

# KRANIOSAKRÁLNA TERAPIA

BRANDMANUAL

## BRAND STRATÉGIA

IDEA ZNAČKY

POSLANIE ZNAČKY

HODNOTY ZNAČKY

PRIDANÉ HODNOTY ZNAČKY

SLOGAN

TONE OF VOICE

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

IKONOGRAFIA

FOTOGRAFIE

APLIKÁCIA VIZUÁLNEJ IDENTITY

DIGITÁLNE PROSTREDIE

TLAČOVÉ MATERIÁLY

# BRAND STRATÉGIA

# IDEA ZNAČKY

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

Kraniosakrálna terapia je umením jemného dotyku, harmóniou tela, mysle aj duše.

Nežná technika uvoľňujúca napätie a blokády, klient pri nej pociťuje úľavu od bolesti a zlepšenie celkovej pohody.

Terapeut rukami naciťuje a ovplyvňuje pohyb tekutiny v mozgu a v miechovom kanáli.

Otvárame pre vás bezpečný priestor, kde uvoľníte stres, obnovíte životnú silu a spojíte sa so svojim vnútorným pokojom. Cesta k harmónii začína u nás.

# POSOLSTVO ZNAČKY

Posolstvo značky predstavuje jej základnú myšlienku a dôvod, prečo existuje. Vyjadruje, čo značka prináša, čomu verí a aký má prínos pre svojich zákazníkov. Ide o jadro komunikácie, ktoré sa premieta do všetkých vizuálnych aj textových výstupov – od sloganu, webu, kampaní až po spôsob, akým značka komunikuje na sociálnych sieťach.

Jasné a konzistentné posolstvo pomáha budovať dôveru, rozpoznateľnosť a emocionálne prepojenie so zákazníkom. Malo by byť jednoduché, zrozumiteľné a autentické – vystihovať hodnoty, osobnosť aj ambície značky.

Vaše telo má prirodzenú schopnosť uzdravovať sa.  
Pomôžeme vám ju objaviť a podporiť

# 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.

## 1. JEMNOSŤ A REŠPEKT

Terapia je nenásilná a rešpektuje prirodzené procesy tela.

## 2. DÔVERA A BEZPEČIE

Priestor, kde sa klienti cítia prijatí a uvoľnení

## 3. CELOSTNÝ PRÍSTUP

Spojenie fyzického, emočného a energetického zdravia

# PRIDANÉ HODNOTY ZNAČKY

K pridaným hodnotám značky patria princípy, ktoré ju odlišujú a posilňujú jej dôveryhodnosť aj vzťah so zákazníkmi:

Starostlivosť – úprimný záujem o potreby zákazníkov a dlhodobé partnerstvá.

Kvalita – dôraz na precíznosť, spoľahlivosť a profesionálne spracovanie.

Udržateľnosť – zodpovedný prístup k ľuďom, zdrojom a prostrediu.

Hodnota navyše – služba alebo zážitok, ktorý presahuje očakávania..

VEĽKÉ MNOŽSTVO TERAPEUTOV, ale málo kvalitných zameraných na kraniosakrálnu terapiu, ktorí pôsobia aj online

DLHOROČNÉ SKÚSENOSTÍ DATABÁZA KLIENTOV  
(využijeme pri email/sms marketingu)

OSOBNÝ PRÍSTUP KU KAŽDÉMU ZÁKAZNÍKOVÍ  
(individuálna podpora)

ODBORNÉ PORADENSTVO POSKYTOVANIE AJ INÝCH DRUHOV TERAPIVÍ:  
metamorfná technika, biochemické tkanivové soli- poradenstvo, kurz masáže  
bábätkok, baby masáž +

ODOVZDANIE VLASTNÝCH SKÚSENOSTÍ POMOCO U KURZOV

BUDOVANIE KOMUNITY ZDRAVÝCH ĽUDÍ

# SLOGAN

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

1. Jemný dotyk, hlboké výsledky.
2. Vaša rovnováha je našou prioritou.
3. Pre zdravie, ktoré pramení zvnútra.

# TONE OF VOICE

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

JEDNODUCHÝ

OSOBNÝ

PRIATEĽSKÝ

CHÁPAVÝ

VYSVETĽUJCI

# 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.

1. Udržať si stálych zákazníkov online.
2. Z začať podnikať online (e-shop).
3. Prezentovať sa na sociálnych sieťach - Facebook, Instagram.
4. Inšpirácie na Pintereste
5. Prezentovať sa formou náučných blogov na webe a videí na Youtube.

# 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.

6. Učiť ľudí šiť, vyšívať, háčkovať a /alebo pliesť formou o-line kurzov v predajni.
7. Vybudovať komunity spokojných zákazníkov Uzlíček, ktorí chcú kvalitu a odbornosť pri výbere.
8. Spolupracovať s influencermi, ktorí šijú, sú módni návrhári, či majú deti.
9. Prezentovať sa v médiách, vytvoriť väčšie mediálne povedomie o značke.
10. Zapájať sa do súťaží v rámci konkurencie aj mimo nej na SK/CZ trhu.

# 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.

Analyzovať už existujúcich zákazníkov a vypýtať si recenzie formou odmeny za nákup

1. Zákazníci, ktorí navštevujú terapie pravidelne a vracajú sa.
2. Zákazníci, ktorí navštevujú terapie nepravidelne.
3. Zákazníci, ktorí sa zaujímajú o terapie.
4. Zákazníci, ktorí sa zaujímajú o kraniosakrálnu terapiu.
5. Zákazníci, ktorí potrebujú terapiu.
6. Zákazníci, ktorí sa zaujímajú o metamorfnú techniku.
7. Zákazníci, ktorí sa zaujímajú o kurzy pre bábätká (budúce mamičky)

# 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 tlačných 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 Kraniosakrálna terapia vychádza z princípov rovnováhy, jemnosti a vnútornej harmónie. Jej cieľom je sprostredkovať pokoj, dôveru a profesionálny prístup prostredníctvom čistého, vyváženého a vzdušného vizuálneho jazyka.

Základom je logo inšpirované jemnosťou dotyku a plynulosťou pohybu, ktoré symbolizuje spojenie tela, mysle a duše. Farebná paleta pozostáva z tlmených odtieňov tyrkysovej, béžovej a bielej – farieb, ktoré evokujú pokoj, rovnováhu a prirodzenosť. Typografia kombinuje moderné geometrické tvary s mäkkými líniami, čím podčiarkuje harmóniu a dôveryhodnosť značky.

Vizuálny štýl dopĺňajú jednoduché línie, jemné grafické prvky a prirodzené fotografie, ktoré spoločne vytvárajú ucelený a upokojujúci dojem. Identita je navrhnutá tak, aby pôsobila profesionálne, empaticky a podporovala vnútorný pokoj – rovnako ako samotná terapia.

# 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.

Idea loga vychádza z hlavnej charakteristiky  
kranioterapie t.j. jemného liečivého dotyku.

Logo a vizuálna identita je založená na tenkých líniach,  
ktoré podčiarkujú - krehkosť, silu a vzdušnosť



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová

# 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.
- Symbol / ikonické logo – pre digitálne prostredia alebo malé formáty.

Správne používanie jednotlivých verzií loga pomáha zachovať vizuálnu konzistentnosť..



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová



Kraniosakrálna terapia



# OCHRANNÁ ZÓNA A MINIMÁLNA VEĽKOSŤ 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 rámčeku v prípade neštandardného pozadia.



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová

# 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.
- Zmena umiestnenia názvu.
- Pridávanie efektov, ako sú tieň, žiara alebo iné vizuálne úpravy.



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová



PhDr. Ivana Grochová

Kraniosakrálna terapia



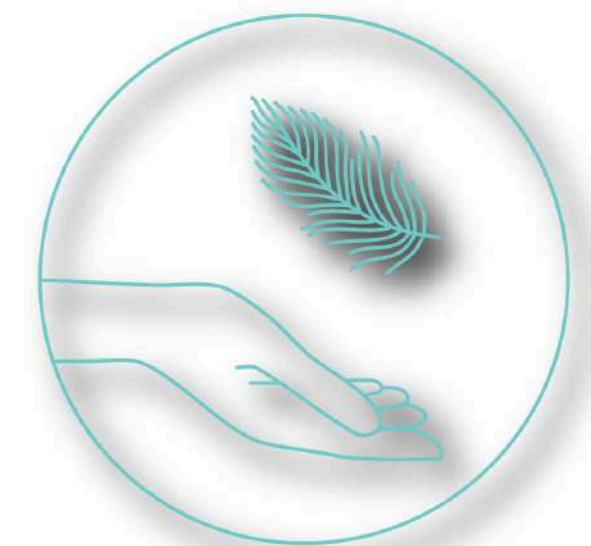
Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová



Kraniosakrálna terapia

PhDr. Ivana Grochová

# 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).

**#00A79D**  
CMYK 50/10/45/0  
RGB 0/167/157h/15

**#72BCA**  
CMYK 53/0/24/0  
RGB 14/203/202

**#C7E7E1**  
CMYK 21/0/12/0  
RGB 199/231/225

# SEKUNDÁRNA PALETA

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

#E8D9BE  
CMYK 8/12/26/0  
RGB 232/217/190

#FDF2EA  
CMYK 0/4/6/0  
RGB 254/242/234

#FFFFFF  
CMYK 50/10/45/0  
RGB 0/167/157

#CCBEA8  
CMYK 21/22/33/0 RGB  
204/190/168

#A9A49C  
CMYK 36/31/36/0  
RGB 169/164/156

#525251  
CMYK 64/57/56/34  
RGB 82/82/81

**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 All Round Gothic je moderný geometrický sans-serif, ktorý kombinuje čisté línie s jemne zaoblenými hranami, čím vytvára prirodzene priateľský a uvoľnený výraz. Vyznačuje sa jednoduchou štruktúrou a rytmom, ktorý dobre funguje v digitálnom aj tlačenom prostredí. Je ideálne pre nadpisy, podnadpisy a navigačné prvky, kde pomáha komunikovať ľahkosť, hravosť a dostupnosť bez straty prehľadnosti.

# ALL ROUND GOTHIC

ALL ROUND GOTHIC  
book

AÁBCČDĎEÉFGHIÍJKLL'LMNŇÓPQRŘSTŤUÚVWXYÝZŽ

aóbcčdd'eéfgghiijkl'ílmnňópqrřstěúúvwxyýžž

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 Futura PT je ikonický geometrický sans-serif s presnými, konštrukčne čistými tvarmi, ktoré odrážajú funkcionalistickú estetiku a moderný dizajn. Vyznačuje sa vysokou čitateľnosťou a silným vizuálnym charakterom, ktorý pôsobí sebavedomo, elegantne a nadčasovo. Je ideálne pre výrazné nadpisy, titulky a minimalistické layouty, kde podporuje jasnú a profesionálnu vizuálnu komunikáciu.

# Futura PT

FUTURA  
book

AÁBCČDĎEÉFGHIÍJKLL'LMNŇÓPQRŘSTŤUÚVWXYÝŽŽ

aábcčdd'eéfgghiijkl'lmnňópqrřstťuúvwxyýžž

0123456789

FUTURA  
medium

AÁBCČDĎEÉFGHIÍJKLL'LMNŇÓPQRŘSTŤUÚVWXYÝŽŽ

aábcčdd'eéfgghiijkl'lmnňópqrřstťuúvwxyýžž

0123456789

*FUTURA  
MEDIUM ITALIC*

*AÁBCČDĎEÉFGHIÍJKLL'LMNŇÓPQRŘSTŤUÚVWXYÝŽŽ*

*aábcčdd'eéfgghiijkl'lmnňópqrřstťuúvwxyýžž*

*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...

# 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...

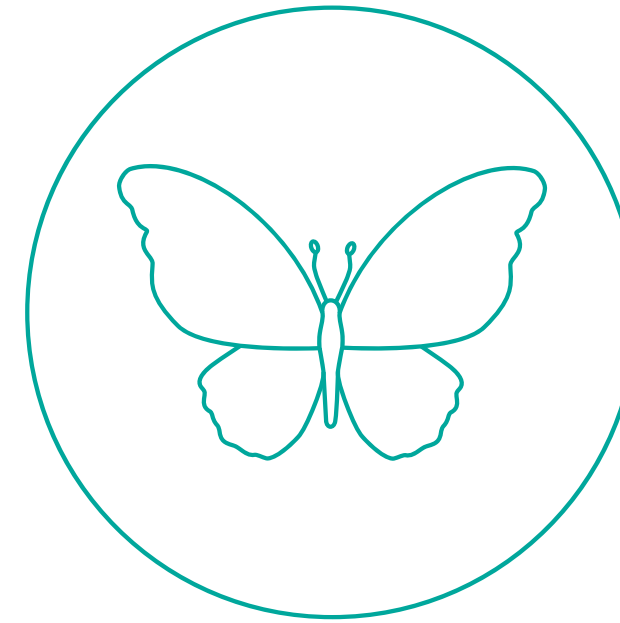
Lorem ipsum dolor  
sit amet  
consectetur.  
Feugiat nibh purus  
congue facilisis  
dictumst libero  
faucibus. Vitae  
risus a amet  
tristique ac amet  
elementum.  
Potenti amet  
egestas tellus nisl...

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...

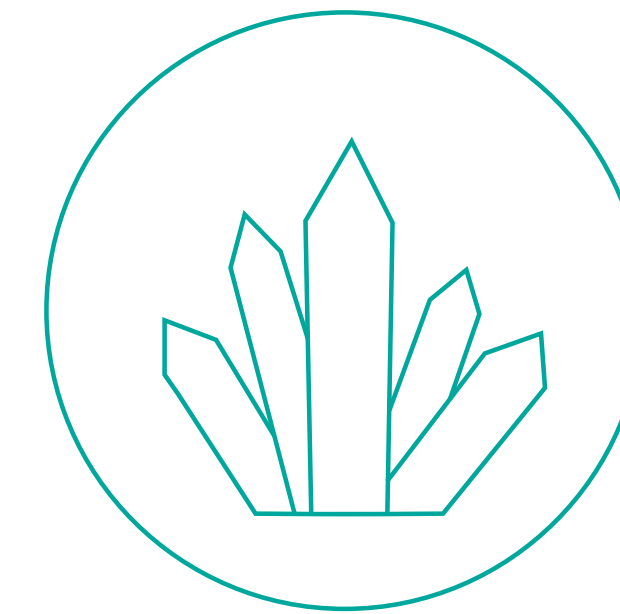
# GRAFICKÉ PRVKY A OBRAZOVÝ ŠTÝL

# IKONOGRAFIA

Ikony by mali mať jednotný štýl (napr. lineárny, plný) a byť používané konzistentne naprieč komunikačnými kanálmi.



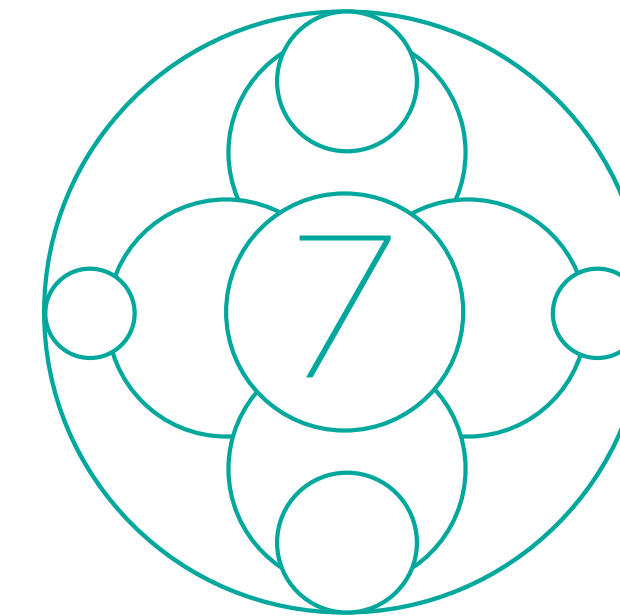
Metamorfná technika



Biochemické tkanivové soli



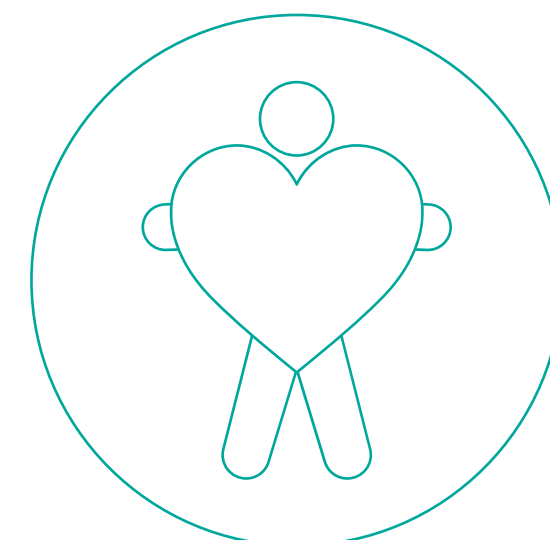
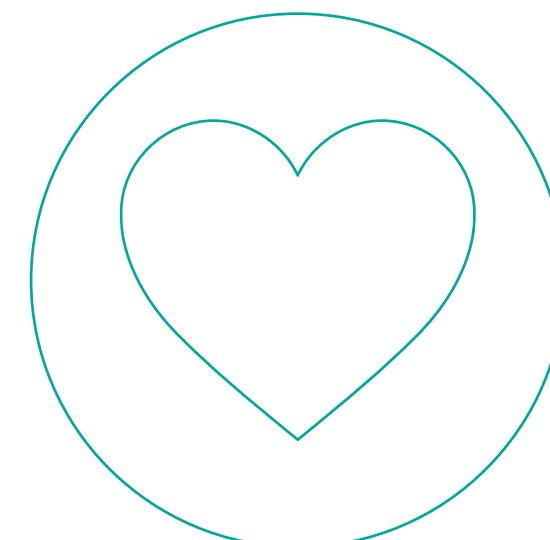
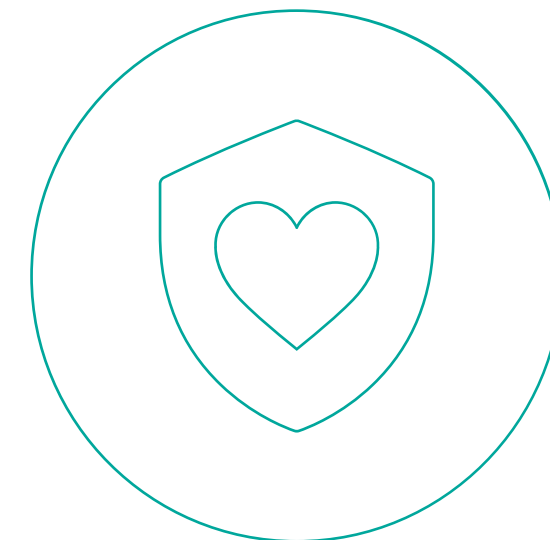
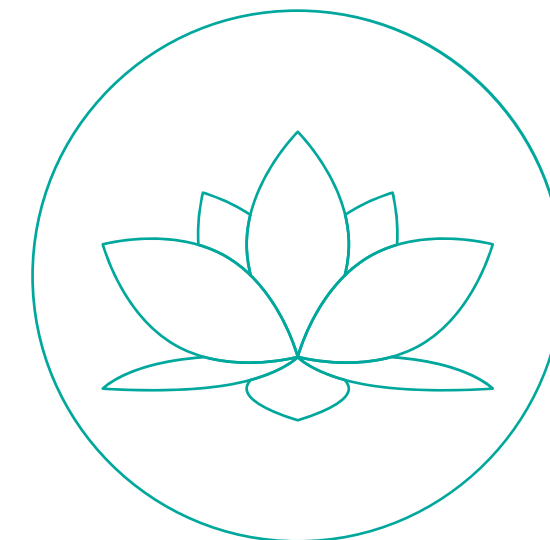
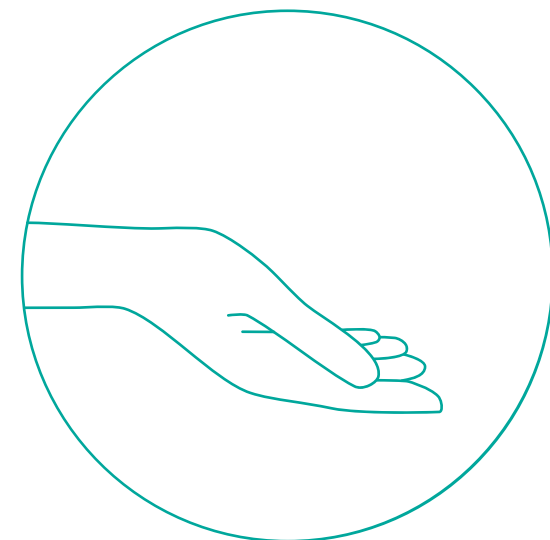
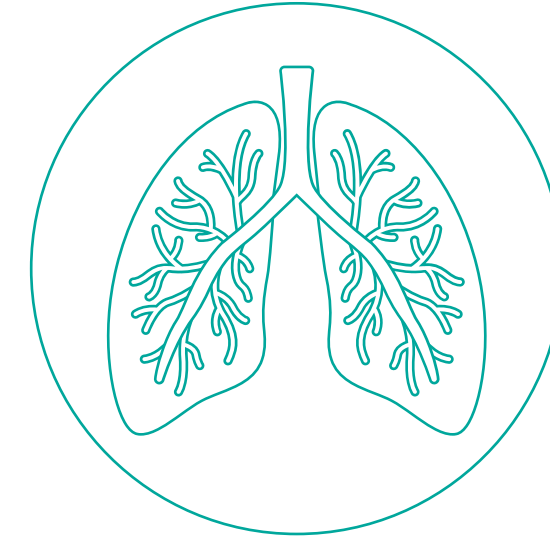
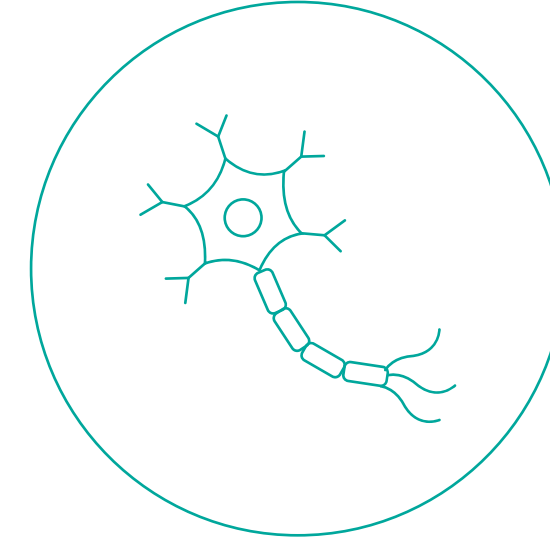
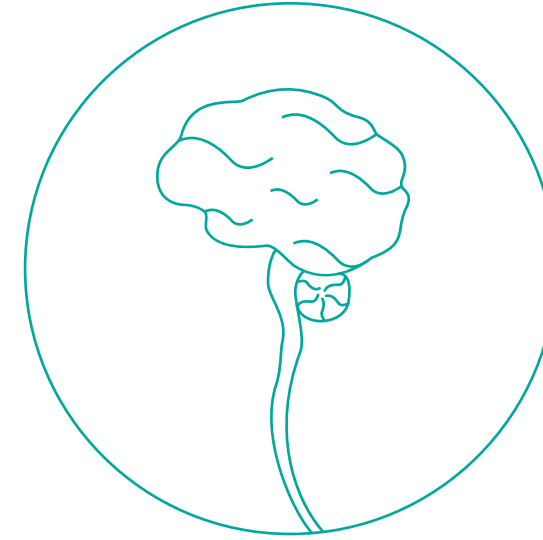
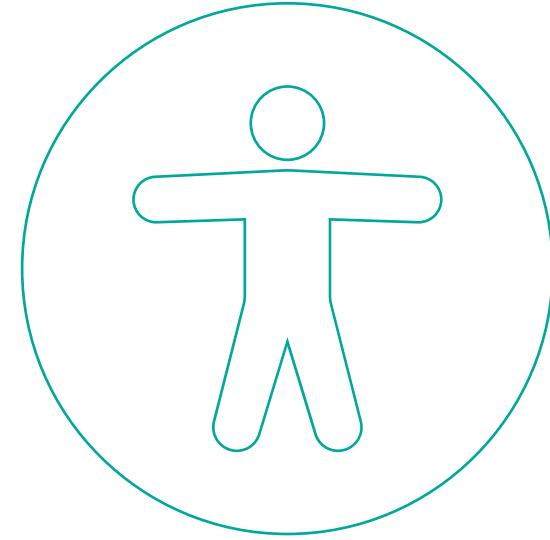
Kurz masáže bábätiek



Numerológia

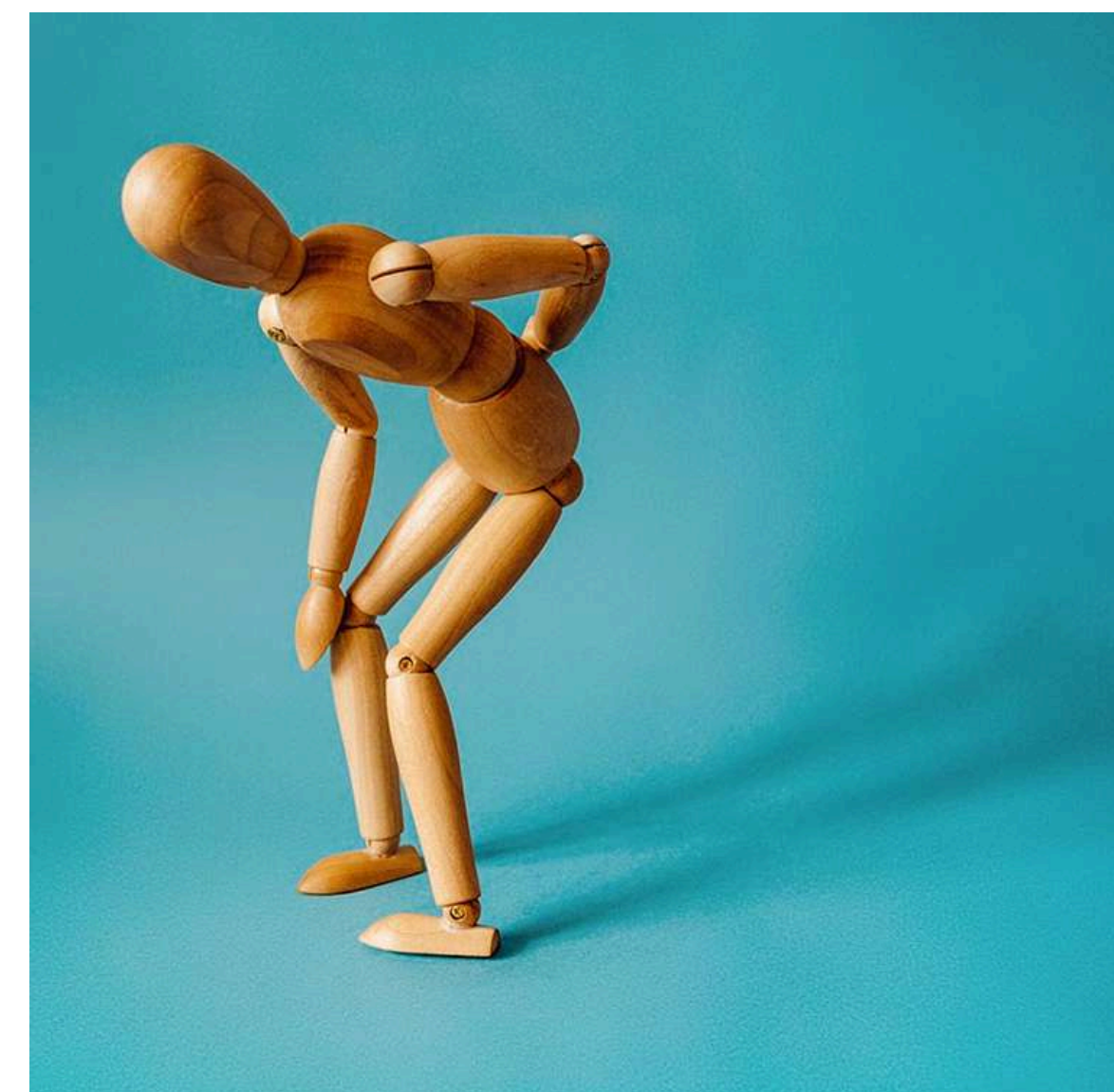
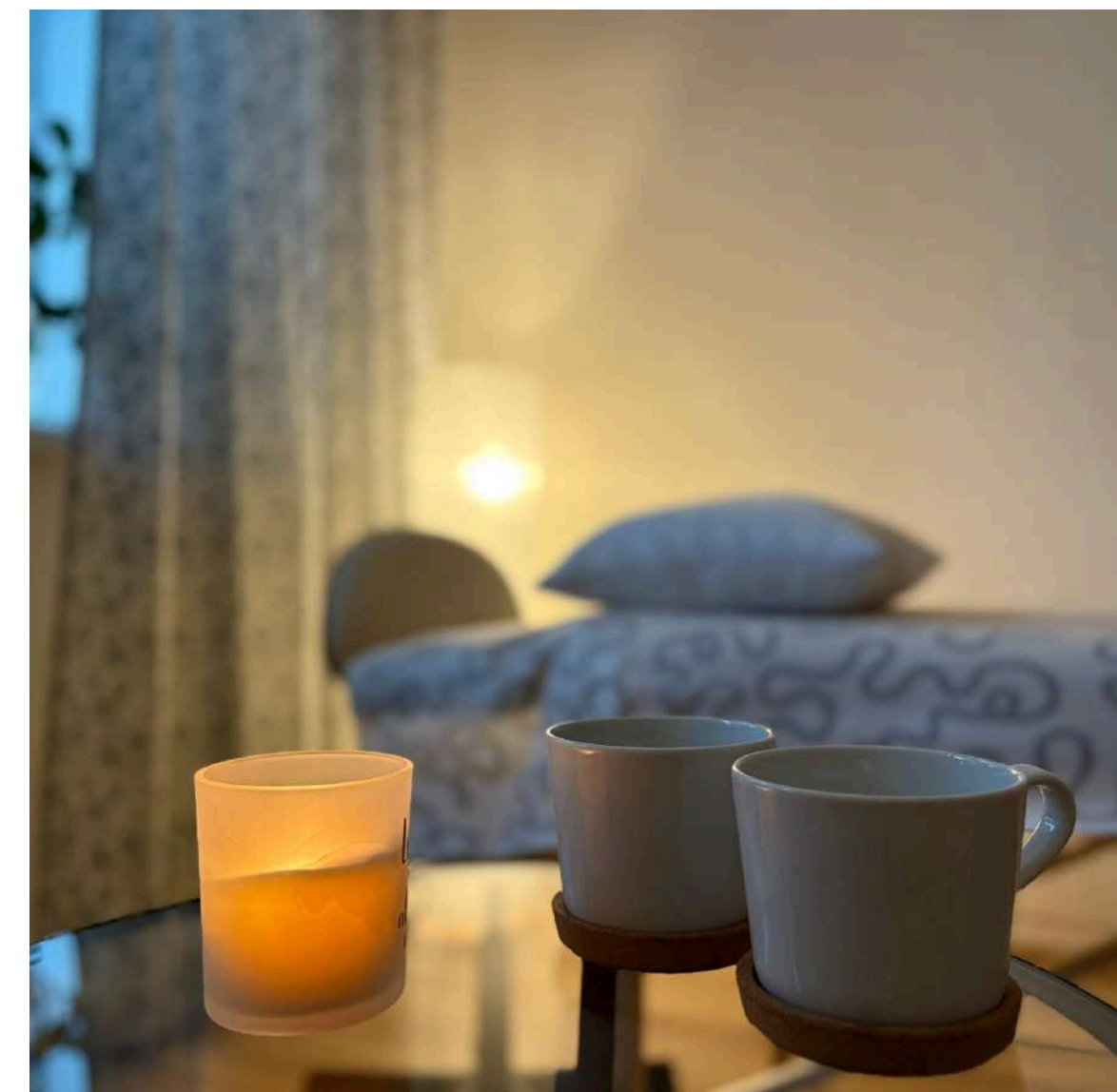
# IKONOGRAFIA

Ikony by mali mať jednotný štýl (napr. lineárny, plný)  
byť používané konzistentne naprieč komunikačnými  
kanálmi.



# FOTOGRAFIE

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



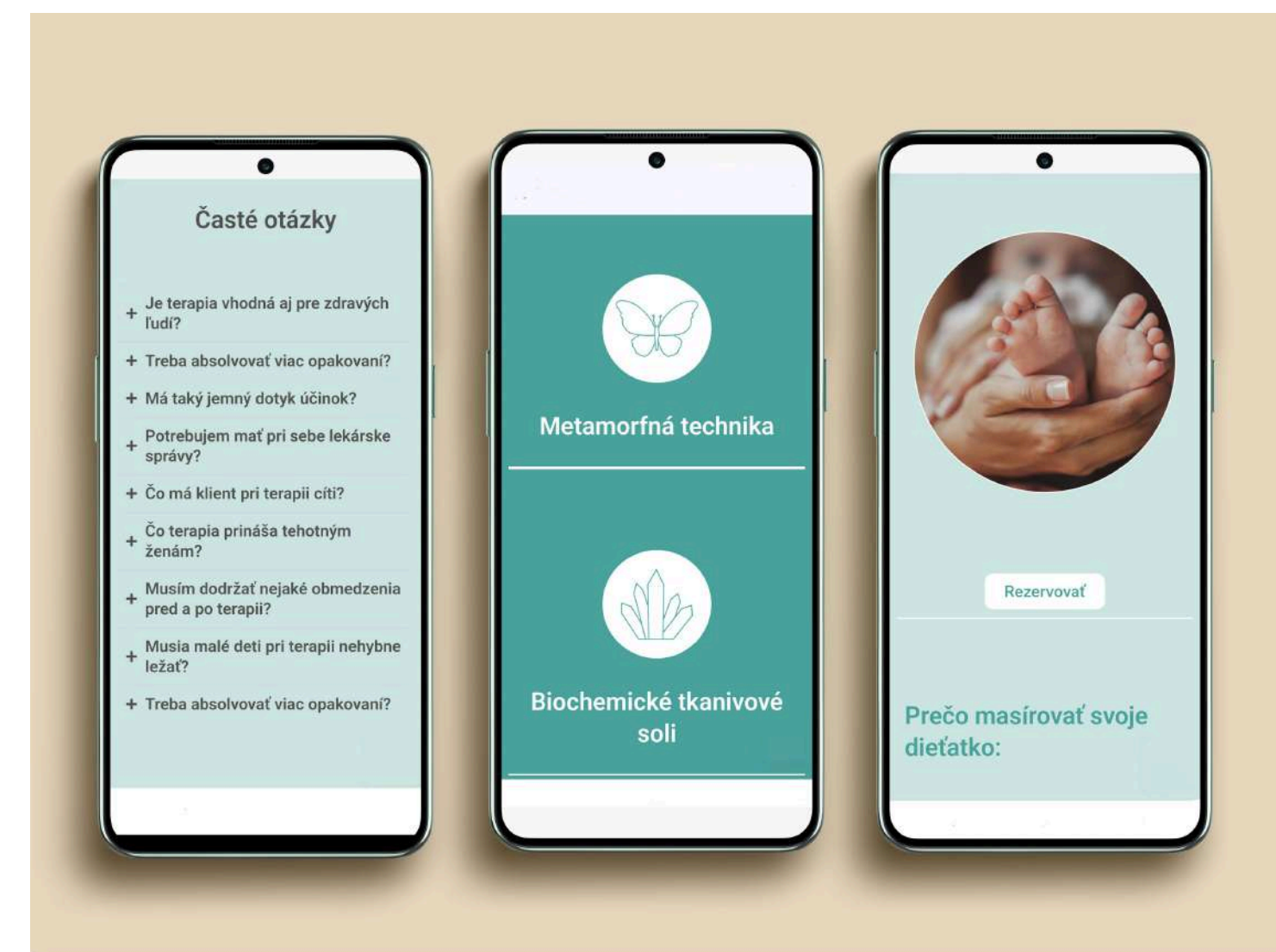
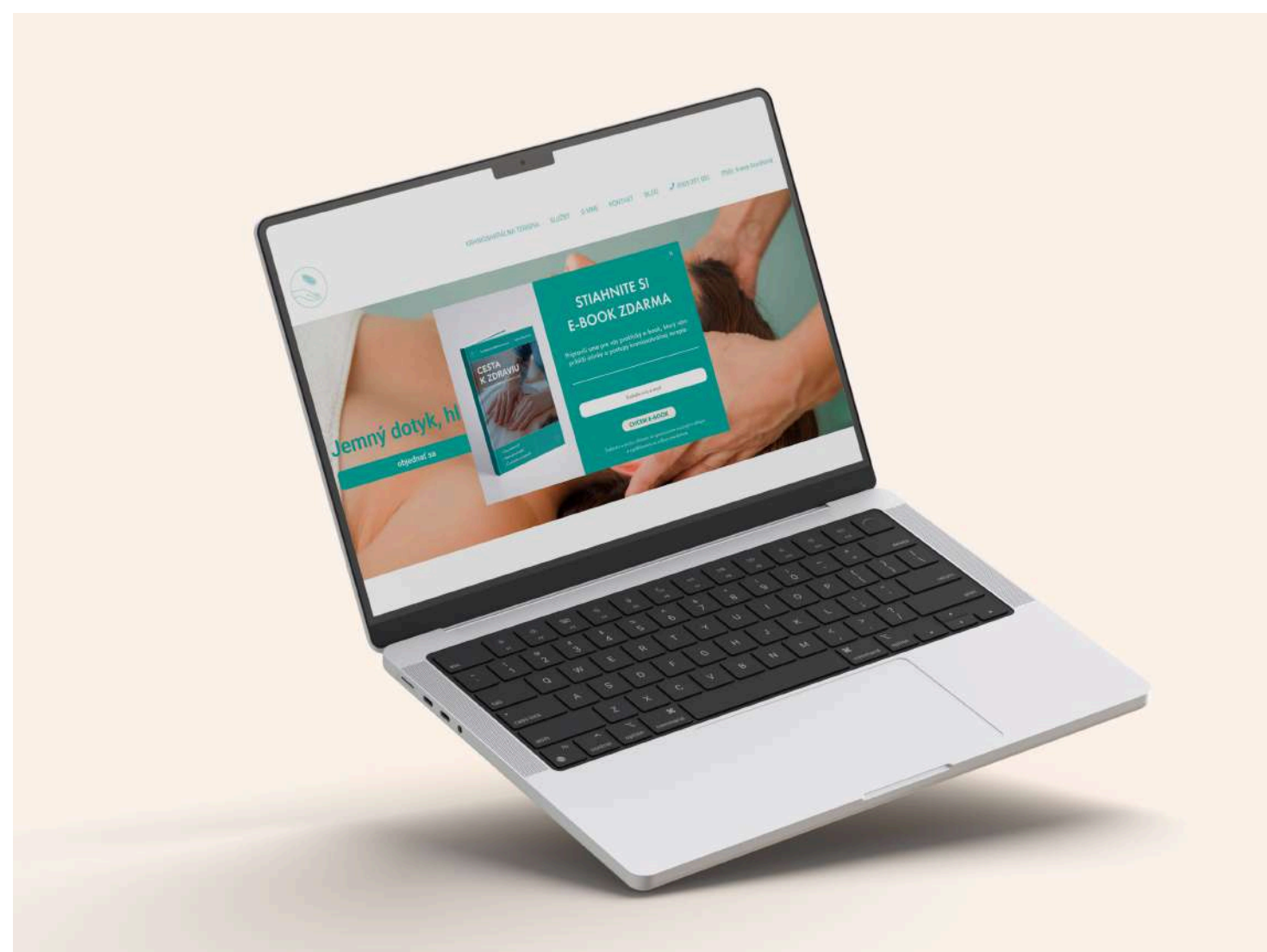
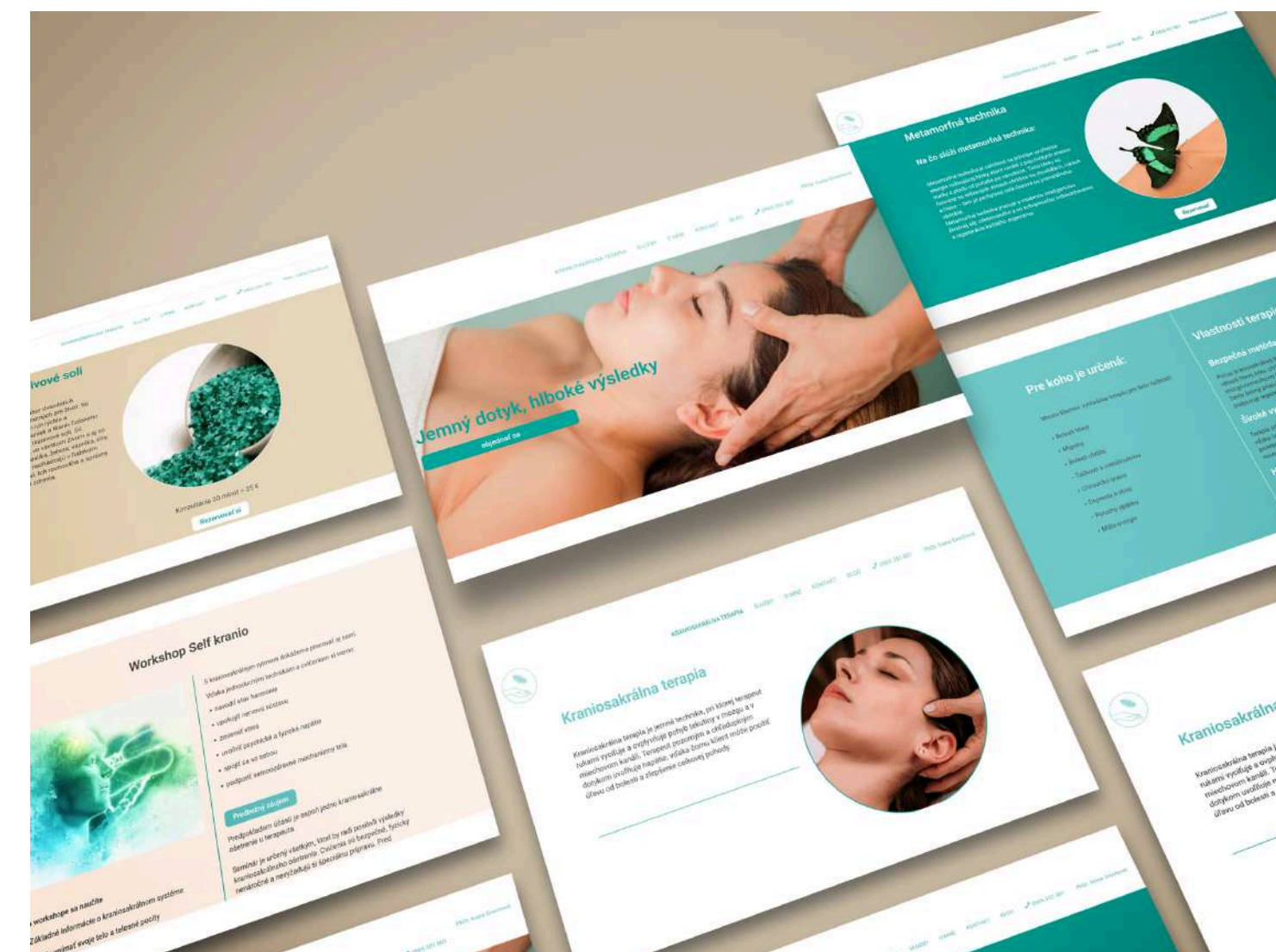
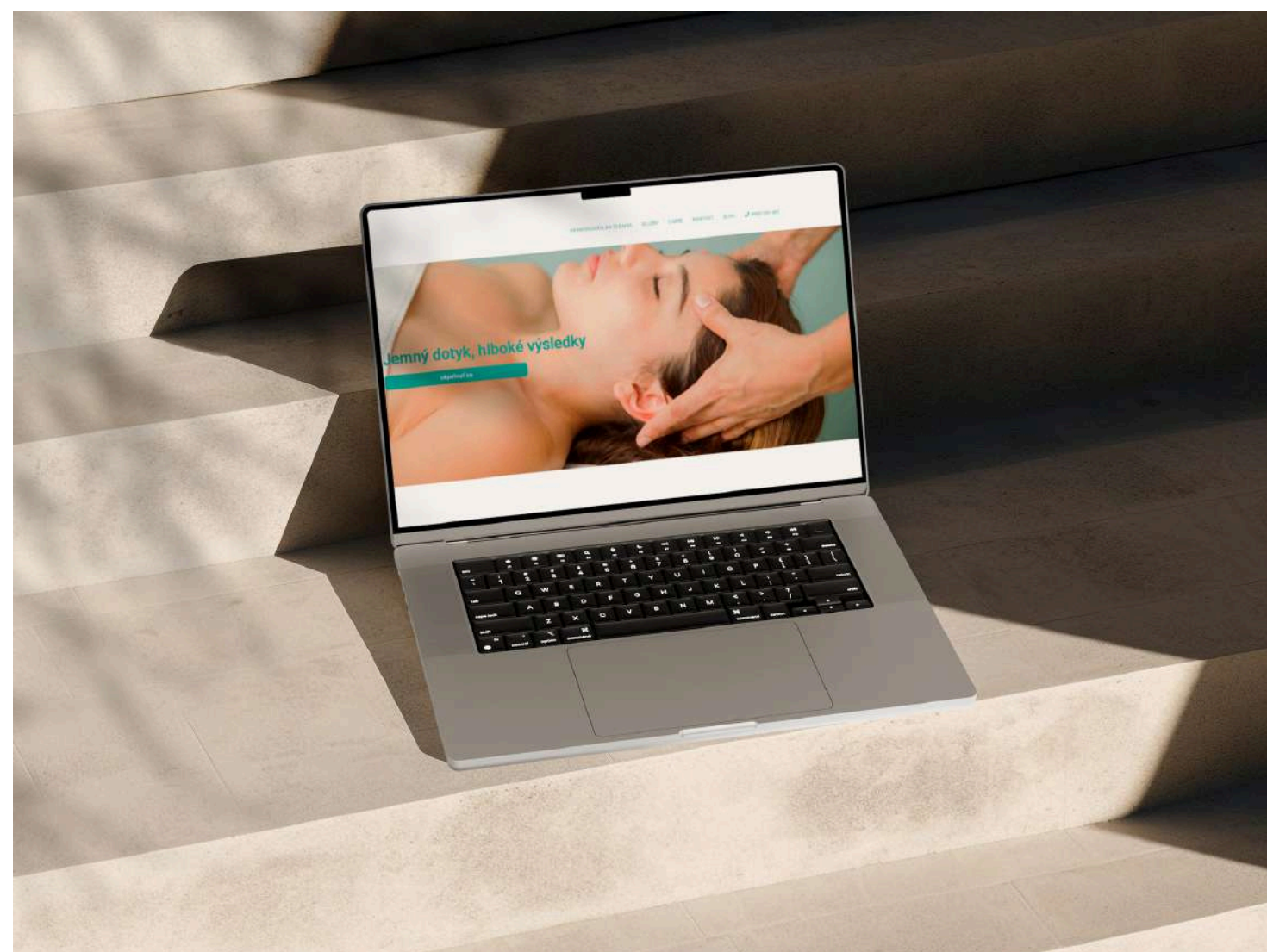
# APLIKOVANIE VIZUÁLNEJ IDENTITY

# 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.



# POP - UP OKNO

Pop-up okná rozširujú digitálnu komunikáciu značky o dynamický prvok, ktorý upozorňuje na dôležitý obsah alebo výzvu. Môžu informovať o zľavách, novinkách či e-bookoch a podporujú interakciu s používateľom.

Vizuál aj text vychádzajú z identity značky – zachovávajú rovnakú farebnosť, typografiu a tón komunikácie. Kompozícia je čistá a prehľadná, text stručný a CTA prvok jednoznačný.



**STIAHNITE SI  
E-BOOK ZDARMA**

Prípravili sme pre vás praktický e-book, ktorý vám priblíži účinky a postupy kraniosakrálnej terapie.

Zadajte svoj e-mail

**CHCEM E-BOOK**

Zadaním e-mailu súhlasím so spracovaním osobných údajov a s prihlásením na odber newslettera.



**STIAHNITE SI  
E-BOOK ZDARMA**

Prípravili sme pre vás praktický e-book, ktorý vám priblíži účinky a postupy kraniosakrálnej terapie

Zadajte svoj e-mail

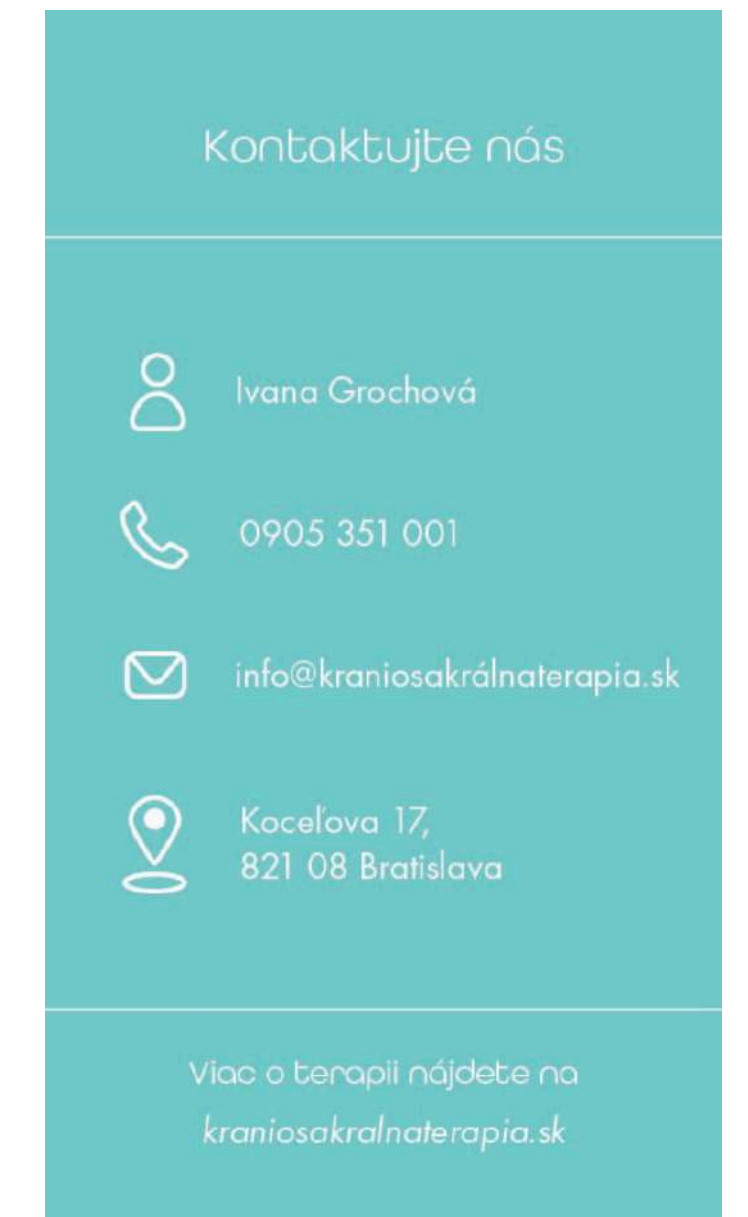
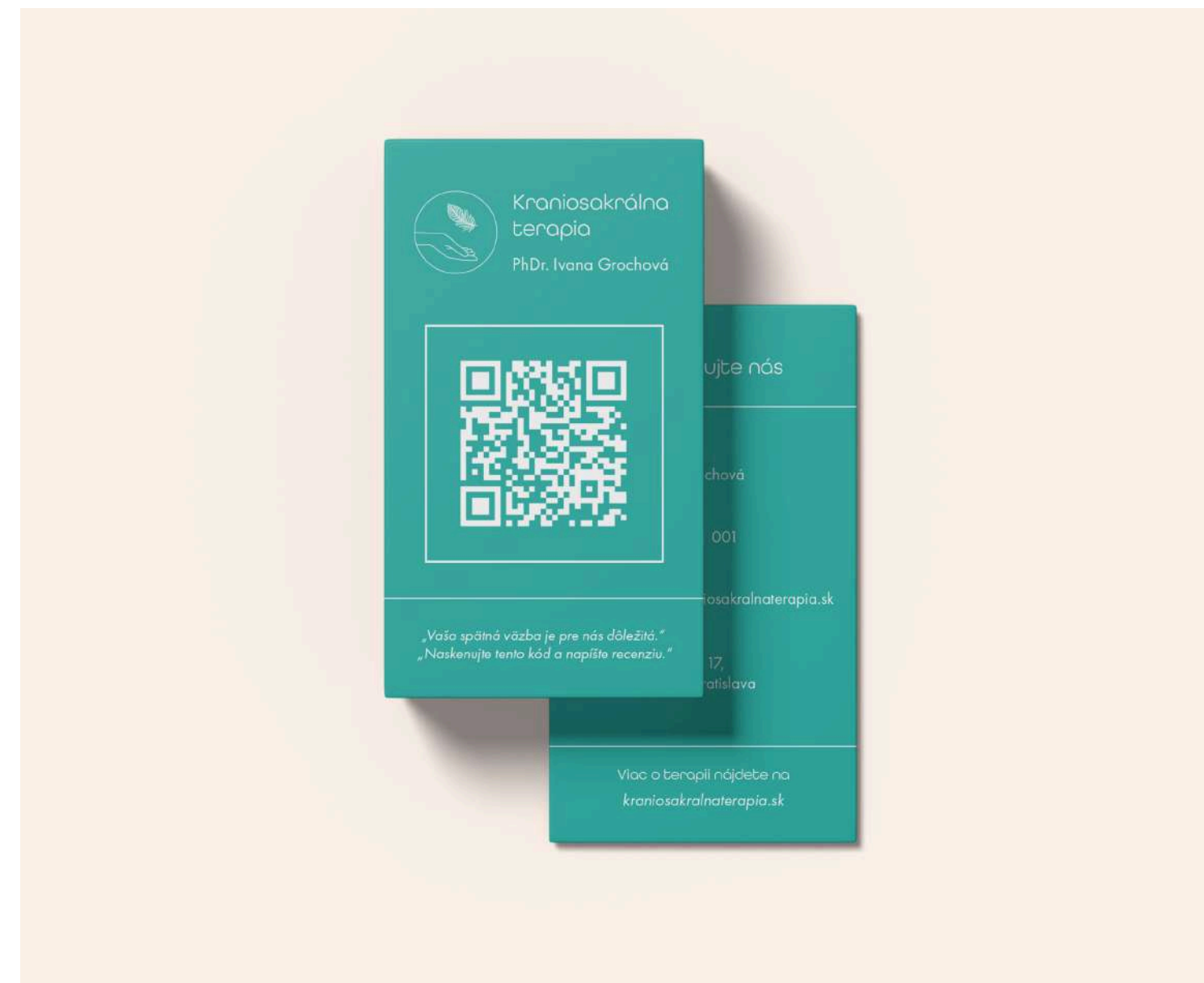
**CHCEM E-BOOK**

# QR KARTIČKA

Kartičky s QR kódom prepájajú offline a online prostredie značky. Umožňujú jednoduchý prístup k webu, hodnoteniu, e-booku alebo kampani.

Dizajn je minimalistický, konzistentný s vizuálnym štýlom značky a kladie dôraz na čitateľnosť QR kódu.

Doplňkový text je krátky a jasný, motivuje k akcii a zároveň zachováva vizuálnu rovnováhu.



# E - BOOK

E-book predstavuje hodnotový obsah značky – prináša vzdelávanie, inšpiráciu alebo odborné informácie v jednotnom vizuálnom štýle.

Grafické spracovanie nadväzuje na vizuálnu identitu značky, využíva stanovené farby, typografiu a grafické prvky. Layout je vzdušný, s dôrazom na čitateľnosť a vizuálnu harmóniu medzi textom a obrazom. Každý e-book by mal pôsobiť profesionálne, zrozumiteľne a v súlade s charakterom značky.

