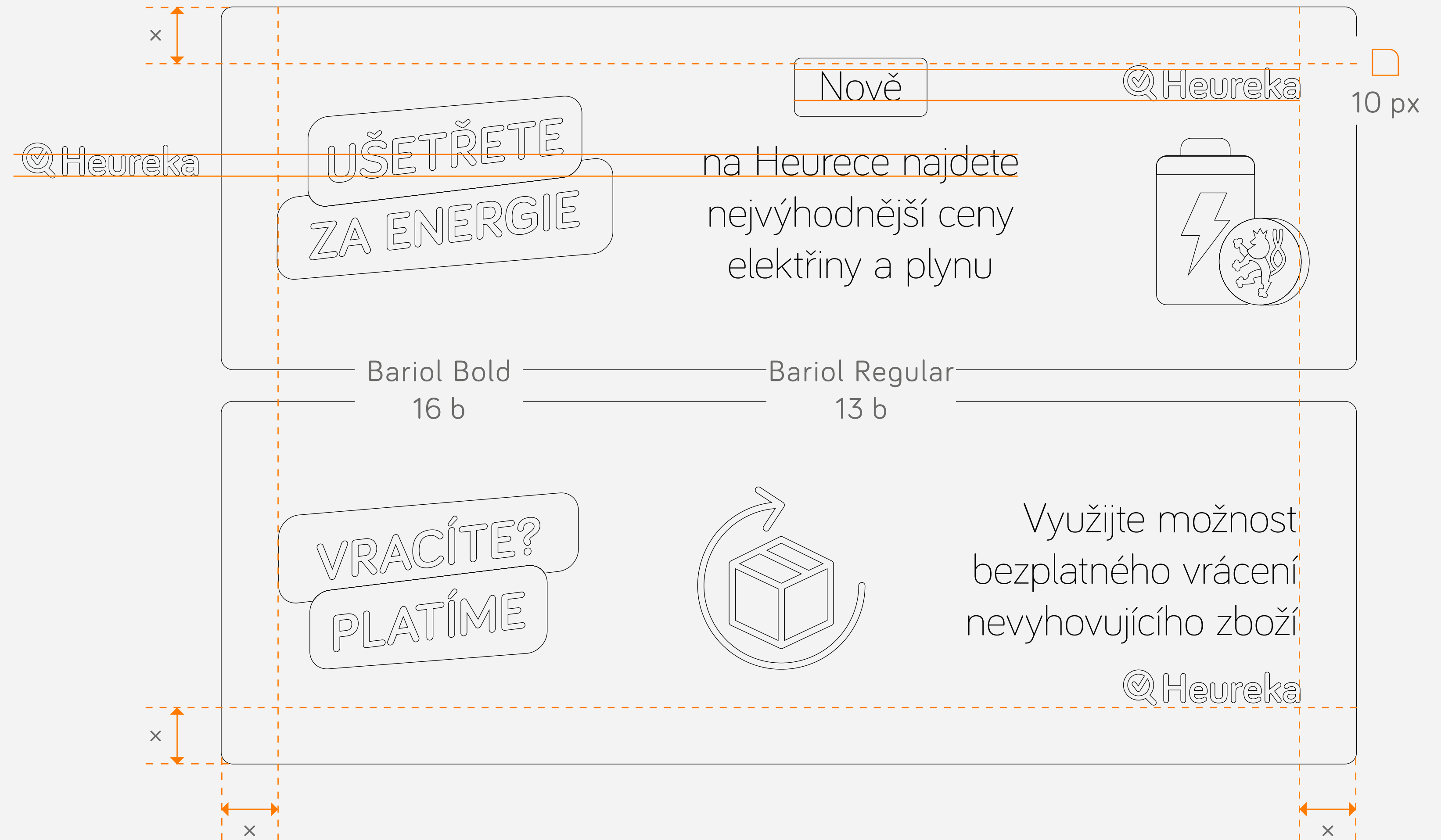
Heureka

ONLINE — BANNERY

Bubliny

Zde harmonie docílíme tím, že logo Heureky uděláme ve stejné výšce, jako je subheadline.

Používáme co nejméně řezů a velikostí písma. Minimální velikost písma je 7 b u malých formátů, ideální velikost pak 10 b a více.



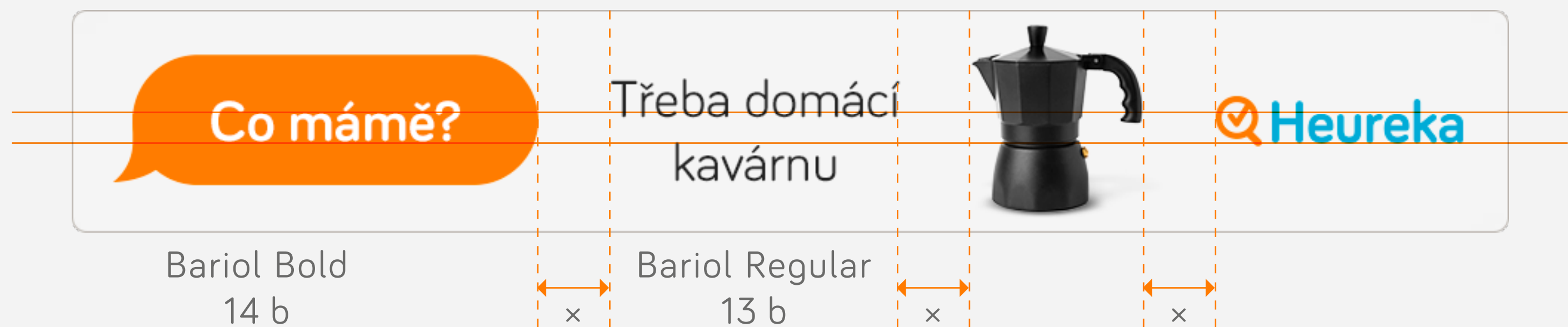
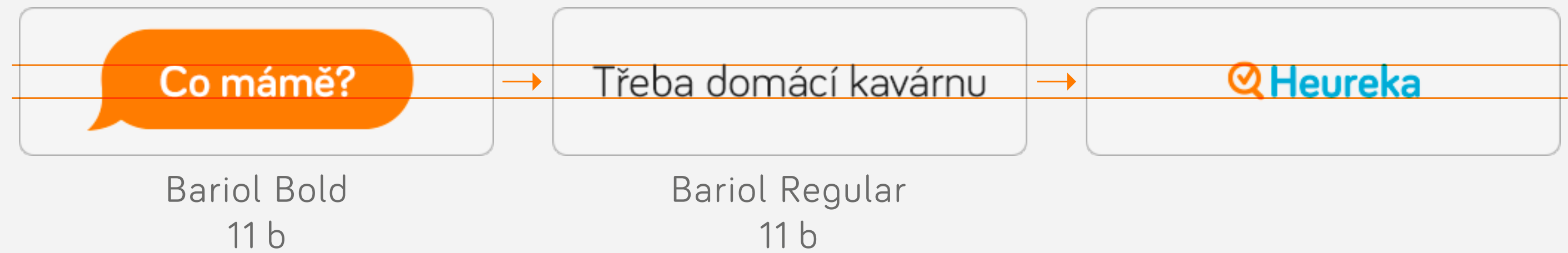
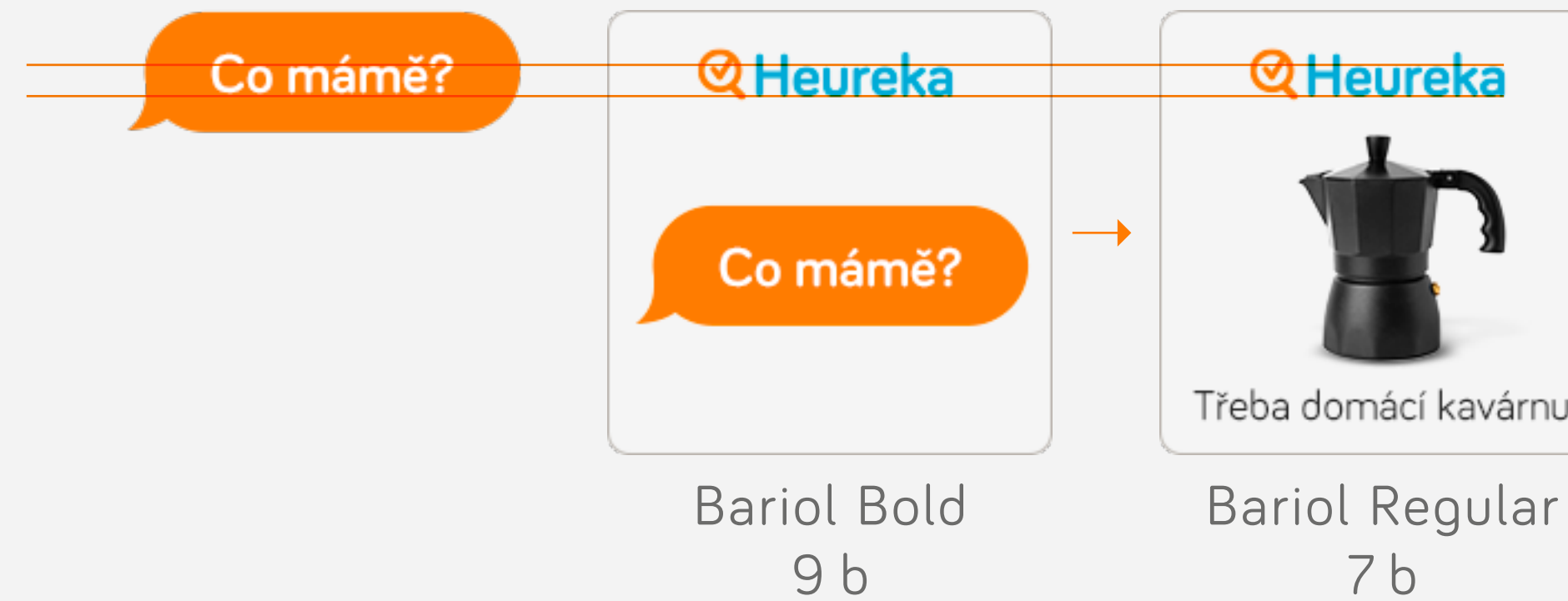
ONLINE — BANNERY

Další formáty

Reklama na Heurece

200 × 200 px	300 × 300 px
320 × 100 px	480 × 300 px
160 × 600 px	300 × 600 px
654 × 240 px	970 × 150 px
970 × 210 px	970 × 310 px

Velikost: < 80 Kb

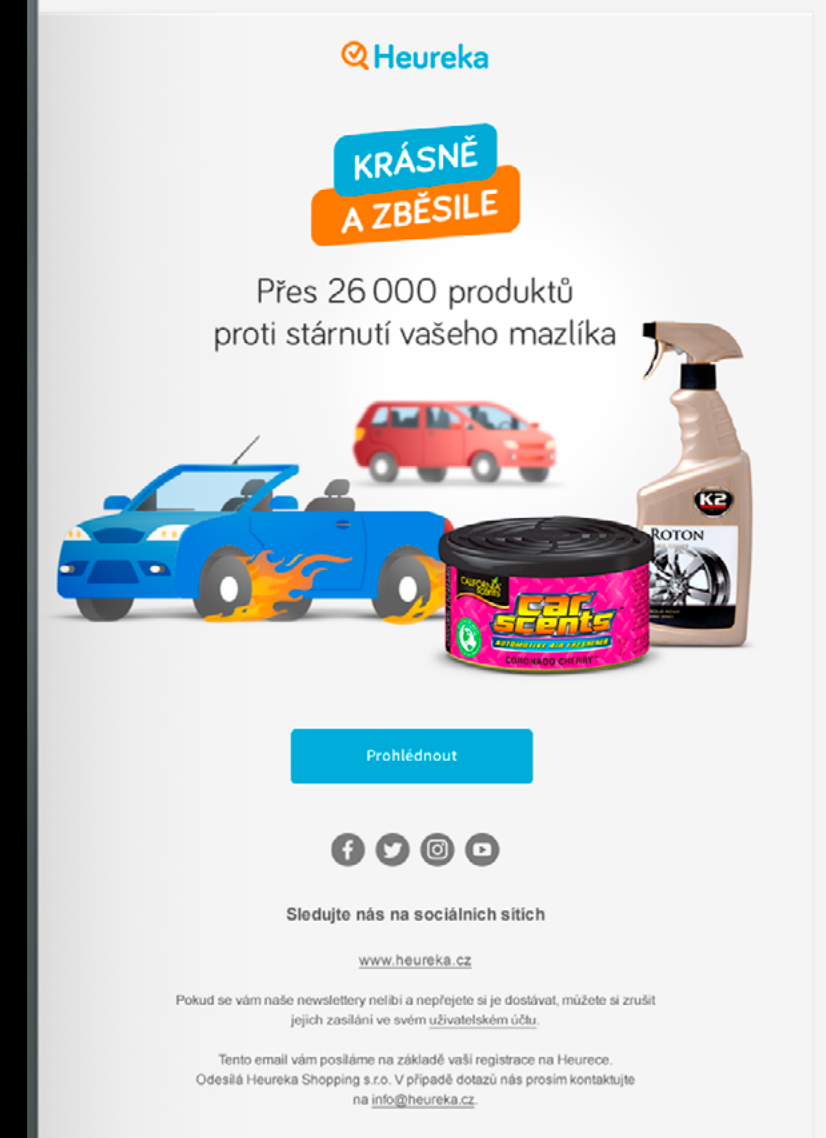
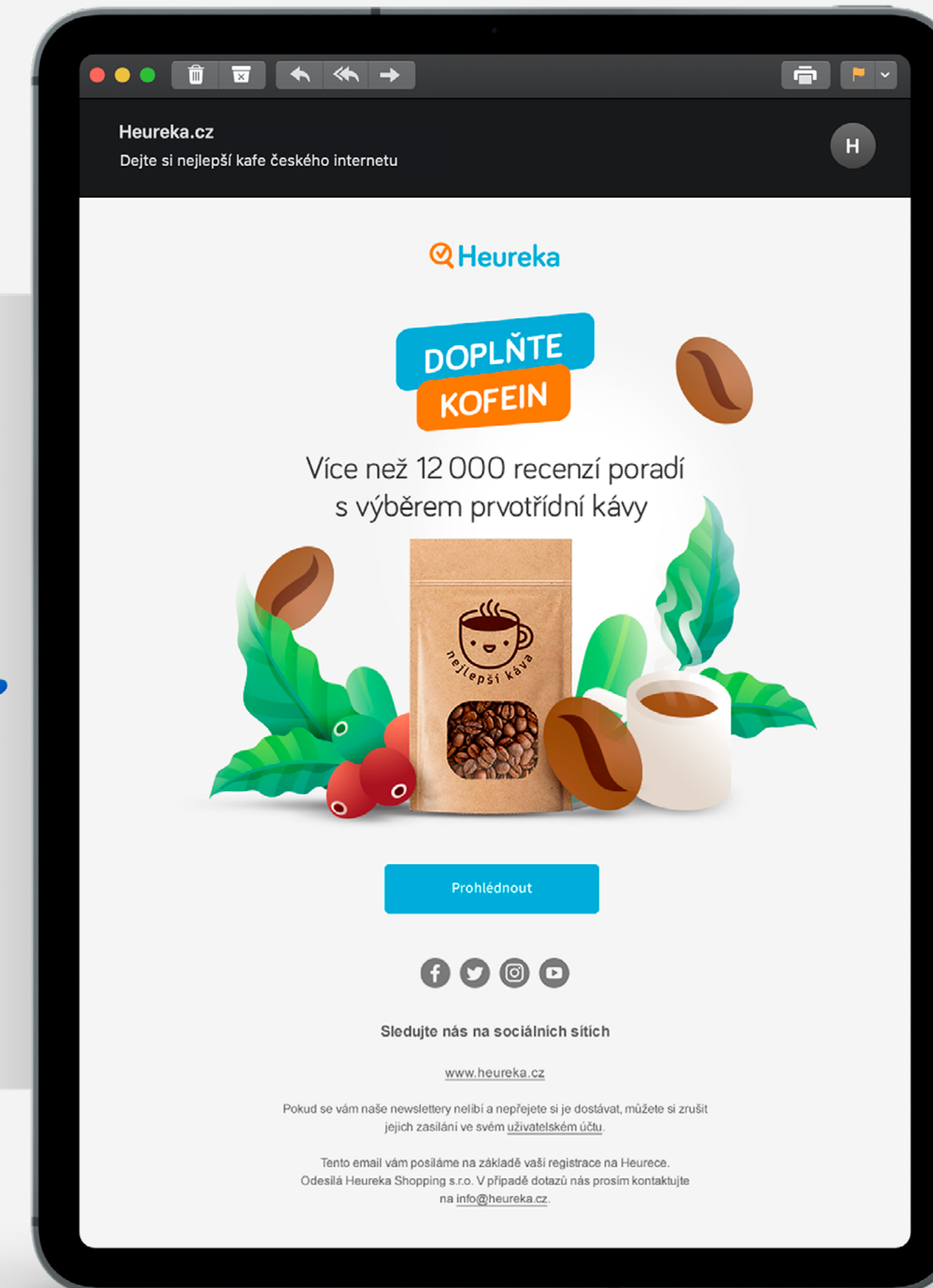
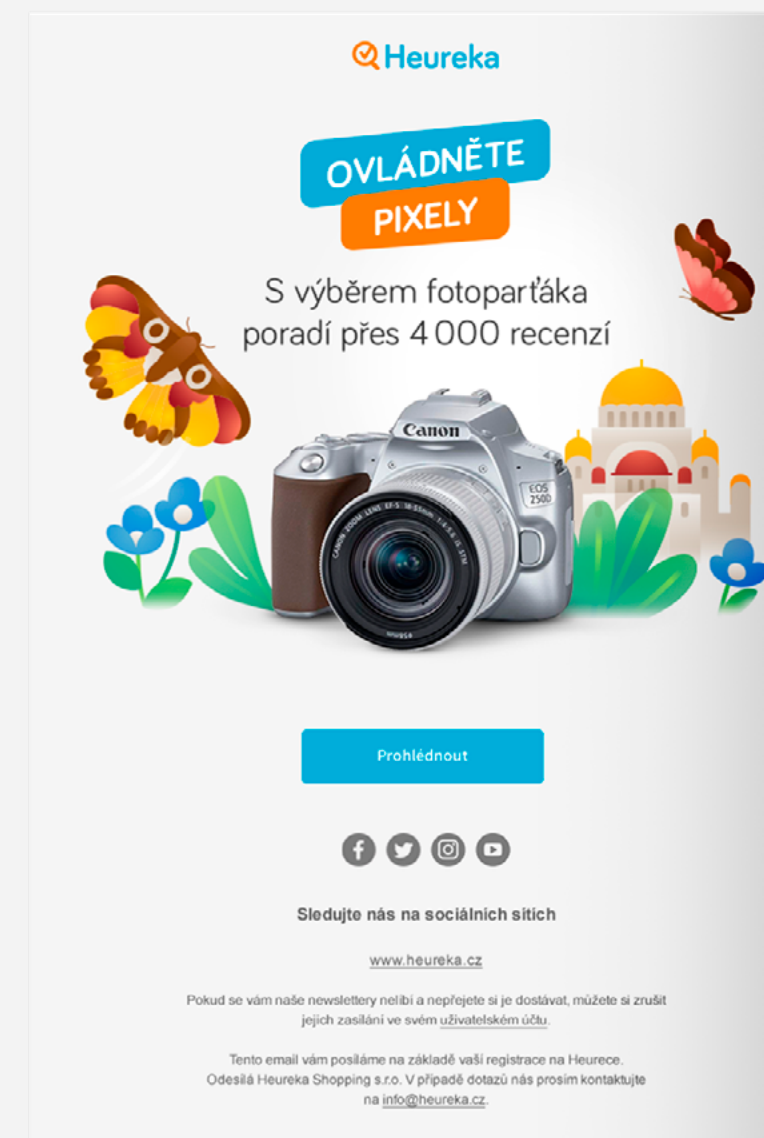


ONLINE — MAILING

Produktový

U produktových / kategorických e-mailů využíváme textových bublin a kombinace ilustrace s reálným produktem.

Kromě ilustrací můžeme pracovat také s fotkou ve výřezu (moodovým obrázkem).

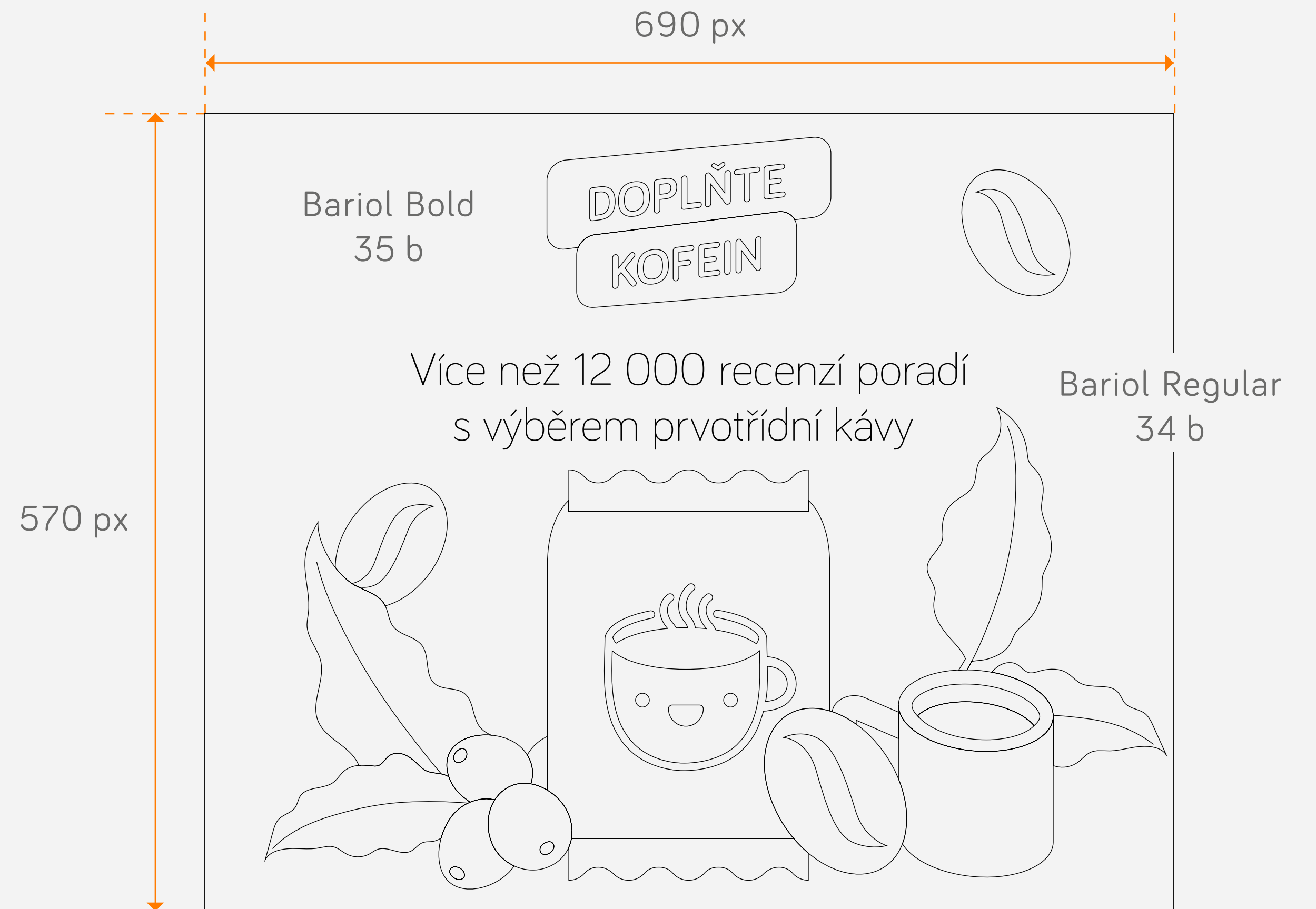


ONLINE — MAILING

Produktový

Formát coveru je 690 × 570 px.
Zajistí se tím vzdušnost.

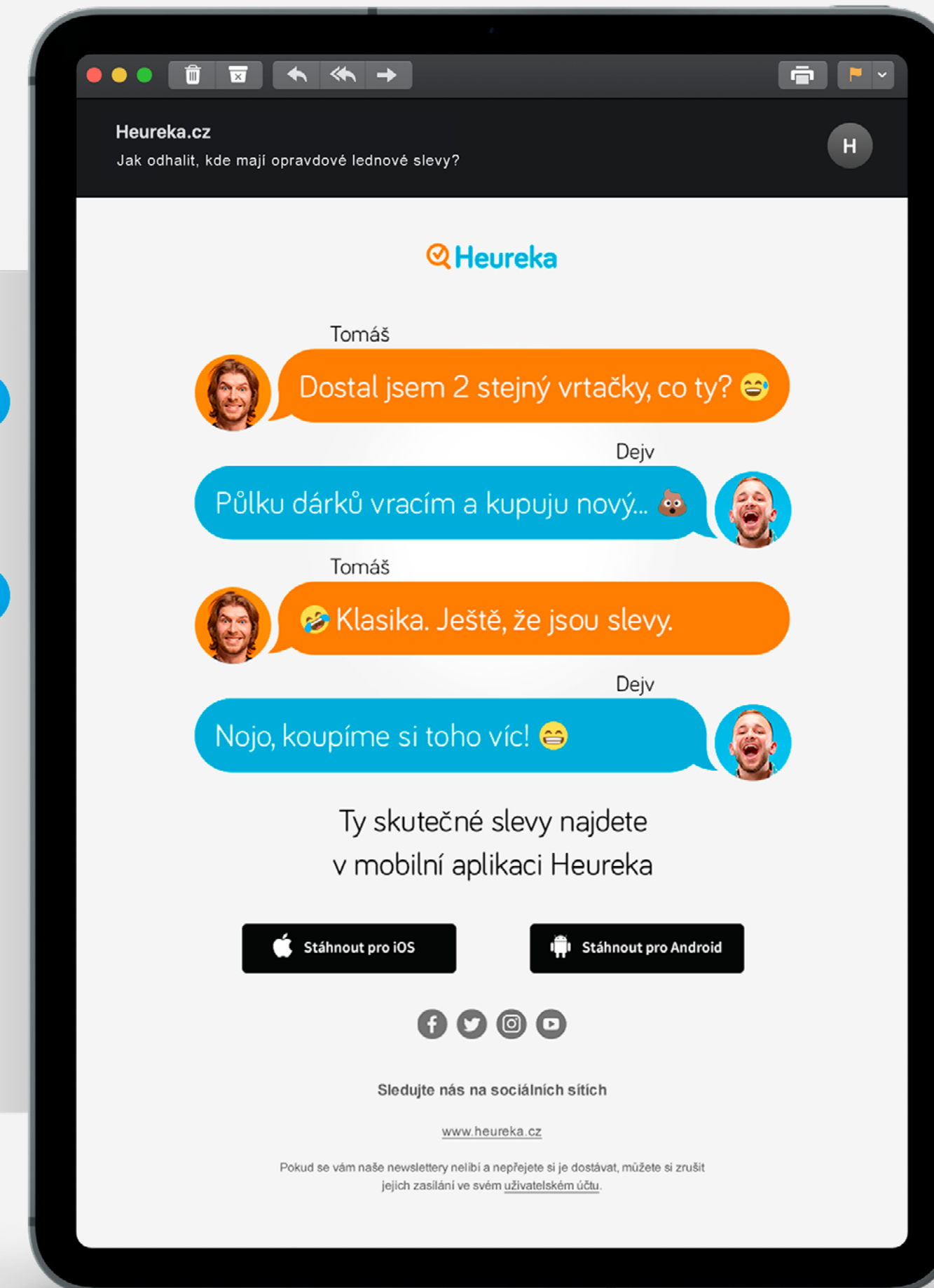
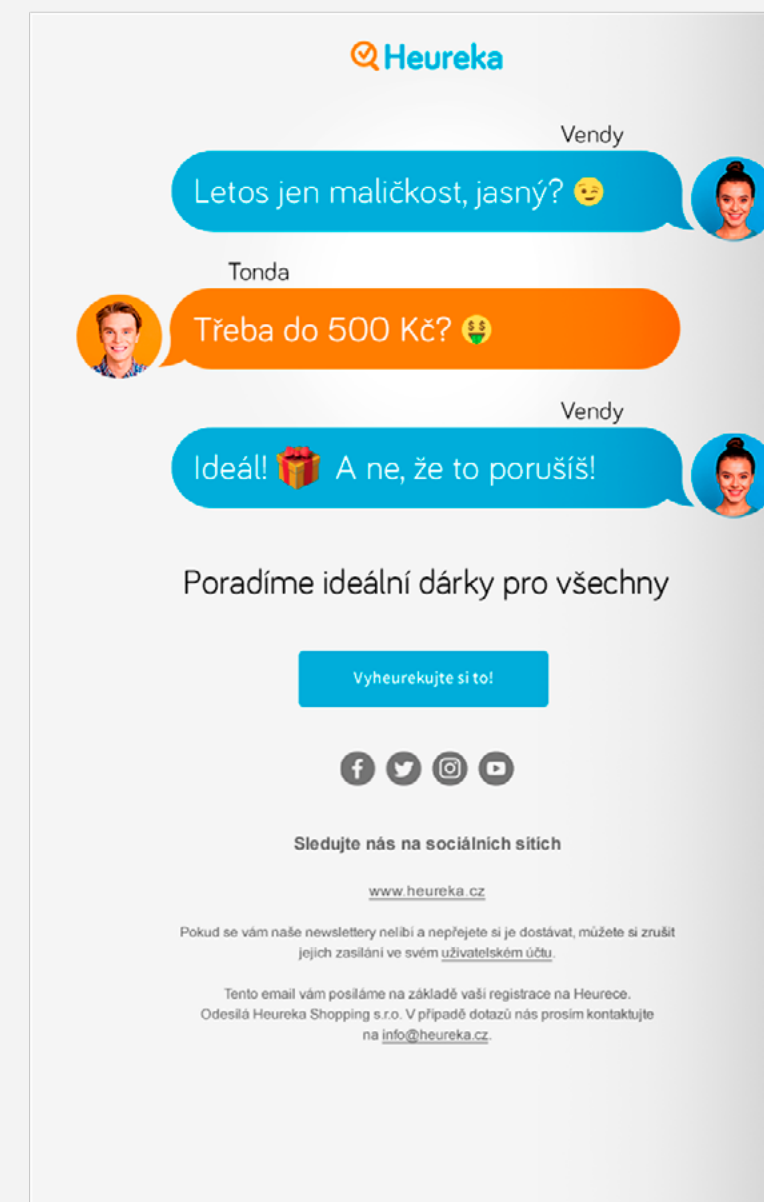
Texty v bublinách mají velikost 35 b
s počtem znaků ≤ 30, subheadline
pak 34 b a počet znaků je ≤ 50.



ONLINE — MAILING

Textový

Textové e-maily používáme
při kampaních.

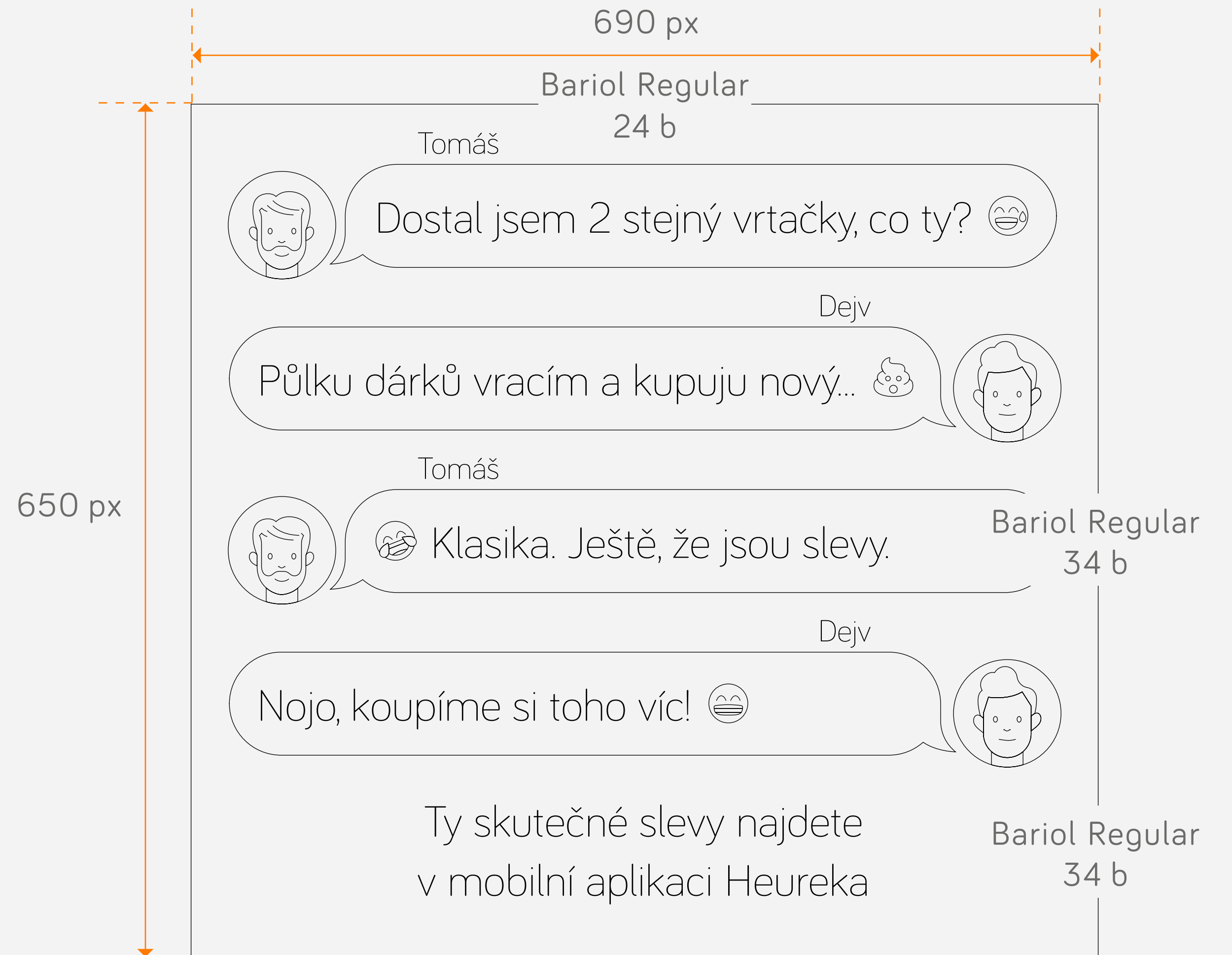


ONLINE — MAILING

Textový

Formát grafiky má 690 px na šířku.
Výška se odvíjí od délky textu.

Texty v bublinách jsou velké 34 b
s ideálním počtem znaků ≤ 40 .
Subheadline má také 34 b,
ale počet znaků je ≤ 70 .
Jméno má pak velikost 24 b.



ONLINE — MAILING

Trigger

Automatické mailingy za použití ilustrací a textových bublin v úvodu.

POHLÍDÁME IDEÁLNÍ CENU

Záleží nám na tom, abyste vždy nakoupili podle svých představ. Sami rozhodněte, za kolik nakoupíte a nastavte si u vybraných produktů hlídače cen ve třech jednoduchých krocích.

Jak nastavím hlídače cen?

Vyhledejte zboží, které si chcete koupit

Xiaomi Redmi Note 7 4GB/64GB
95% ★★★★★ 483 recenzí
Koupit na Heureka 4 780 Kč s DPH

Klikněte na ikonku oka v pravém horním rohu

Xiaomi Redmi Note 7
95% ★★★★★ 483 recenzí
Koupit na Heureka 4 780 Kč s DPH

Nastavte cenu, kterou máme hlídat, a e-mail, kam pošleme upozornění

Hlídat cenu
Zadejte cenu, která je pro vás zajímavá a pokud polítko pod tuto hranici, pošleme vám e-mail.

Heureka
Přidáváme vám 2,5 měsíce na vrácení zboží

TŘI MĚSÍCE NA ROZMYŠLENOU

Potěšilo nás, že jste se rozhodli nakoupit přímo na Heureka. Jako poděkování vám prodlužujeme zákonnou čtrnáctidenní lhůtu na vrácení nerozbaleného zboží o další 2,5 měsíce.

Záleží nám na spokojenosti každého z vás, proto stisknutím tlačítka "Koupit na Heureka" získáváte i spoustu dalších výhod. Na všechny nákupy přes Heureka Košík poskytujeme Garanci nákupu, v níž vám vrátíme peníze a nepříjemnou situaci obrátíme ve váš prospěch.

Vážíme si toho, že nakupujete s námi.

Heureka, váš nákupní rádce

Sledujte nás na sociálních sítích

Heureka
VYHEUREKUJTE TO PRAVÉ

Jsmo rádi, že se s námi chystáte proměnit nakupování v radost. Postaráme se, abyste při výběru zboží měli vždy jistotu, že nesáhnete vedle.

Důvěřujte recenzím a certifikátu **Ověřeno zákazníky**
Je naším posláním poradit vám, které e-shopy dělají svou práci dobře. Dožívají od nás certifikát **Ověřeno zákazníky**. Prozkoumejte kvalitu e-shopů i produktů na základě 6 milionů upřímných recenzí.

148,00 € **Do obchodu**

179,00 € **Do obchodu**

Porovnávejte ceny i vlastnosti produktů
Záleží nám na tom, abyste vždycky vybrali správně. Proto pro vás hledáme ty nejvýhodnější nabídky více než 26 milionů produktů a hodnotíme jejich silně i slabší stránky.

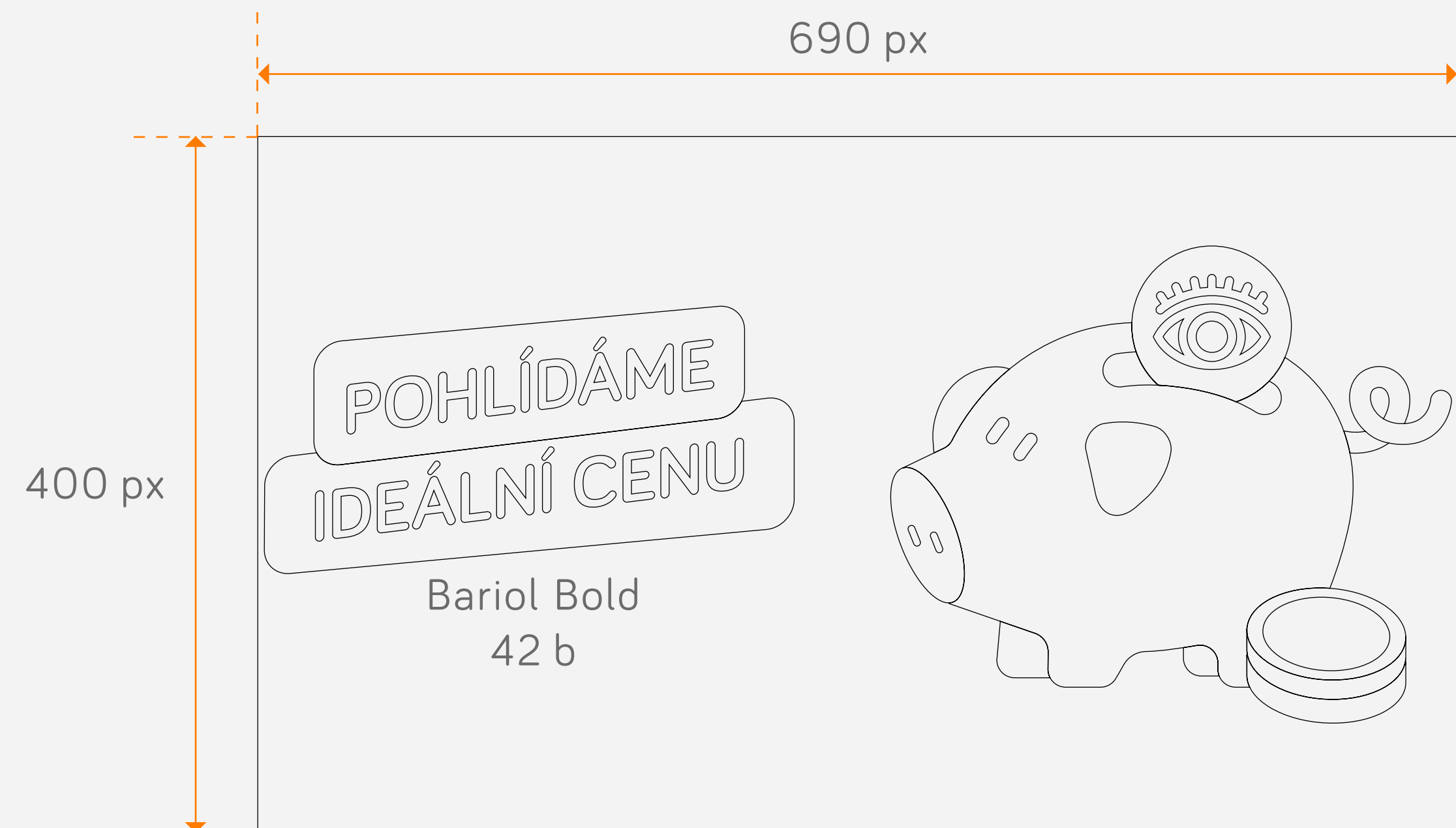
Stáhněte si naši aplikaci
Mrzelo by nás, kdybyste propásli skvělé nabídky. Stáhněte si naši mobilní aplikaci a porovnejte díky čtečce čárových kódů ceny všech produktů na internetu i při nákupu v kamenných prodejnách. Stahujte pro Android nebo iOS a získáte slevy na produkty.

ONLINE — MAILING

Trigger

Formát coveru je 690 × 400 px.
Zajistí se tím vzdušnost.

Texty v bublinách mají oproti
kategorickým mailingům,
kde je potřeba vtěstnat více
informací, velikost 42 b.



ONLINE — SOCIAL

Facebook

Druhy facebookových postů.

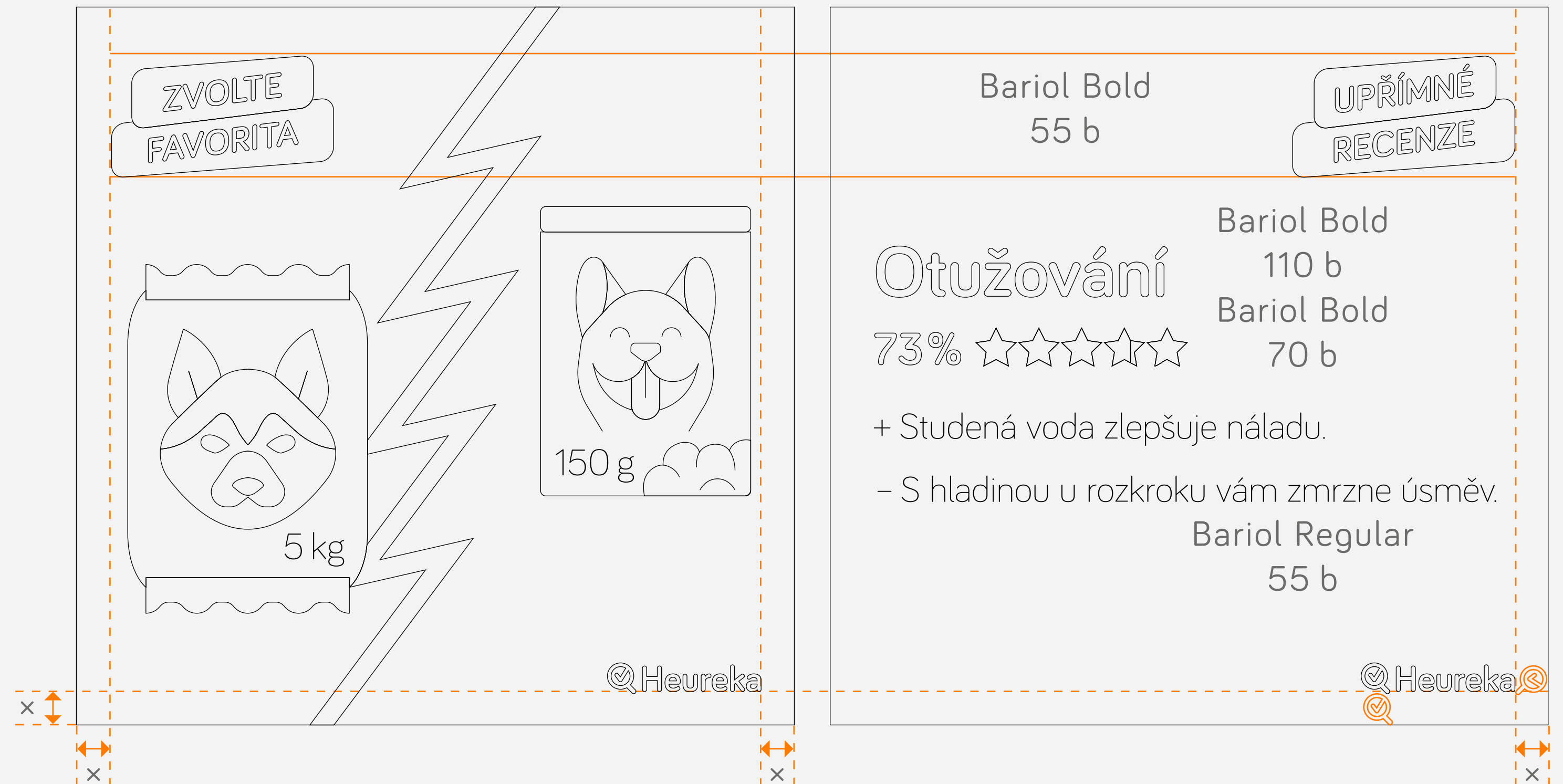


ONLINE — SOCIAL

Facebook

Jednotlivé prvky, jako je logo a texty v bublinách, jsou fixní, aby při prohlížení fotek nedocházelo k odpoutání pozornosti zbytečnou animací.

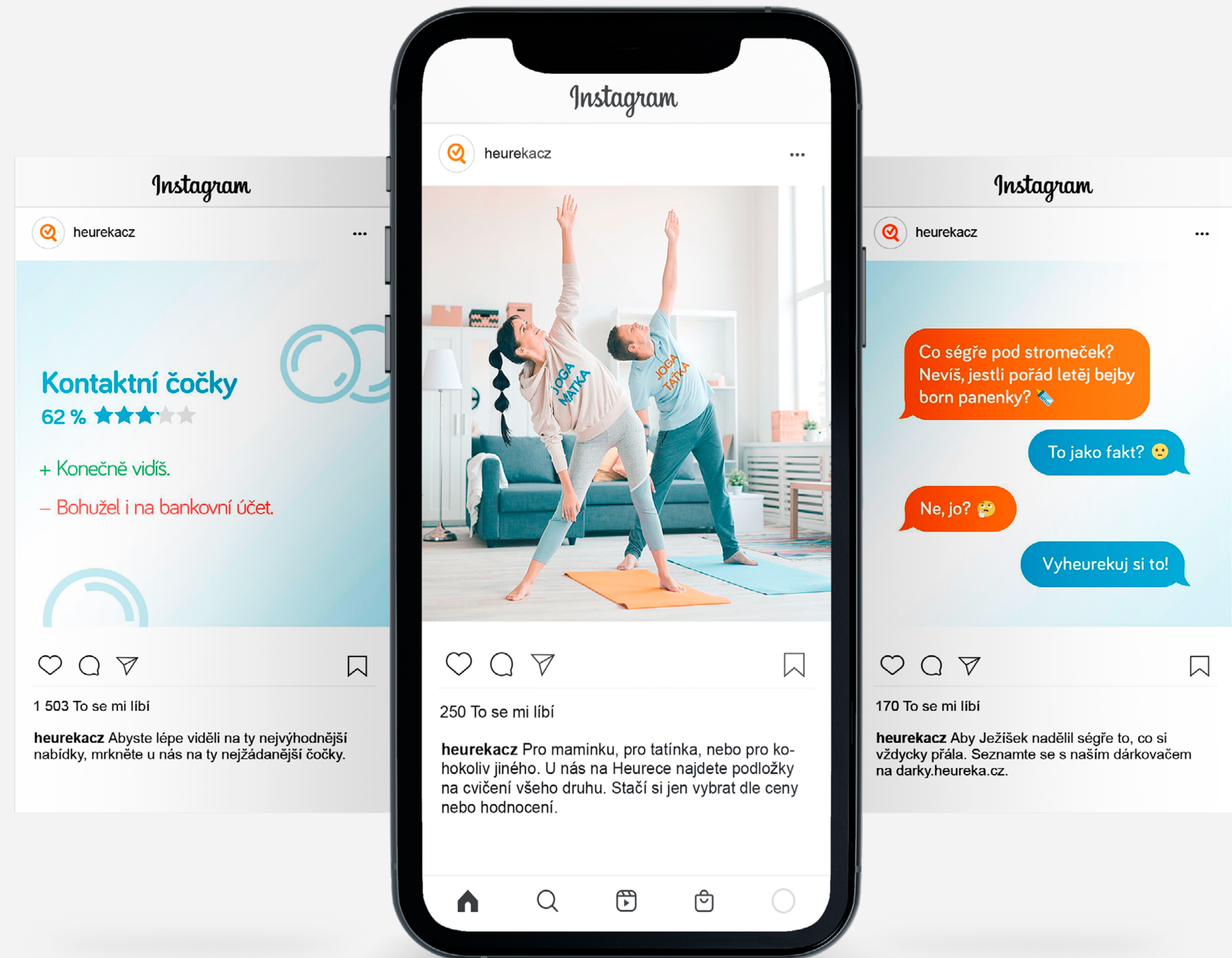
Texty v bublinách mají velikost 55 b.



ONLINE — SOCIAL

Instagramové posty

Příspěvky na instagramu, kde se využívá recenzí, promují kampaně a produkty.



ONLINE — SOCIAL

Instagramové stories

Ve stories komunikujeme recenze, versus, košatou češtinu...



ONLINE — SOCIAL

Instagramové stories

Jednotlivé prvky, jako je logo a texty v bublinách, jsou fixní, aby při uložení do stories nedocházelo k odpoutání pozornosti zbytečnou animací.

Texty v bublinách mají velikost 89 b. Doprovodné texty pak velikost 80 b. Výjimku tvoří recenze, kde se nachází další dvě velikosti — 160 b (headline) a 100 b (procenta).



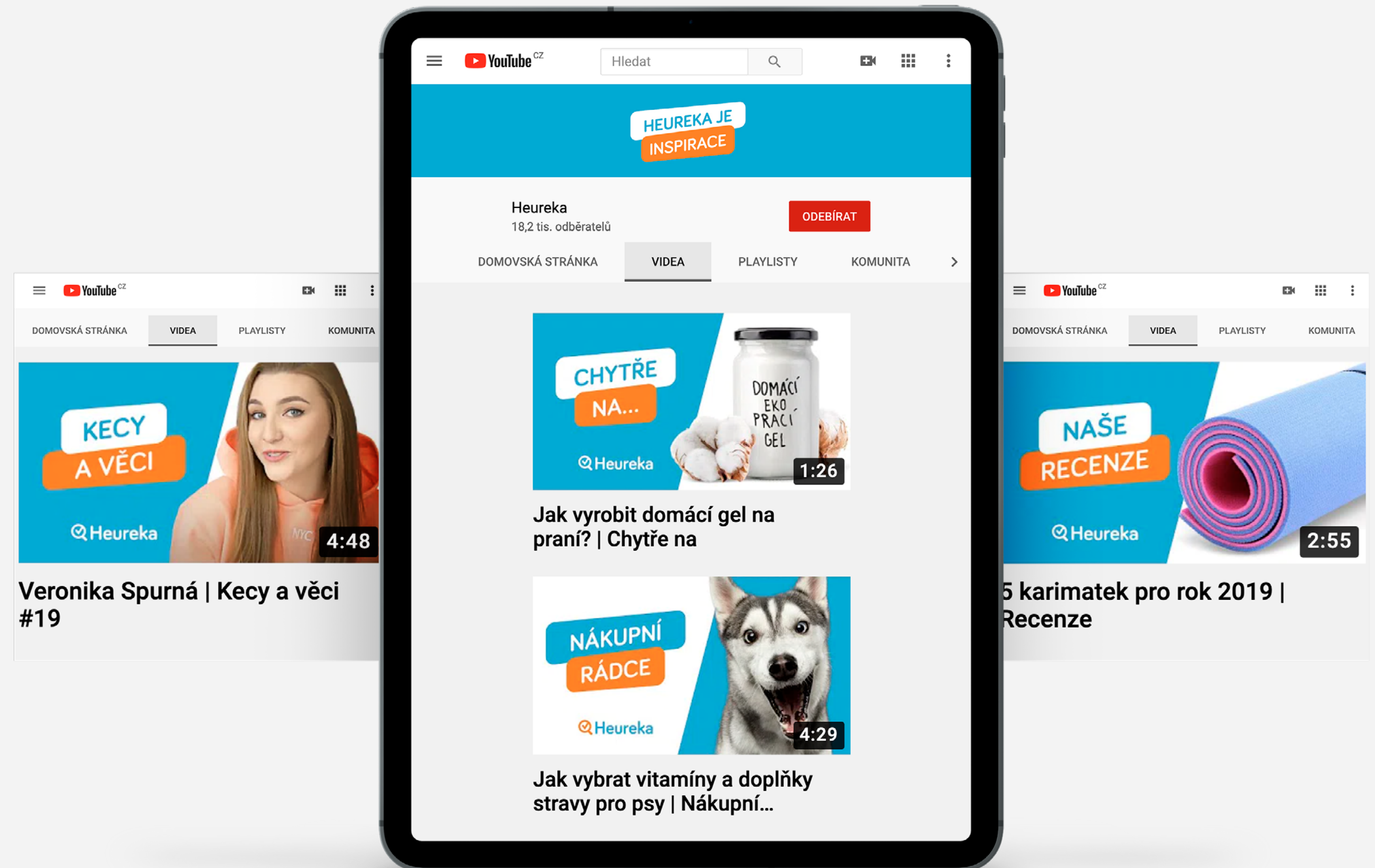
ONLINE — SOCIAL

Youtube

Thumbnaily tvoříme vždy s jasně danými barvami, velikostmi písma a umístěním tak, aby byl kanál jednotný.

Recenze, Kecy a věci, Chytře na... mají vždy modrou levou část, kde je bílé logo s bílou a oranžovou bublinou.

Nákupní rádce má naopak bílou levou část s plnobarevným logem a modrou a oranžovou bublinou.

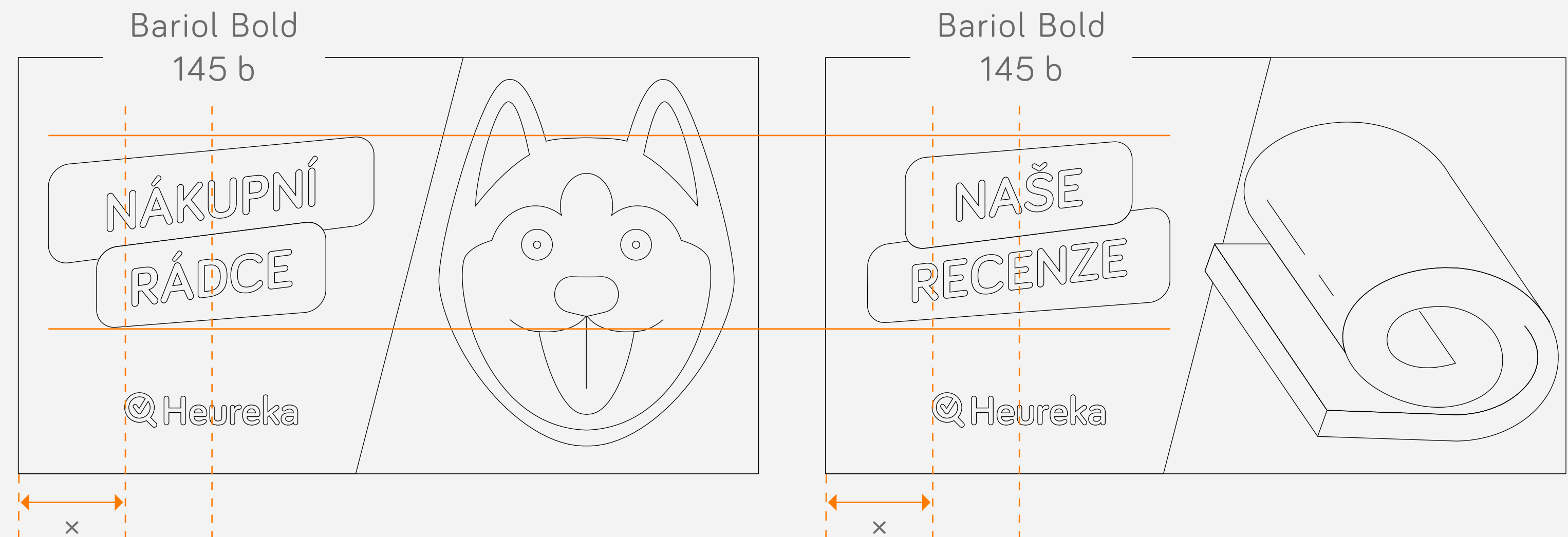


ONLINE — SOCIAL

Youtube

Jednotlivé prvky, jako je logo a texty v bublinách, jsou fixní a vždy se nachází na levé straně. Bubliny vycentrujeme vzhledem k logu.

Texty v bublinách mají velikost 145 b.



ONLINE — SOCIAL

Youtube

Vždy pracujeme s kvalitními fotkami.

Logo i písmo zůstávají ve stejné velikosti na stejném místě.

Použité produkty jsou vždy bez pozadí, ořezané, mají stejnou velikost a zároveň nezakrývají písmo.



COBRANDING

Bannery

Mailing

Social

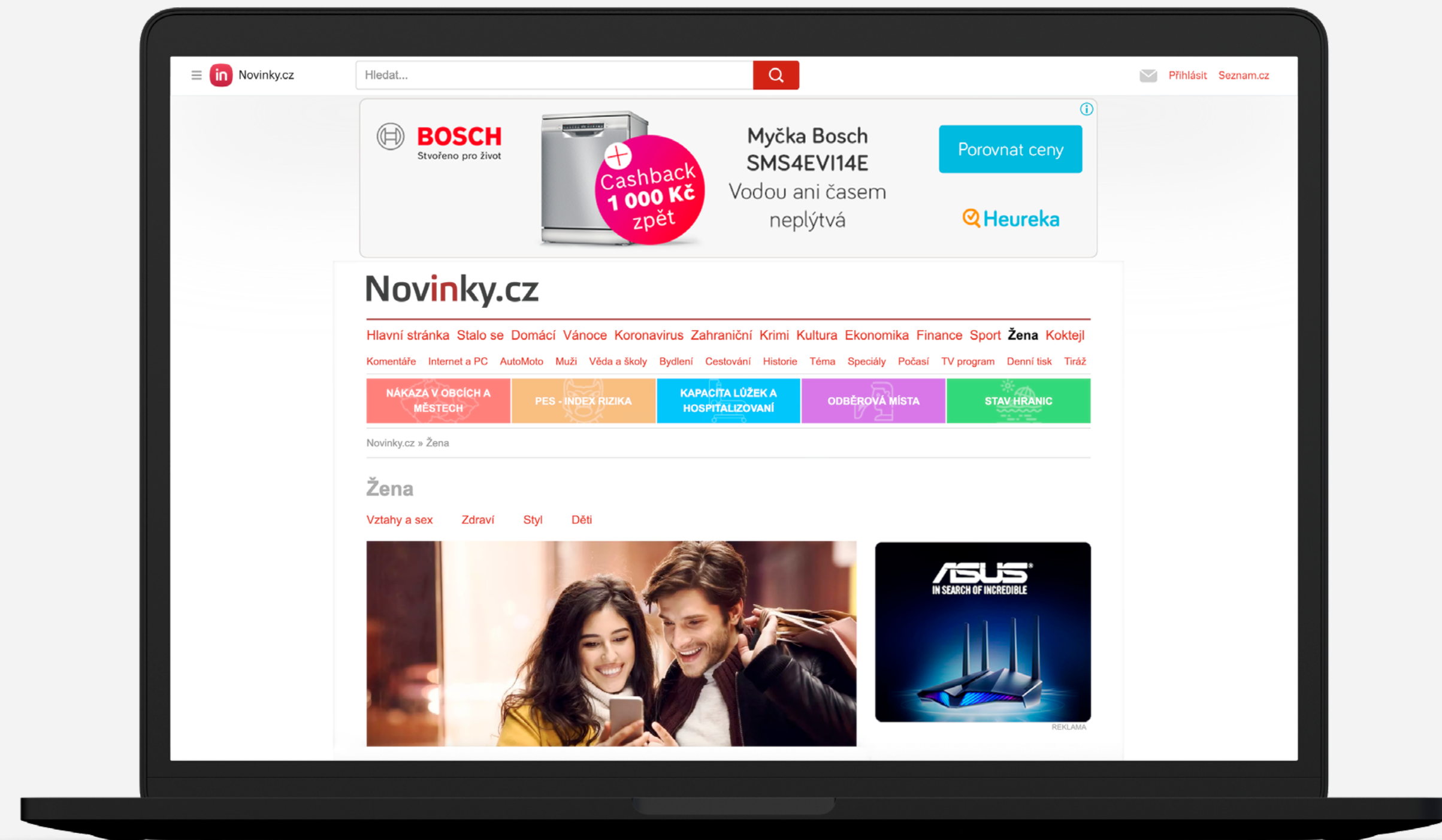
COBRANDING — BANNERY

Specifikace

Obsah banneru vždy přizpůsobujeme jeho velikosti tak, aby všechny prvky byly čitelné.

Při tvorbě dbáme na srozumitelnost, jednoduchost a vzdušnost. Více informací lze rozdělit do více slidů pomocí animace.

Dbáme na to, aby logo Heureka bylo v souladu s manuálem. Stejně je tomu tak u [buttonu](#). Ten má vždy, pokud nejde o Heureka Košík, modrou barvu.



COBRANDING — BANNERY

Příklad

Název produktu

Počet znaků: ≤ 30
Minimální velikost: 7 b

Popis produktu

Počet znaků: ≤ 40
Minimální velikost: 7 b

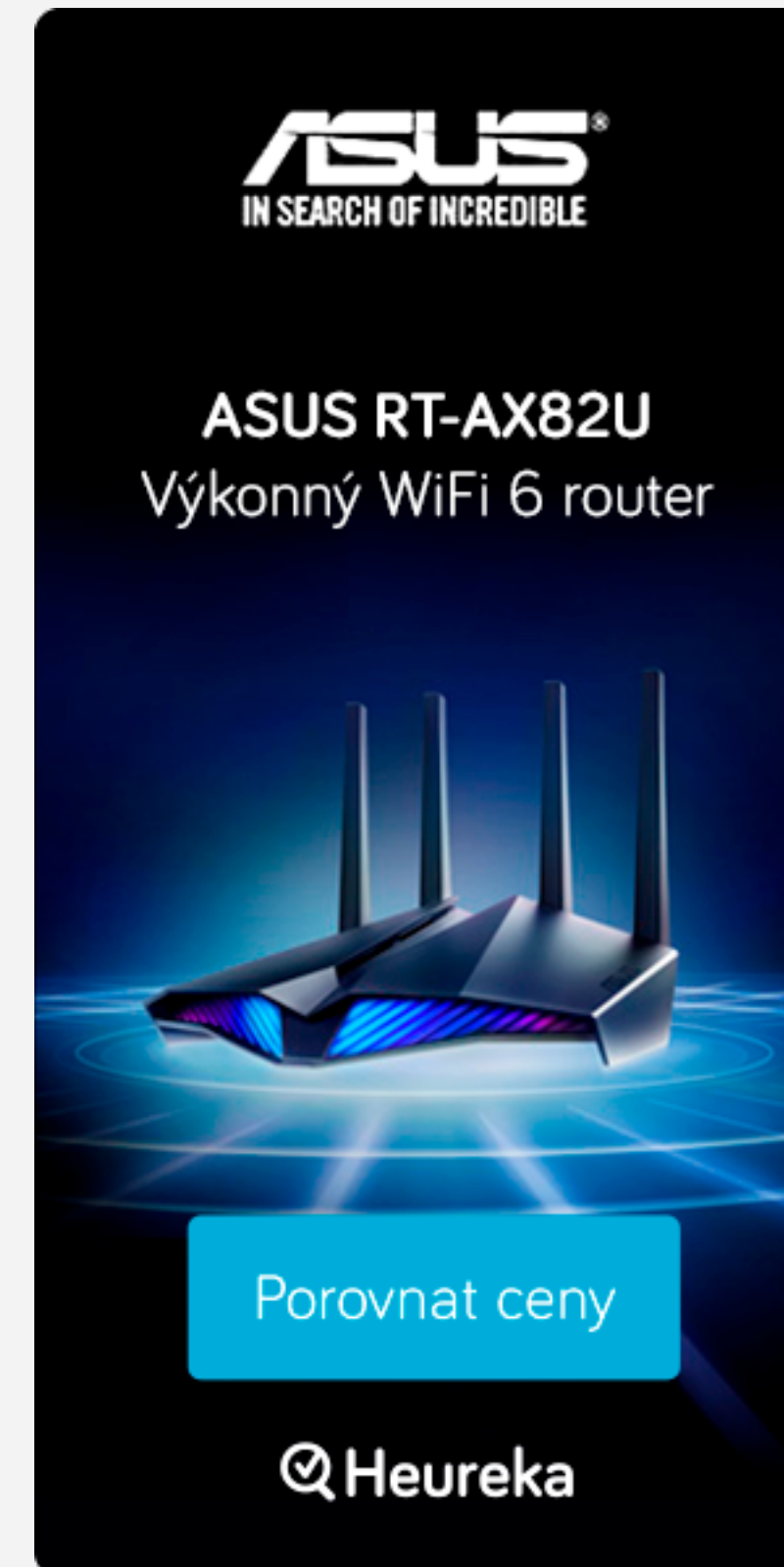
Button

Počet znaků: ≤ 15
Minimální velikost: 7 b

Logo

Vzdálenost od kraje: ≥ ☹
Minimální velikost: 110 px

ANO



NE

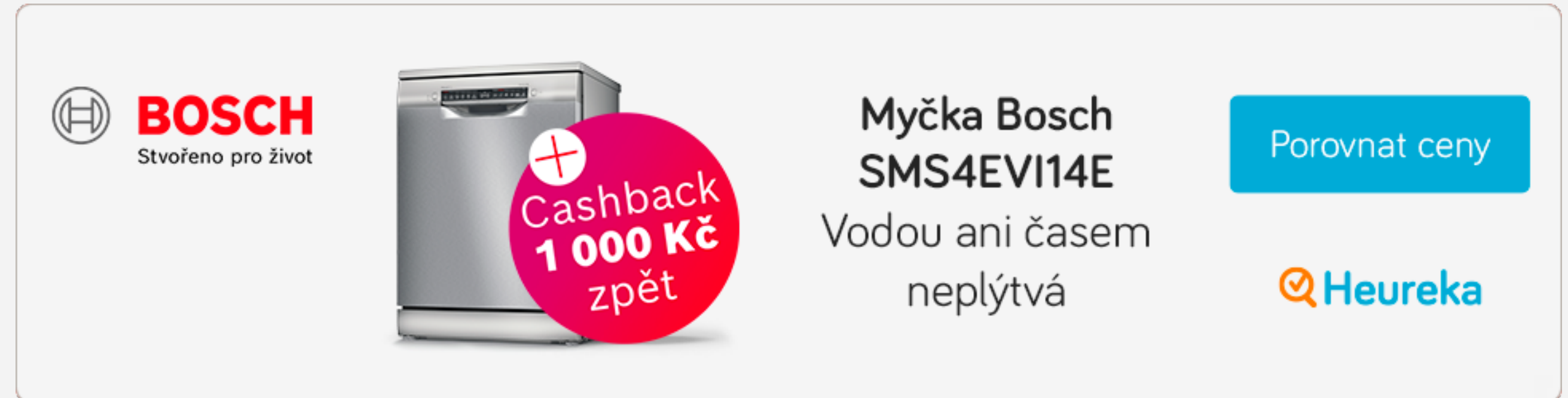


COBRANDING — BANNERY

Příklad

Tvorba je volnější, ale i tak dodržujeme pravidla, jako je nejmenší velikost loga či písma.

Podklad bannerů má zaoblené rohy (□ 10 px), což navazuje na oblost a měkkost bublin, loga a písma.



The banner features the Bosch logo on the left with the tagline "Stvořeno pro život". In the center is a silver dishwasher with a red circular sticker that says "Cashback 1 000 Kč zpět". To the right of the dishwasher, the text reads "Myčka Bosch SMS4EVI14E" and "Vodou ani časem neplýtvá". On the far right, there is a blue button labeled "Porovnat ceny" and the Heureka logo below it.



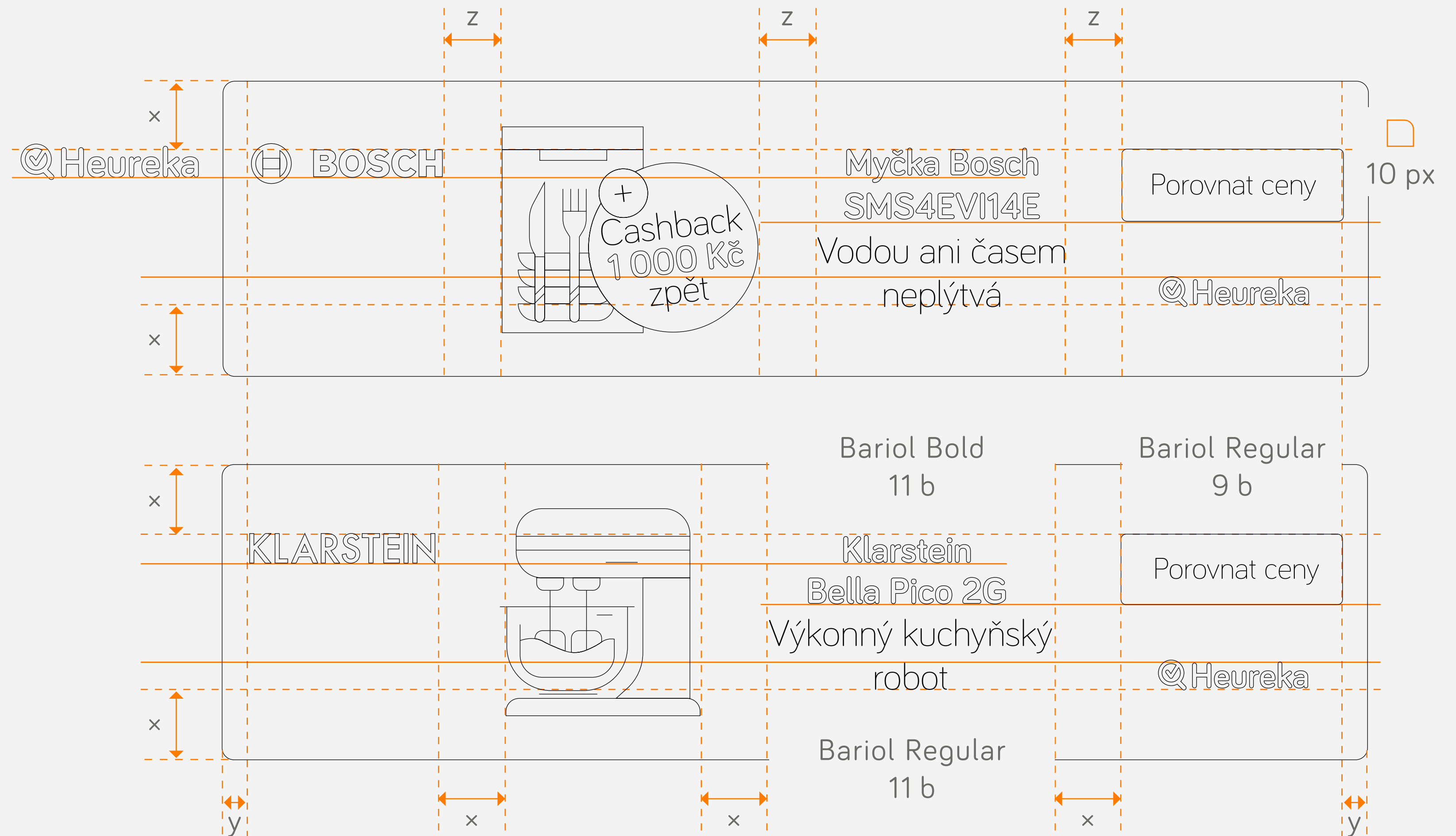
The banner has a solid red background. On the left, the word "KLARSTEIN" is written in white. In the center is a red stand mixer. To the right of the mixer, the text reads "Klarstein Bella Pico 2G" and "Výkonný kuchyňský robot". On the far right, there is a blue button labeled "Porovnat ceny" and the Heureka logo below it.

COBRANDING — BANNERY

Příklad

U cobrandingu docílíme vzdušnosti a harmonie sjednocením písma a velikosti loga Heureka, či zarovnáním.

Ideální je mít co nejméně řezů a velikostí písem. Minimální velikost písma je 7 b u malých formátů, ideální velikost pak 10 b a více.



COBRANDING — BANNERY

Responzivní bannery

Abychom předešli nečitelnosti textů, či nerozpoznatelnosti obrázku u responzivních bannerů, navrhujeme kreativitu bez textu i tlačítka. Nástroj si obojí vygeneruje sám.

Rozměry

1200 × 1200 px

1200 × 628 px

ANO



The banner features a clear image of the Bosch SMV8YCX01E dishwasher on the left. To its right is a large, prominent red circular badge with a white plus sign and the text 'Cashback 1 000 Kč zpět'. In the top right corner, the Bosch logo and slogan 'Stvořeno pro život' are visible. Below the image, the product name 'Bosch SMV8YCX01E' is displayed in bold. At the bottom left, there is an orange magnifying glass icon with a checkmark and the text 'Chytrá domácnost pro snadnější život'. A blue circular arrow icon is positioned at the bottom right.

NE



The banner shows the Bosch SMV8YCX01E dishwasher in a kitchen setting. A large red circular badge in the top left corner reads 'Cashback 2 000 Kč zpět'. The Bosch logo and slogan are in the top right. Text on the right side of the image reads 'Jsem myčka Bosch SMV8YCX01E. Vodou ani časem neplýtvám.' Below this text is an orange button labeled 'Srovnajte ceny'. At the bottom, the product name 'Bosch SMV8YCX01E' is shown in bold. The bottom left features an orange magnifying glass icon with a checkmark and the text 'Chytrá domácnost pro snadnější život'. An orange circular arrow icon is at the bottom right.

COBRANDING — BANNERY

Další formáty

GDN

300 × 250 px

480 × 300 px

160 × 600 px

300 × 600 px

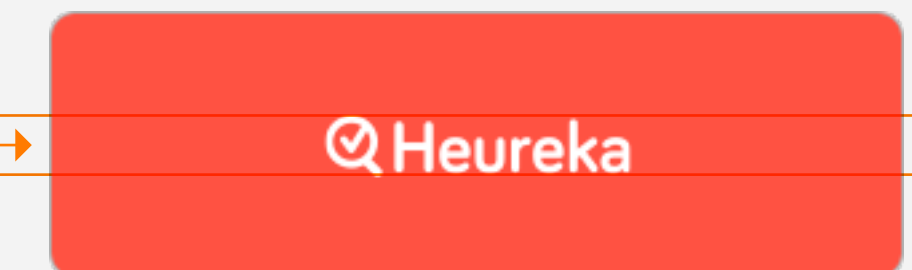
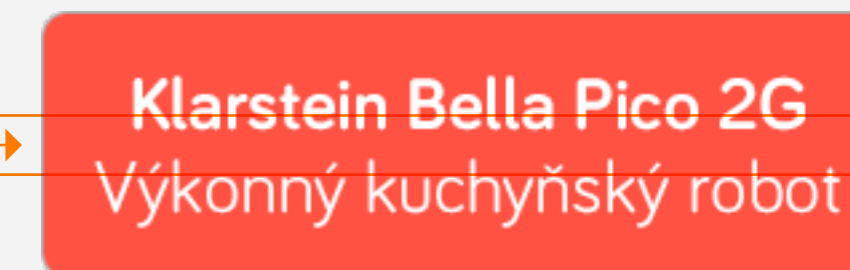
728 × 90 px

970 × 250 px

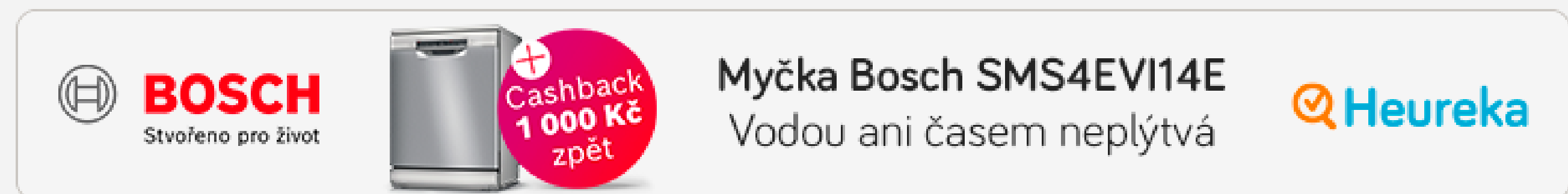
Velikost: ≤ 150 Kb



Bariol Bold/Regular
9 b



Bariol Bold/Regular
10 b

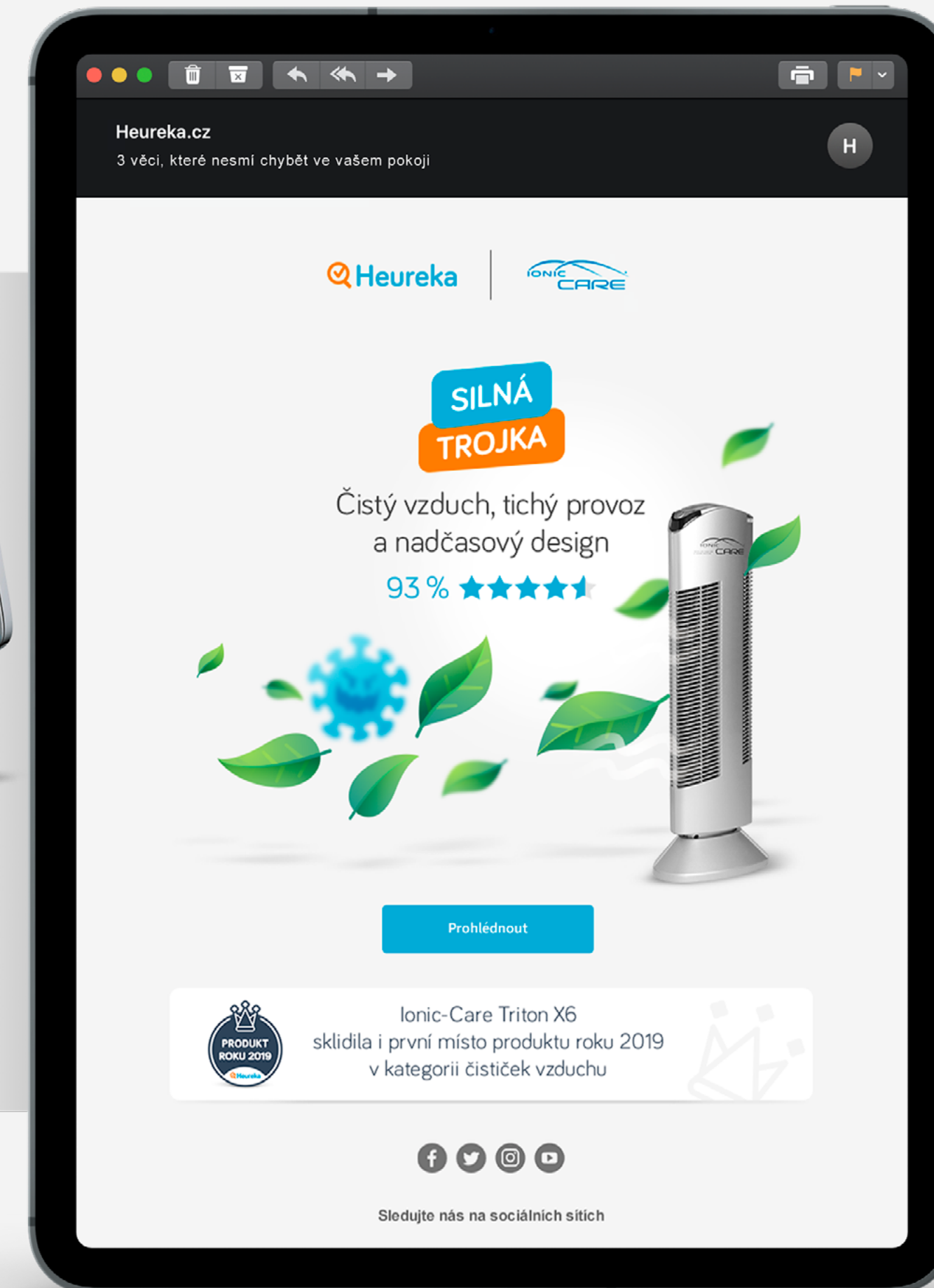
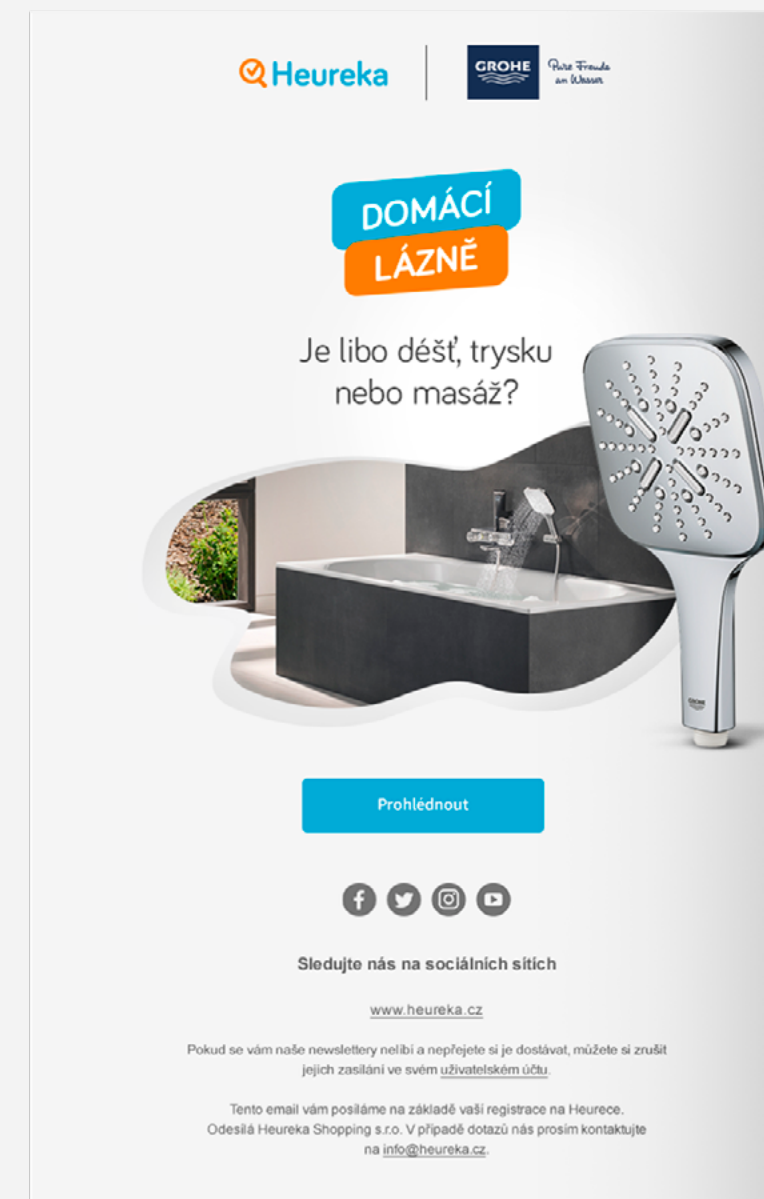


Bariol Bold/Regular
8 b

COBRANDING — MAILING

Vendorský mailing

V duchu Heureka mailů používáme textové bubliny, hodnocení a loga značek.



COBRANDING — MAILING

Specifikace

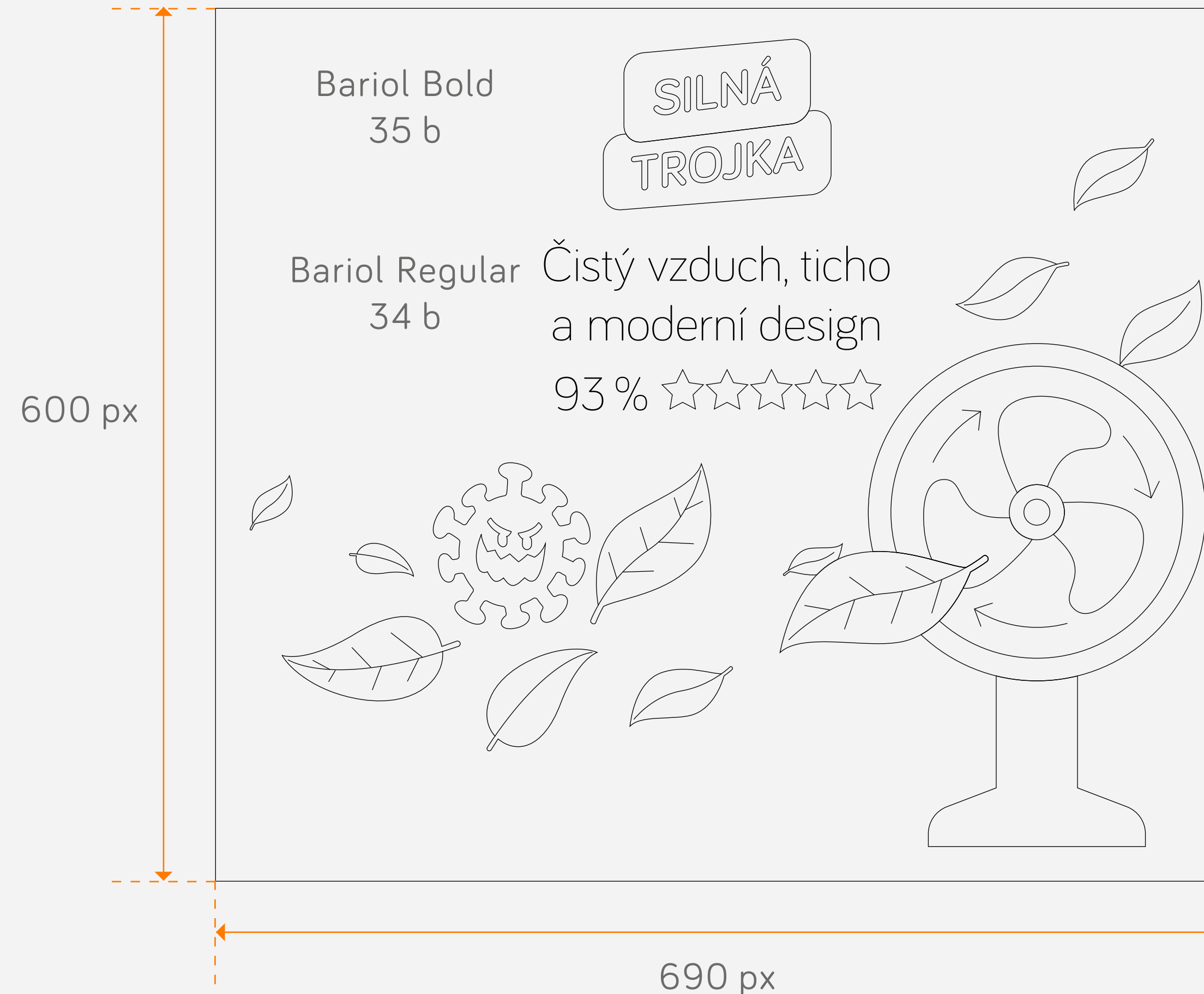
Formát coveru je 690 × 600 px.
Zajistí se tím vzdušnost.

Texty v bublinách mají
velikost 35 b s počtem znaků ≤ 30,
subheadline a případné hodnocení
pak 34 b a počet znaků ≤ 50.

Logo klienta je umístěno v hlavičce
vedle loga Heureka a nemělo by
přesáhnout velikost 160 × 60 px.

Heureka

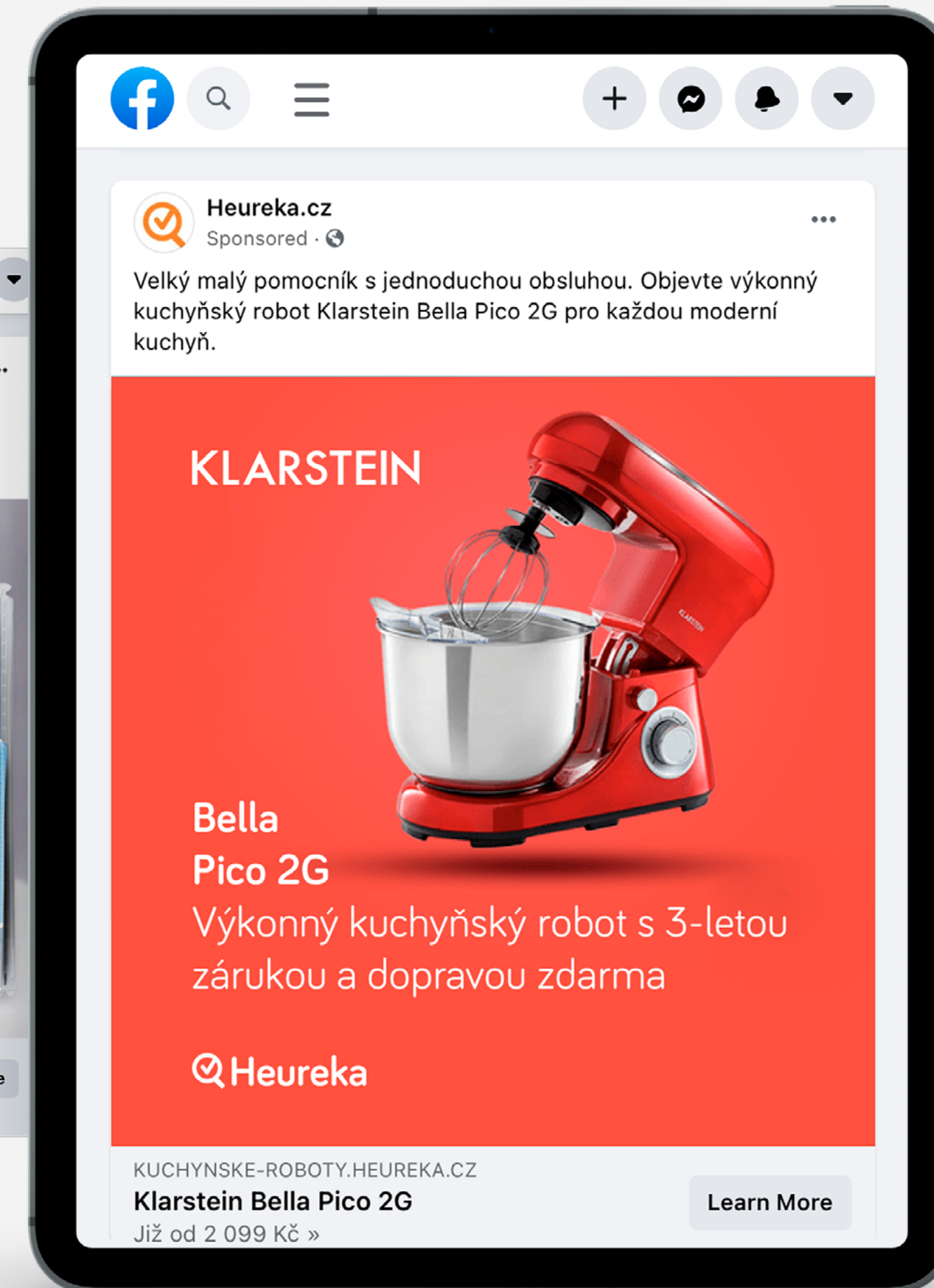
160×60 px



COBRANDING — SOCIAL

Facebook

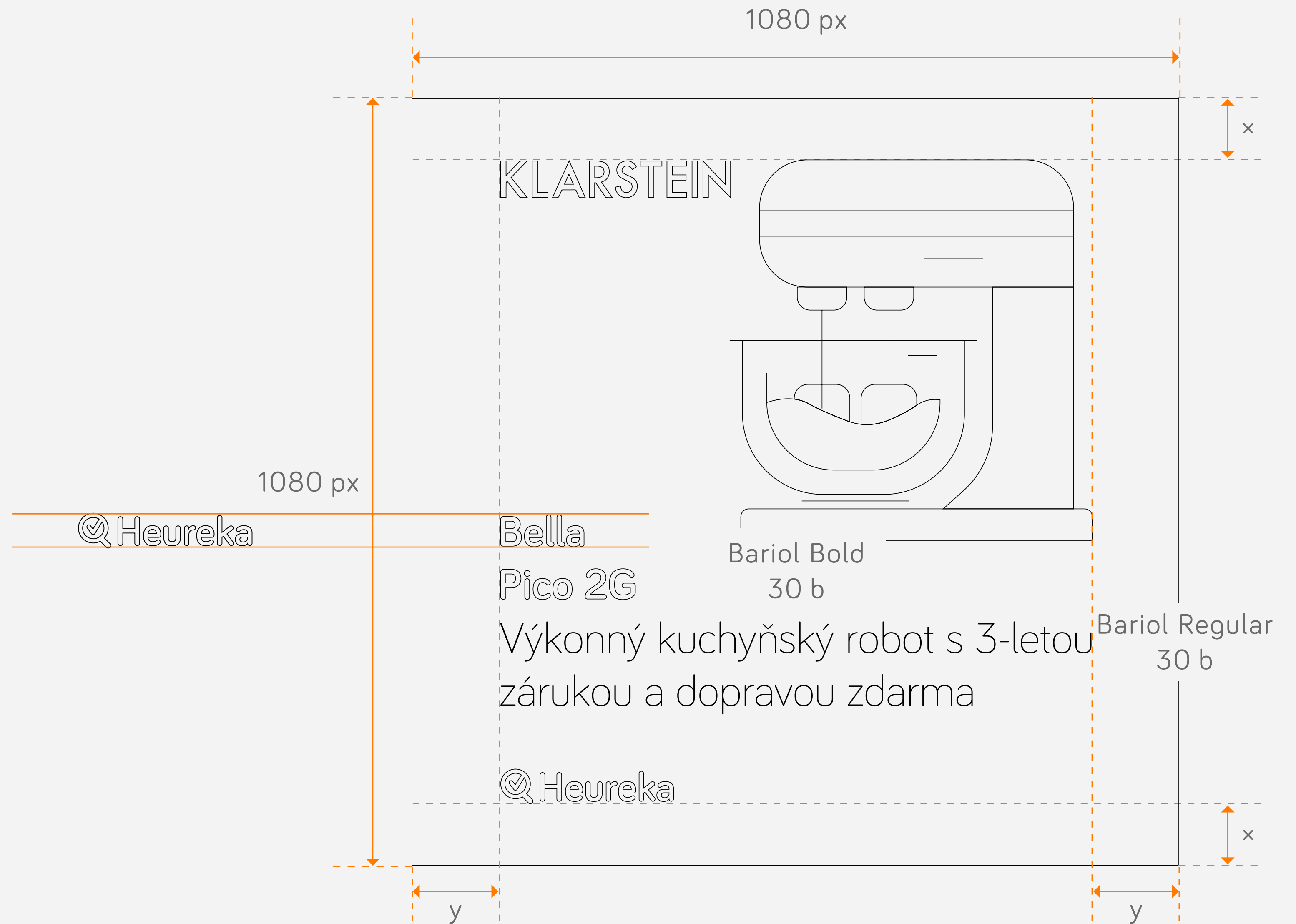
Sponzorované příspěvky na Facebooku tvoříme stejně jako bannery. Snažíme se o jednotný styl, ať už jde o cobrand kartáčků, nebo kuchyňských robotů.



COBRANDING — SOCIAL

Facebook

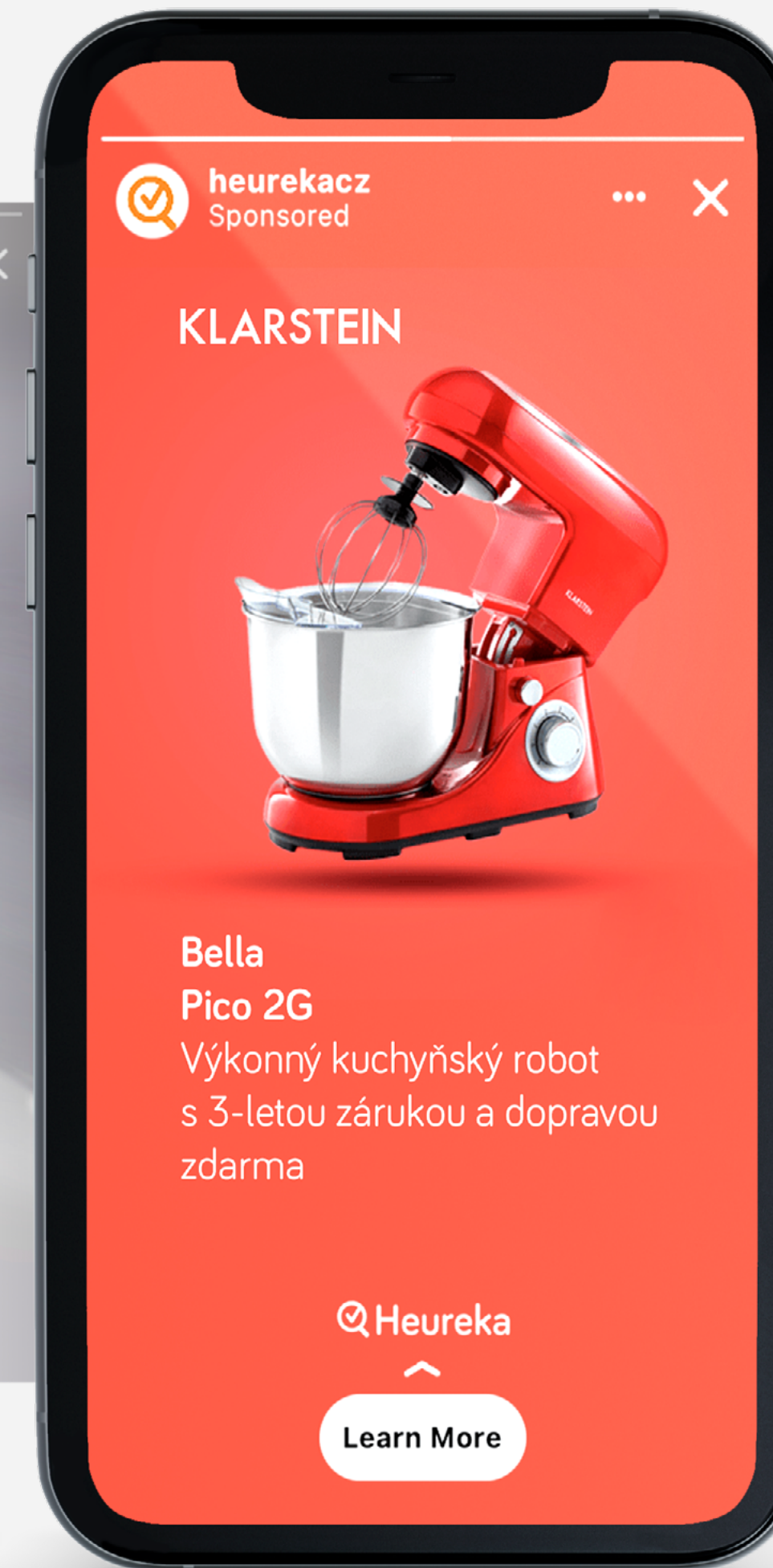
Harmonie a vzdušnosti docílíme
sjednocením písma a velikosti
loga Heureka, či zarovnáním.



COBRANDING — SOCIAL

Instagramové stories

Se stories pracujeme stejně jako s bannery a facebookovými příspěvky. Snažíme se o jednotný styl, ať už jde o cobrand kartáčků, nebo kuchyňských robotů.

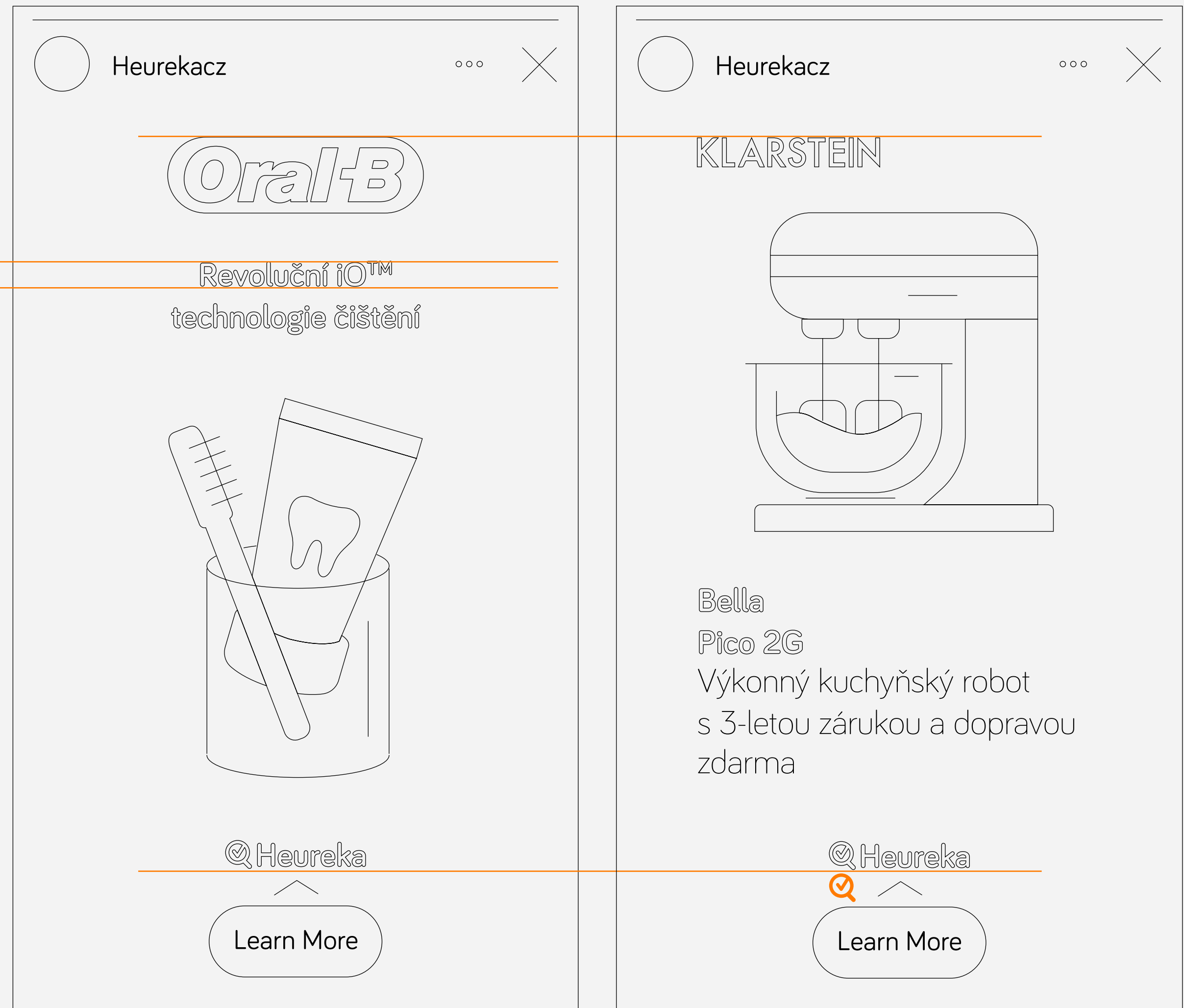


COBRANDING — SOCIAL

Instagramové stories

Logo Heureky je fixní, aby při uložení do stories nedocházelo k odpoutání pozornosti zbytečnou animací.

Harmonie a vzdušnosti docílíme sjednocením písma a velikosti loga Heureka, či zarovnáním.



PRÁCE S TEXTEM

Pravidla při psaní textů

Vyheurekavat

PRÁCE S TEXTEM

Pravidla při psaní textů

Jsme vždy Heureka, nikdy Heuréka.

Našim zákazníkům v textech vykáme a zároveň nepoužíváme velká písmena ve slovech jako „vy“ nebo „vaši“.

Používáme spisovnou češtinu i tam, kde by bylo kůl použít voprsklej slang.

Objevil se nám tady takový nešvar. Sprostá slova nikdy nepíšeme.

PRÁCE S TEXTEM

Vyheurekovat

Vyheurekovat = verb., 3. třída, proces využití serveru [Heureka.cz](https://heureka.cz) během nákupu na internetu. Možné užití ve významu hledání inspirace, hledání vhodného produktu, zjišťování důležitých informací o kategorii produktů a jejich specifikací, hledání vhodného obchodu na internetu k zakoupení.

Příklad:

Letos jsem vyheurekoval dárky k Vánocům úplně pro všechny.



marketing@heureka.cz