

VISTA SECRET

BRANDMANUÁL

BRAND STRATÉGIA

NÁZOV ZNAČKY

IDEA ZNAČKY

HODNOTY ZNAČKY

TONE OF VOICE

SLOGAN

CIELE ZNAČKY

CIEĽOVÁ SKUPINA

VIZUÁLNA IDENTITA

LOGOTYP

LOGO

SYMBOL

VARIANTY LOGA

OCHRANNÁ ZÓNA

FAREBNÉ VARIANTY LOGA

NESPRÁVNE POUŽITIE LOGA

FAREBNÁ PALETA

PRIMÁRNA PALETA

SEKUNDÁRNA PALETA

TYPOGRAFIA

PRIMÁRNY FONT

SEKUNDÁRNY FONT

FAREBNÉ VARIANTY TEXTOV

GRAFICKÉ PRVKY A OBRAZOVÝ ŠTÝL

PATTERNY A ELEMENTY

FOTOGRAFIE

APLIKOVANIE VIZUÁLNEJ IDENTITY

DIGITÁLNE PROSTREDIE

BRAND STRATÉGIA

NÁZOV ZNAČKY

Oficiálny a konzistentný názov značky, ktorý sa používa vo všetkých komunikačných materiáloch. Uvádza sa aj prípadné skrátené alebo alternatívne podoby.

VISTA SECRET

Názov vznikol spojením slov „vista“ (výhľad) a „secret“ (tajomstvo). Má medzinárodný a ženský nádych a zároveň vyvoláva zvedavosť. Je ľahko vysloviteľný v rôznych jazykoch, jednoducho zapamätateľný a odráža intímnu podstatu projektu.

IDEA ZNAČKY

Základná myšlienka, ktorá stojí za značkou a všetkou jej komunikáciou. Predstavuje emocionálne jadro značky a to, čo má značka vyvolávať v myšliach ľudí.

VISTA SECRET

Značka stojí na myšlienke objavovania toho najskrytejšieho, najtajomnejšieho a najkrajšieho v každej žene.

VISTA SECRET nie je iba kolekcia fotografií – je to rituál.

Cez objektív fotografky sa ženy uvidia inak: so súcitom, obdivom a novým pochopením. Je to vizuálne zachytenie ich autenticity, ženskosti, zraniteľnosti a sily.

HODNOTY ZNAČKY

Značka stojí na pevných hodnotách, ktoré sú základom jej komunikácie, produktov aj prístupu k zákazníkom:

- Dôvera – transparentnosť a spoľahlivosť vo všetkom, čo robíme.
- Jednoduchosť – zrozumiteľná komunikácia a jasné riešenia.
- Inovácia – otvorenosť novým prístupom a zlepšovaniu.
- Prepojenie – budovanie skutočných vzťahov a partnerstiev.

INTIMITA – každá žena má právo na bezpečný priestor pre svoju zraniteľnosť.

AUTENTICITA – nič nie je inscenované. prirodzenosť je cieľ.

REŠPEKT – ku klientke, ženskému telu a emóci.

UMENIE – výsledné fotografie nie sú produkt, ale umelecké dielo.

SILNÉ PREPOJENIE – medzi fotografkou a modelkou, postavené na dôvere.

TONE OF VOICE

Značka komunikuje jasne, priateľsky a autenticky.
Používa jednoduchý, ľudský jazyk a zrozumiteľný tón.
Tým vytvára dôveru, podporuje otvorenosť a zblízuje sa so svojou komunitou.

VISTA SECRET komunikuje jemne, nežne, s nádychom poézie.

Jazyk je introspektívny, rešpektujúci a zároveň zmyselný.

Slová sú minimalistické, bez zbytočného pátosu.

Namiesto opisovania fotografie ju evokujú.

Komunikácia je osobná, takmer vnútorne priama – prihovára sa priamo „tebe“.

SLOGAN

Krátka a zapamätateľná veta alebo fráza, ktorá vystihuje posolstvo a energiu značky.

Značka zámerne nepoužíva slogan. Komunikuje obrazom, emóciou, svetlom a intimitou. Každá fotografia hovorí sama za seba.

Jedna veta stačí:

„Ak chceš vidieť svoju vista secret stránku, vyplň formulár...“

CIELE ZNAČKY

Ciele značky predstavujú konkrétne ambície, ktoré chce značka dosiahnuť v rámci svojho rozvoja, pôsobenia na trhu a vzťahu so zákazníkmi. Pomáhajú premeniť víziu na merateľné kroky a dávajú značke strategický smer.

Dlhodobé:

- Upevniť VISTA SECRET ako uznávanú umeleckú značku
- Organizovať výstavy alebo vydať umeleckú knihu
- Prepájať poéziu s fotografiou
- Vytvoriť priestor, kde sa ženy cítia v bezpečí a posilnené vo svojej zraniteľnosti

CIEĽOVÁ SKUPINA

Značka je určená pre ľudí, ktorí oceňujú kvalitu, spoľahlivosť a konzistentný prístup. Cieľová skupina je definovaná podľa potrieb, správania a životného štýlu zákazníkov. Komunikácia je vždy prispôbená ich jazyku a hodnotám.

Značka je určená výhradne ženám približne vo veku 18–50 rokov, ktoré hľadajú hĺbku, estetiku, zážitok a sebapoznanie.

Prednostne nezávislé, sebavedomé ženy; umelkyne, podnikateľky, ženy na životnej križovatke; ženy, ktoré nehľadajú „len fotku“, ale osobný moment, skúsenosť alebo premenu.

VIZUÁLNA IDENTITA

VIZUÁLNA IDENTITA

Vizuálna identita predstavuje základný nástroj, prostredníctvom ktorého značka komunikuje svoj charakter, hodnoty a jedinečnosť navonok. Pomáha vytvárať konzistentný a zapamätateľný dojem, ktorý podporuje rozpoznateľnosť a dôveryhodnosť značky.

Jej súčasťou sú kľúčové prvky – logo, farebná paleta, typografia, ikonografia, vzory, kompozičné pravidlá a štýlové odporúčania. Tieto prvky spolu vytvárajú jednotný vizuálny jazyk, ktorý sa uplatňuje v digitálnych aj tlačených formátoch, marketingových materiáloch, na sociálnych sieťach či v priestore.

Cieľom vizuálnej identity je zabezpečiť, aby značka pôsobila jednotne, profesionálne a rozpoznateľne bez ohľadu na kontext, v ktorom sa prezentuje.

Vizuálna identita značky Vista Secret vychádza z jemnosti, intimity a estetickej čistoty. Jej cieľom je sprostredkovať jedinečný pocit bezpečia, ženskosti a tajomstva prostredníctvom vizuálneho jazyka, ktorý je minimalistický, elegantný a zmyselný zároveň.

Základom identity je logo v horizontálnom a vertikálnom variante, doplnené o decentnú farebnú paletu tvorenú kontrastom tmavých, tlmených a svetlých neutrálnych tónov. Typografia kombinuje klasickú eleganciu s modernou čistotou, čo vytvára nadčasový a sofistikovaný dojem.

Vizuálny jazyk je postavený na jednoduchej kompozícii, práci so svetlom, tieňom a jemných detailoch. Fotografia ako kľúčový prvok identity vyjadruje emócie bez slov – prináša autenticitu, intimitu a umelecký zážitok.

Cieľom vizuálnej identity je posilniť emocionálne prepojenie so značkou, vyzdvihnúť jej jedinečný charakter a vytvoriť silný, rozpoznateľný a konzistentný vizuálny prejav vo všetkých formách komunikácie.

LOGO

Logo je najdôležitejší vizuálny prvok značky.
Predstavuje ju vo všetkých komunikačných kanáloch
a zabezpečuje jej okamžitú rozpoznateľnosť.

Aby si značka zachovala konzistentný vizuálny prejav,
logo sa musí používať v presne definovaných podobách
a nesmie sa akokoľvek deformovať, meniť alebo dopĺňať
neschválenými prvkami.



SYMBOL

Symbol je zjednodušená verzia loga, určená na použitie v menších formátoch – napríklad vo faviconách, mobilných aplikáciách, profilových obrázkoch na sociálnych sieťach alebo ako samostatný grafický prvok. Používa sa v situáciách, kde by celé logo bolo nečitateľné alebo príliš zložité.



VARIANTY LOGA

Logo môže existovať v niekoľkých variantách, ktoré zabezpečujú jeho flexibilné použitie v rôznych formátoch a prostrediach:

- Primárna verzia loga – základná podoba, ktorá sa používa najčastejšie.
- Sekundárna verzia / skrátené logo – kompaktný variant pre priestory s obmedzeným miestom.

Správne používanie jednotlivých verzií loga pomáha zachovať vizuálnu konzistentnosť.



OCHRANNÁ ZÓNA LOGA

Okolo loga musí byť vždy zachovaný ochranný priestor, v ktorom sa nesmie nachádzať žiadny iný grafický alebo textový prvok. Tento priestor zabezpečuje, že logo bude čitateľné, výrazné a nebude opticky rušené. Zároveň je definovaná minimálna veľkosť loga, aby ostalo čitateľné aj v najmenších aplikáciách. Použitie menšie ako odporúčaná veľkosť nie je povolené.



FAREBNÉ VARIANTY LOGA

Logo je možné používať v presne definovaných farebných verziách – najčastejšie v primárnej farebnosti značky. Použitie loga na svetlom alebo tmavom pozadí je špecifikované tak, aby bola vždy zabezpečená maximálna čitateľnosť a kontrast.

Ak nie je možné použiť základnú farebnú verziu, sú k dispozícii alternatívne varianty:

- biela verzia loga (na tmavom pozadí),
- čierna verzia loga (na svetlom pozadí),
- použitie loga v kontrastnom rámečku v prípade neštandardného pozadia.



NESPRÁVNE POUŽITIE LOGA

Aby si značka zachovala svoju integritu, nie je povolené:

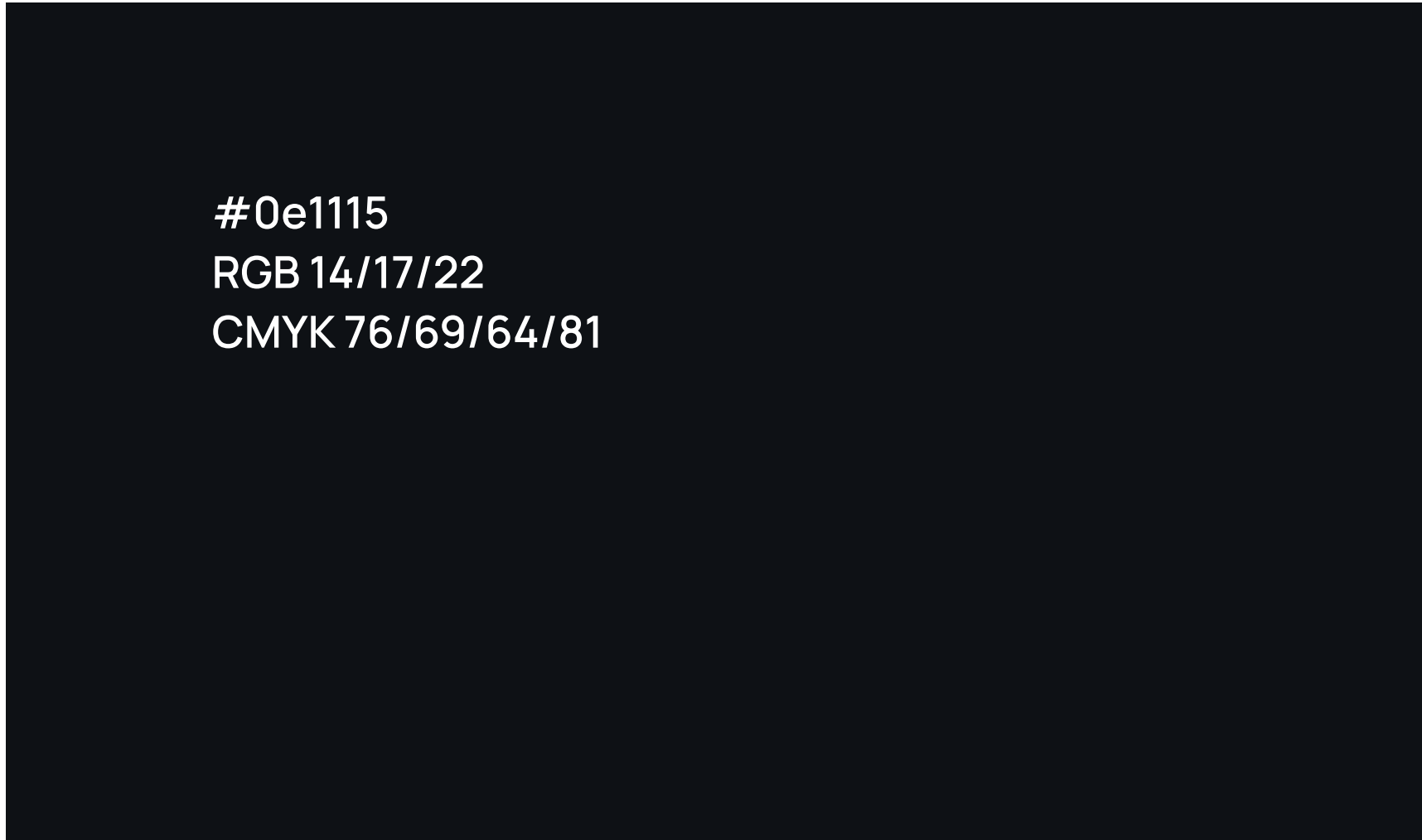
- Deformácia tvaru loga.
- Otočenie loga do inej orientácie.
- Použitie nesprávnych farieb.
- Zmena proporcií jednotlivých prvkov loga.
- Vytvorenie obrysovej varianty loga.
- Pridávanie efektov, ako sú tieň, žiara alebo iné vizuálne úpravy.



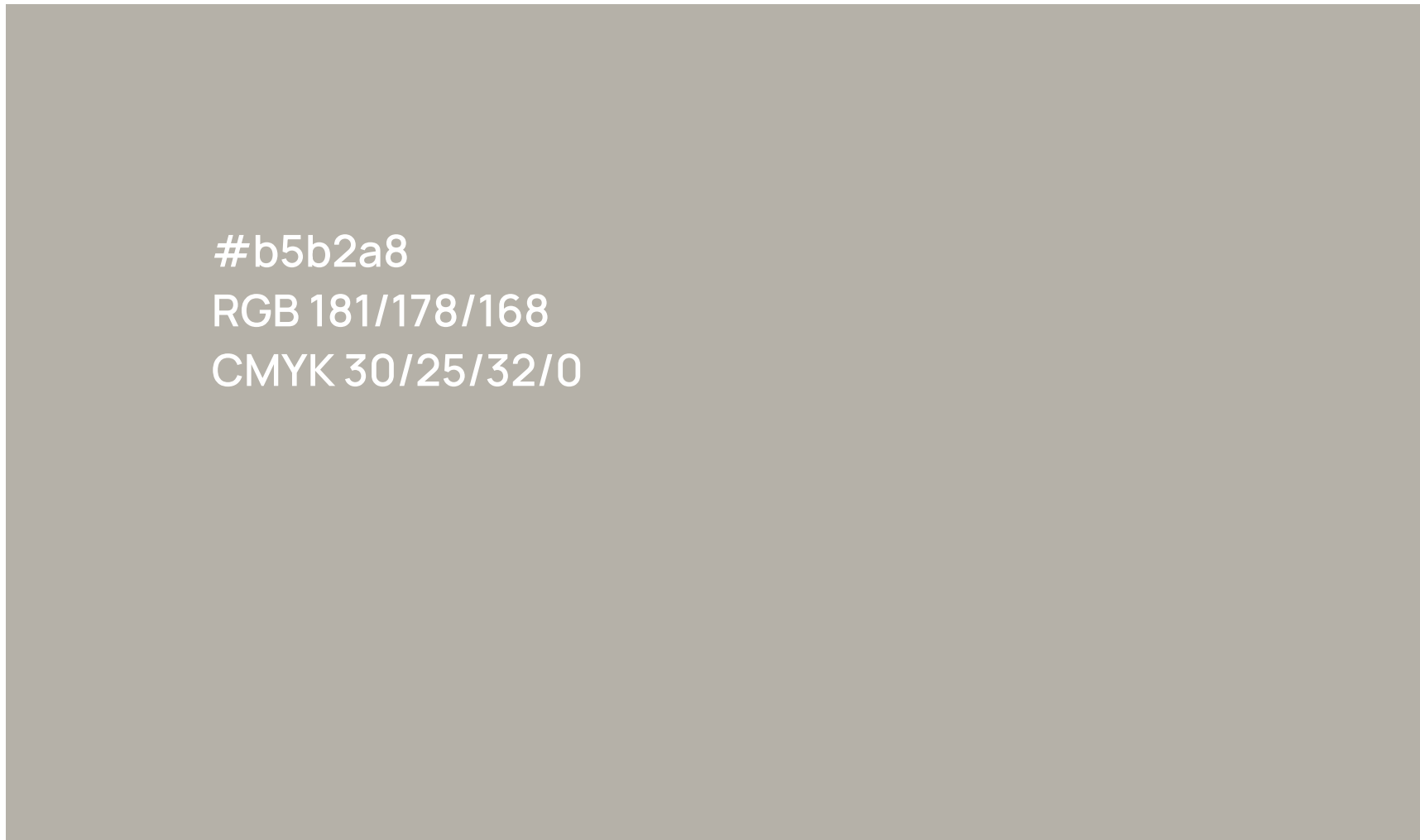
FAREBNÁ PALETA

PRIMÁRNA PALETA


Primárna paleta reprezentuje základné farby značky a je navrhnutá tak, aby vytvárala harmonický a zapamätateľný vizuálny prejav. Každá farba má definované hodnoty pre digitálne aj tlačové použitie (HEX / RGB / CMYK / Pantone).



#0e1115
RGB 14/17/22
CMYK 76/69/64/81



#b5b2a8
RGB 181/178/168
CMYK 30/25/32/0



#ffffff
RGB 255/255/255
CMYK 0/0/0/0

SEKUNDÁRNA PALETA

Sekundárne farby rozširujú možnosti komunikácie a vizuálneho prejavu značky. Používajú sa ako doplnkové odtiene na zvýraznenie alebo podporu hlavných prvkov.

#222831
RGB 140/136/132
CMYK 47/41/43/5

#38424c
RGB 107/112/72
CMYK 37/41/75/22

#454750f
RGB 37/63/92
CMYK 91/74/41/30

#726f68
RGB 239/218/200
CMYK 5/13/19/0

#9e9a95f
RGB 143/117/96
CMYK 41/49/62/14

#d2cfc5
RGB 64/46/37
CMYK 55/66/72/63

TYPOGRAFIA

PRIMÁRNY FONT

Primárny font slúži na výraznú identifikáciu značky. Používa sa najmä pre nadpisy, logotyp alebo silné vizuálne prvky. Pomáha vytvárať charakter značky.

Písmo Georgia je klasický serif s elegantnými krivkami a jemným kontrastom, ktorý pôsobí dôveryhodne, tradične a uhladene. Vďaka širokým proporciám a výbornej čitateľnosti je ideálne pre dlhšie texty, perexy a sprievodné textové bloky, kde podporuje plynulosť čítania a profesionálny dojem. Výborne sa kombinuje so sans-serifovými písmami a vytvára vizuálne vyvážený kontrast.

GEORGIA

GEORGIA
regular

AÁBCČDĎEÉFGHIÍJKLĹLMNŇÓPQRŘSTŤUÚVWXYÝZZ

aábcčdďeéfgghiíjklĺlmnňópqrřstťuúvwxyýzz

0123456789

GEORGIA
kurziva

AÁBCČDĎEÉFGHIÍJKLĹLMNŇÓPQRŘSTŤUÚVWXYÝZZ

aábcčdďeéfgghiíjklĺlmnňópqrřstťuúvwxyýzz

0123456789

SEKUNDÁRNY FONT

Sekundárny font dopĺňa primárny a používa sa pre podporné texty a dlhšie textové bloky. Mal by byť čitateľný a dobre kombinovateľný s primárnym fontom.

Písmo Neue Haas Grotesk je klasický grotesk s čistými líniami a neutrálnym charakterom, vďaka čomu pôsobí moderným, nadčasovým a precíznym dojmom. Je ideálne pre nadpisy, navigáciu a výrazné texty, kde je dôležitá jasnosť, vizuálna rovnováha a profesionálny vzhľad. V identite funguje ako univerzálny základ, ktorý podporuje čitateľnosť a čistý vizuálny prejav značky.

Neue Haas Grotesk

NEUE HAAS GROTESK
55 roman

AÁBCČDĎEÉFGHIÍJKLL'LMNŇÓPQRŘSTŤUÚVWXYÝŽŽ

aábcčddeéfgghiiijkl'lmnňópqrřsttúúvwxyýžž

0123456789

NEUE HAAS GROTESK
55 roman italic

AÁBCČDĎEÉFGHIÍJKLL'LMNŇÓPQRŘSTŤUÚVWXYÝŽŽ

aábcčddeéfgghiiijkl'lmnňópqrřsttúúvwxyýžž

0123456789

FAREBNÉ VARIANTY TEXTOV

Texty by mali používať iba definované farebné varianty, ktoré zaručia čitateľnosť a jednotnosť značky.

Lorem ipsum dolor
sit amet
consectetur.
Feugiat nibh purus
congue facilisis
dictumst libero
faucibus. Vitae
risus a amet
tristique ac amet
elementum.
Potenti amet
egestas tellus nisl...

Lorem ipsum dolor
sit amet
consectetur.
Feugiat nibh purus
congue facilisis
dictumst libero
faucibus. Vitae
risus a amet
tristique ac amet
elementum.
Potenti amet
egestas tellus nisl...

Lorem ipsum dolor
sit amet
consectetur.
Feugiat nibh purus
congue facilisis
dictumst libero
faucibus. Vitae
risus a amet
tristique ac amet
elementum.
Potenti amet
egestas tellus nisl...

Lorem ipsum dolor
sit amet
consectetur.
Feugiat nibh purus
congue facilisis
dictumst libero
faucibus. Vitae
risus a amet
tristique ac amet
elementum.
Potenti amet
egestas tellus nisl...

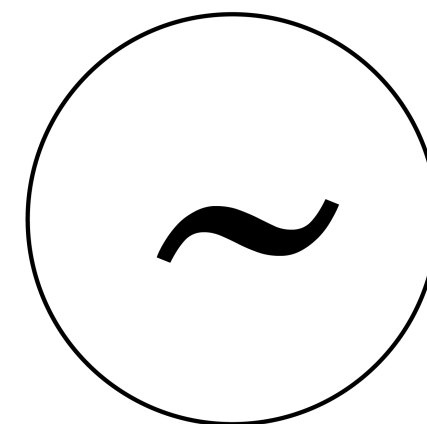
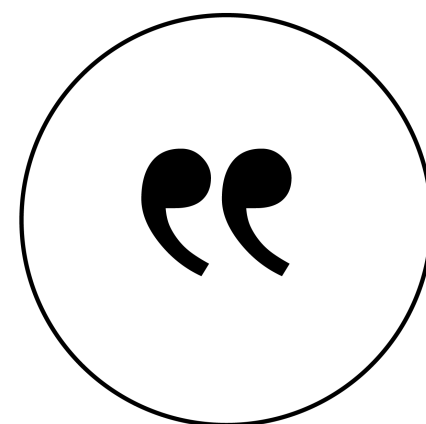
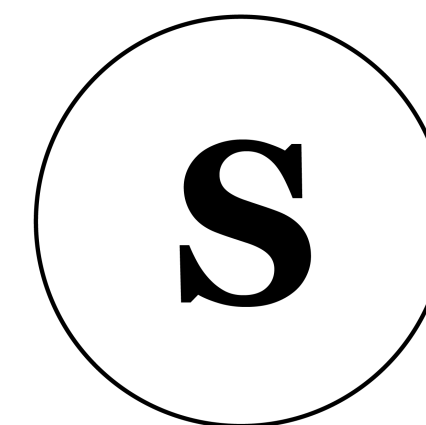
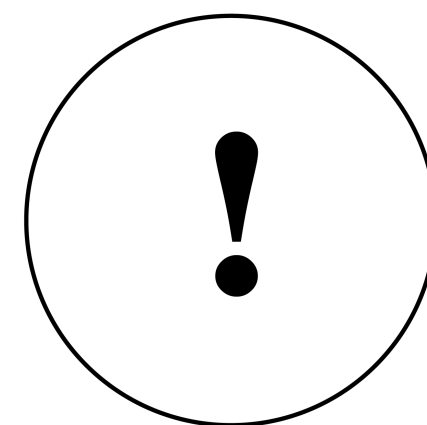
Lorem ipsum dolor
sit amet
consectetur.
Feugiat nibh purus
congue facilisis
dictumst libero
faucibus. Vitae
risus a amet
tristique ac amet
elementum.
Potenti amet
egestas tellus nisl...

Lorem ipsum dolor
sit amet
consectetur.
Feugiat nibh purus
congue facilisis
dictumst libero
faucibus. Vitae
risus a amet
tristique ac amet
elementum.
Potenti amet
egestas tellus nisl...

GRAFICKÉ PRVKY A OBRAZOVÝ ŠTÝL

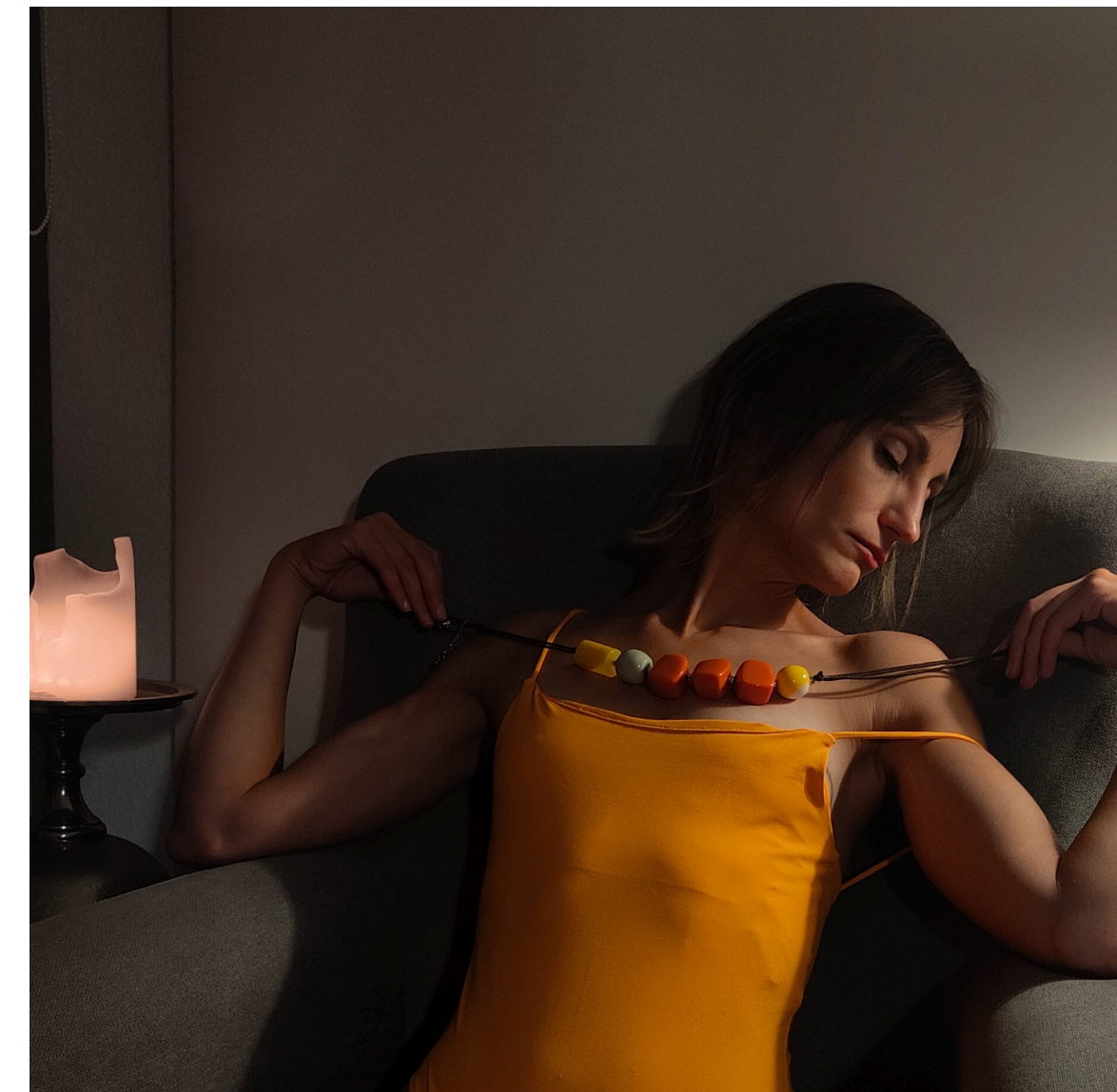
PATTERNY A ELEMENTY

Grafické prvky podporujú vizuálnu identitu značky. Môžu ísť o opakujúce sa vzory, tvarové motívy alebo minimalistické elementy. Ich použitie by malo byť konzistentné a podporovať hlavnú identitu



FOTOGRAFIE

Fotografie sú dôležitým nositeľom emócie značky. Odporúča sa používať autentické zábery s jasnou kompozíciou, prirodzeným svetlom a konzistentnou farebnou náladou.



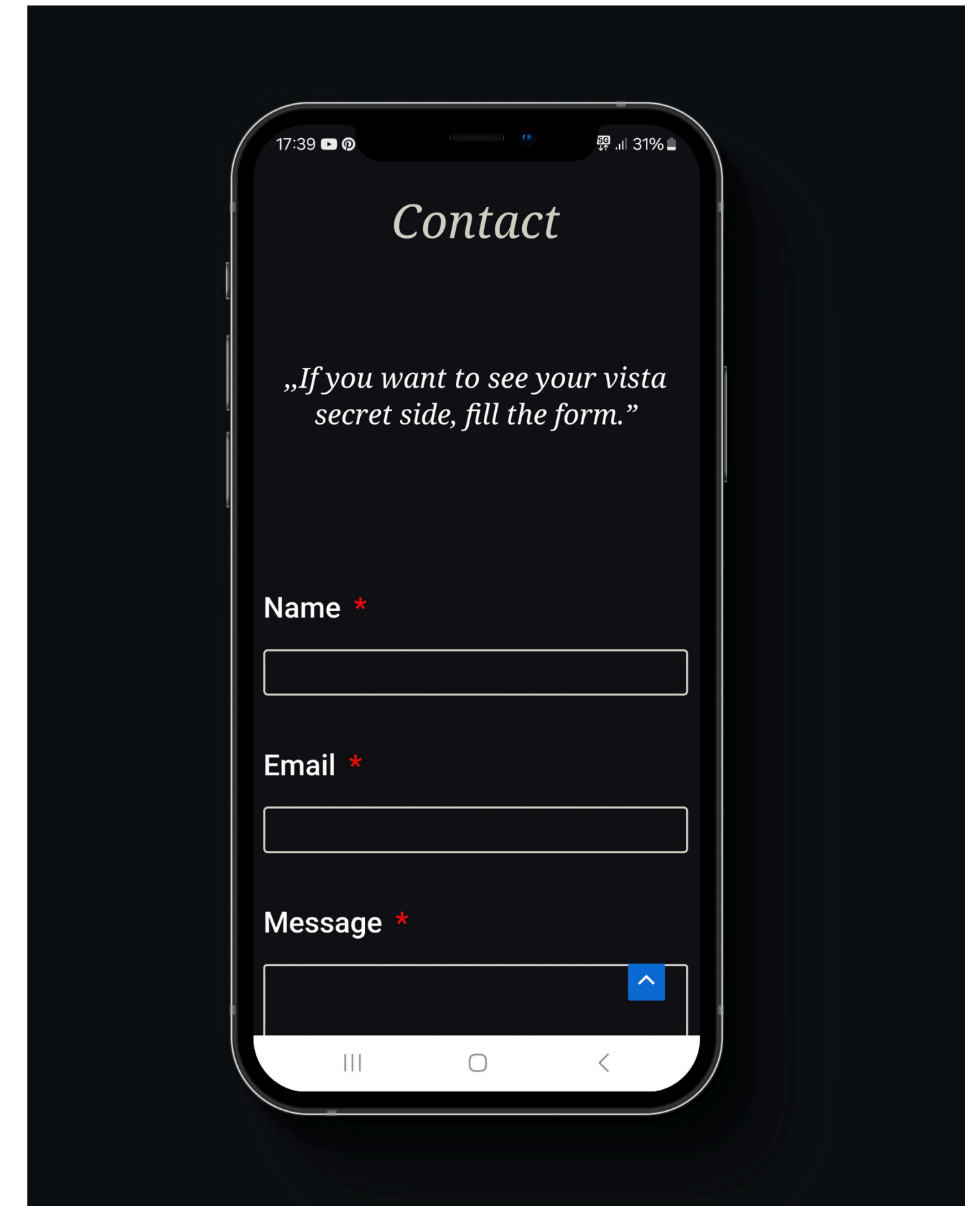
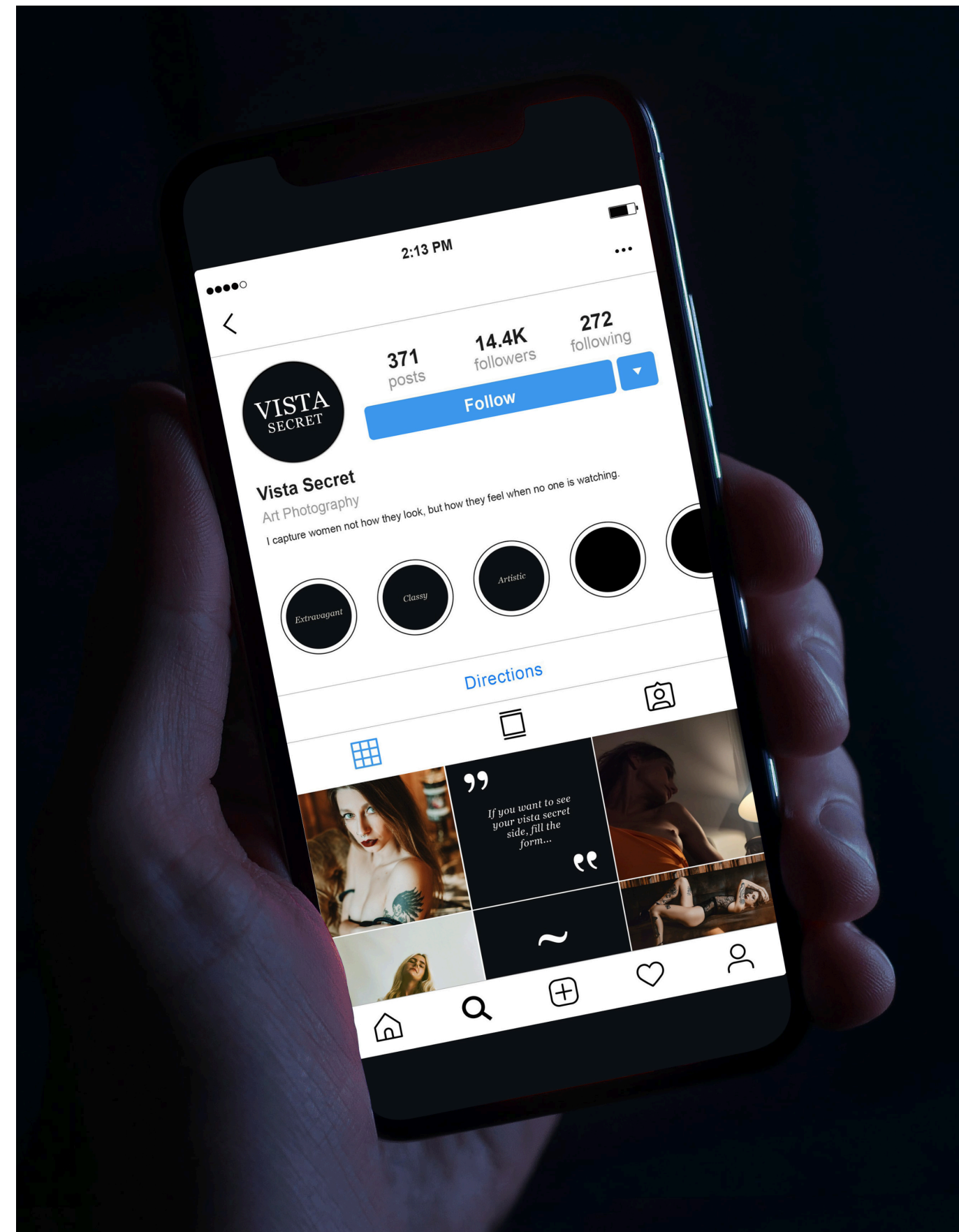
APLIKOVANIE VIZUÁLNEJ IDENTITY

SOCIÁLNE SIETE

Sociálne siete sú kľúčovým kanálom pre budovanie vzťahu so zákazníkmi, komunikáciu hodnoty značky a posilňovanie jej rozpoznateľnosti. Predstavujú priestor pre autentickú, priamu a konzistentnú komunikáciu s komunitou.

Vizuálny štýl na sociálnych sieťach by mal vychádzať z celkovej identity značky – rešpektovať logo, farebnosť, typografiu, tone of voice a ďalšie grafické prvky. Obsah by mal byť jasný, zrozumiteľný a ľahko rozpoznateľný, aby podporoval zapamätateľnosť značky.

Konzistentné vizuály, štýl komunikácie a forma prezentácie pomáhajú budovať dôveru, posilňovať značku a vytvárať dlhodobý vzťah s publikom.



SOCIÁLNE SIETE



”

*If you want to see
your vista secret
side, fill the
form...*

”

WEBDIZAJN

Webdizajn predstavuje digitálnu tvár značky a je jedným z najdôležitejších nástrojov komunikácie s verejnosťou. Mal by odrážať jej identitu, hodnoty a štýl konzistentným vizuálnym a obsahovým prejavom.

Dizajn webu má byť prehľadný, intuitívny a funkčný. Používa jednotnú farebnú paletu, typografiu, ikonografiu a vizuálne prvky, ktoré zabezpečujú rozpoznateľnosť značky naprieč všetkými stránkami a zariadeniami.

Cieľom je vytvoriť profesionálny a dôveryhodný dojem, ktorý podporí dôveru používateľov, zlepši používateľskú skúsenosť a posilní celkový vplyv značky v online prostredí.

