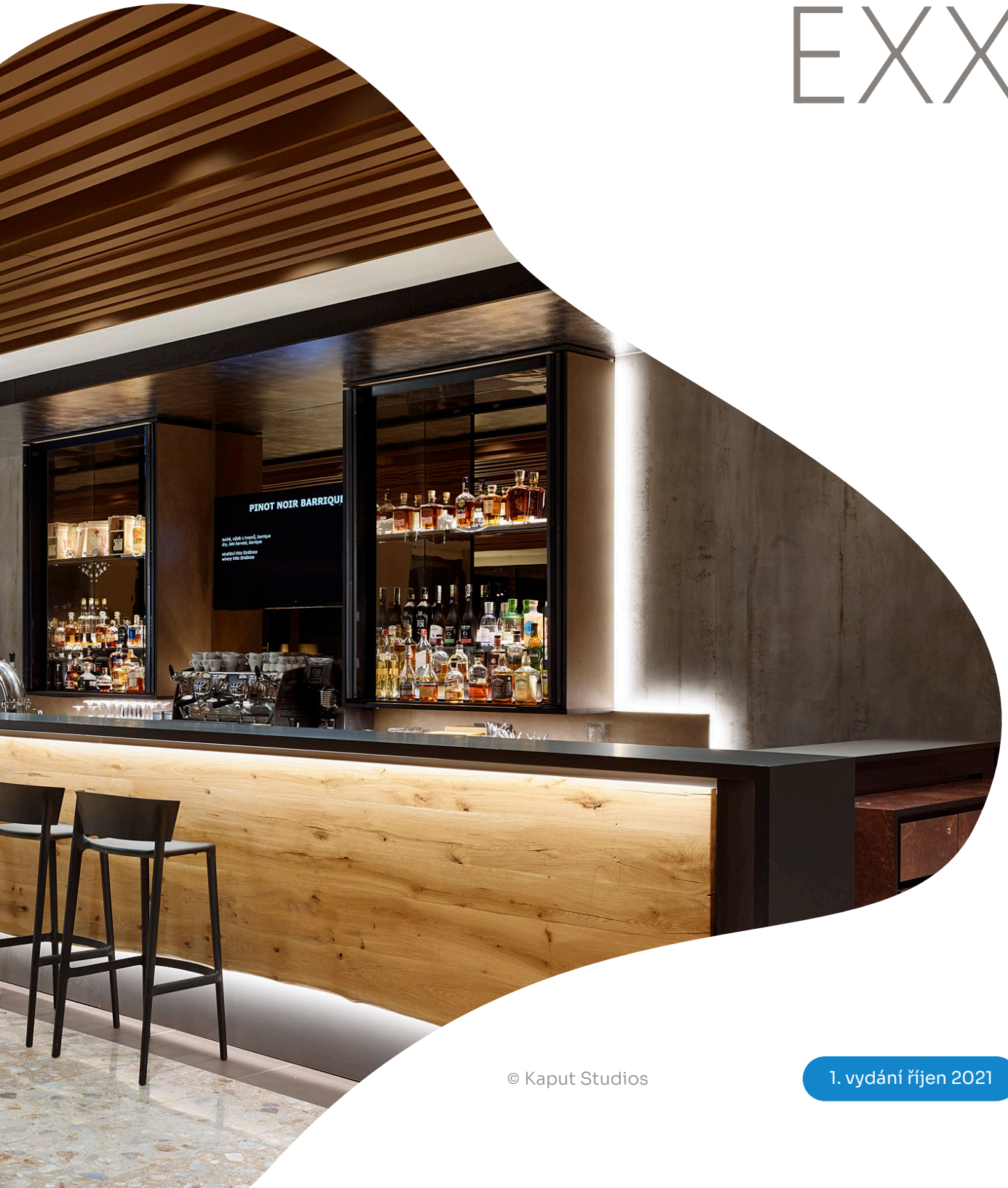
exx

ALMANACH

EXX



© Kaput Studios

1. vydání říjen 2021

Tak jako EXX vytváří prostor pro život
a seberealizaci, vytváří tento almanach
prostor pro jednotnou komunikaci.

Firma, která má 25 let zkušeností a má ambici být leaderem na trhu,
musí působit jednotně a uceleně. Následující pravidla pracují s existujícími prvky,
u nichž jsou definovány způsoby použití, aby EXX působil navenek tak, jak tomu je i uvnitř.
Tedy jako sebejistá, atraktivní společnost.

exx

OD ROKU 1995

ALMANACH EXX

Obsah

Cílové skupiny 6

Historie společnosti 7

Komunikace EXX 7

- Positioning na trhu 7
- Tonalita komunikace 8
- Základní tonalita 8
- Touchpointy 8
- Komunikace na sociálních sítích 8
- E-mailová komunikace 9
- Obchodní schůzky a online prezentace 9

Pravidla pro používání názvu značky 10

- Jak se EXX podepisuje? 11

Pravidla komunikace EXX 12

- Vizuální styl 12
- Logotyp 12
- Varianty loga EXX 14
- Varianty loga EXX HOLDING 15
- Logo manuál 16
- Barvy a fonty 17
- Blob 20
- Vizitka 24
- Hlavičkový papír 24
- Běžné tiskoviny - bloky / listy A4 25
- Komplimentka 25

Závěrečné slovo 26

Cílové skupiny

**Než se přejde k jakémukoliv kroku,
je důležité definovat cílové skupiny.**

Cílové skupiny EXX jsou v rámci komunikační strategie: investoři, architektonická studia, stavby a developerské projekty. Je tedy potřeba zohlednit formu komunikace v různých rovinách. Zároveň napříč různými segmenty půjde o jednotnou komunikaci s jasně rozpoznatelnými prvky. Ke všem těmto skupinám musí EXX mluvit sebejistě a jednotně.

Vzhledem k určené cílové skupině se pohybujeme v B2B sektoru. Pro něj platí i v rámci online komunikace poněkud odlišná pravidla. Externí firemní komunikace jako taková samozřejmě zahrnuje mnoho forem (např. corporate design, public relations, corporate advertising, propagace stanovisek, veřejná vystoupení, human relations, investor relations, employee relations, government relations, atd.), nicméně v rámci jasného vymezení cílových skupin se tento almanach věnuje především vybraným formám externí komunikace, a to: **corporate design, public relations, corporate advertising a propagaci stanovisek**.

- *Corporate design — svými jednotícími prvky působí v každé části firemní komunikace*
- *Public relations — zprostředkovává dialog se širokou veřejností, která zahrnuje různorodé skupiny (tedy i náš zúžený výběr a cílové skupiny)*
- *Corporate advertising — zahrnuje placenou reklamu, která inzeruje potřebná sdělení dle marketingu organizace*
- *Propagace stanovisek — organizace využívá příležitost vyjadřovat se k veřejným otázkám*

ALMANACH EXX

Historie společnosti

Firma EXX vzniká v roce 1995 jako společnost se zaměřením na osvětlení. O rok později již otevírá svůj první obchod s nábytkem v Praze, ze kterého se postupně vybudovalo bytové studio. V roce 1999 vzniká EXX HOLDING a.s., matka skupiny EXX. Firma postupně roste a rozšiřuje své působení, v roce 2002 otevírá další obchod s nábytkem a svítidly v Brně. O tři roky později se sjednocuje v novém showroomu s kompletní nabídkou pro interiéry a osvětlení. K oslavě 10 let od založení zakládá 23. 9. 2005 Nadaci Leontinka. Rok 2009 je přelomovým rozšířením o činnost zpracování corianu a truhlářskou výrobu. 2011 se EXX stěhuje do vlastního a otevírá dům designu na Karlovarské v Praze 6. V dalších letech rozšiřuje EXX činnost o modernizaci osvětlení s garantovanou úsporou. Rok 2015 je oslavou 20 let a rozšířením na Slovensko. V roce 2018 firma rozšiřuje kapacity o výrobní závody v Praze a Uherském Brodě a díky tomu disponuje kompletní truhlářskou a zámečnickou výrobou. V roce 2019 integruje výrobní střediska do skupiny EXX a realizuje nejvyšší obrat od roku 2008.

Komunikace EXX

Positioning na trhu

Firma EXX v tuto chvíli ze všech dceřiných firem Exx holdingu vyčnívá nejvíce. Jako firma s 25 lety zkušeností má na trhu vybudovanou stabilní pozici a velké úspěchy jak ve světě osvětlení, tak ve světě interiéru. Public relations a stopa v online světě je však velmi kontrastní oproti reálným úspěchům. V současnosti má každý jednotlivý segment Exx holdingu svou vlastní značku.

V rámci nové komunikační strategie budou všechny komunikační aktivity sjednoceny pod jedním brandem především kvůli objemovému potenciálu obsahu, celkové image a větší srozumitelnosti.

S jedním společným brandem se také pojí pravděpodobnost navýšení objemu jednotlivé zakázky — už ve fázi rozhodování bude mít klient komplexní přehled o našich aktivitách, a je tedy pravděpodobné, že EXX využije nejen na jednu část dodávky, ale i na další části.

Tonalita komunikace

Tonalita komunikace nebo také Tone of Voice či Brand Voice je prvkem značky, který výrazně přispívá k zapamatování nebo odlišení od konkurence. Jde o způsob, jakým tónem hlasu značka mluví, píše a působí pomocí grafiky či fotografií. Hlas brandu ukazuje osobnost značky a také její hodnoty, přičemž také u rčuje, jak budou příjemci sdělení vnímat. Tonalita se tedy promítá do veškerého obsahu: do příspěvků na sociálních sítích, e-mailů, zákaznické podpoře, prezentací.

Nejdříve si vydefinujeme tonalitu Exx holdingu obecně a následně přistoupíme k tonalitě u jednotlivých kanálů, výstupů a sdělení.

Základní tonalita

V roce 2016 definovala Studie Nielsen Norman Group 4 základní dimenze tonality: zábavnou, formální, respektující a nadšenou. EXX HOLDING má v tomto základním rámci **tonalitu formální**. Dále můžeme mluvit o **sebevědomé, atraktivní, přátelské a energické tonalitě** komunikace.

Touchpointy

Vzhledem k určené cílové skupině máme na základě vytvořené mapy kontaktních míst několik důležitých **touchpointů**:

- *komunikace na sociálních sítích*
- *e-mailová komunikace*
- *obchodní schůzky*
- *online prezentace*

Komunikace na sociálních sítích

Komunikace v této situaci je: přímá, rychlá, otevřená, profesionální.

JAK ZNAČKA MLUVÍ?

EXX mluví v množném čísle — my jsme použili materiál, my jsme postavili,...
Dále mluví mile, sebevědomě, profesionálně, reaguje rychle, střídmě používá smajliky, v případě, kde je to nutné, je asertivní.

E-mailová komunikace

Komunikace v této situaci je: odborná, milá, vstřícná.

Na konci e-mailu používáme pro zakončení komunikace klasické "S pozdravem", pod pozdrav umístíme podpis.

JAK ZNAČKA MLUVÍ?

Protože se jedná většinou o personalizované maily a komunikaci cílenou jedné osobě, používáme jednotné číslo. Komunikace je milá, ale formální, odborná a přímá.
Zároveň vstřícná a otevřená směrem k zákazníkovi.

Obchodní schůzky a online prezentace

U obchodních schůzek jde vždy o velice individuální záležitost. I v tomto případě lze připravit podklady tak, aby odpovídaly jednotné komunikaci značky. Pravidla almanachu je tedy nutné dodržet i u prezentací na obchodních schůzkách.

JAK ZNAČKA MLUVÍ?

Pro tyto účely byly vytvořeny šablony (hlavičkový papír, běžné tiskoviny - blok / list A4, komplimentka), do kterých se veškerá sdělení a informace pro klienty snadno umístí a zapadají tak do jednotného stylu komunikace celé značky.

Pravidla pro používání názvu značky

Nejsvrchovanější instituce v ČR, Ústav pro jazyk český, uvádí ve své příručce, že „neexistuje žádný právní předpis, který by nařizoval, aby se firmy do obchodního rejstříku zapisovaly v souladu s platnými pravopisnými zásadami. Na druhou stranu neexistuje ani právní předpis, který by přikazoval, aby v novinách, v telefonních seznamech atp. byly užívány jen ty podoby, které jsou uvedeny v obchodním rejstříku. Lze však doporučit, aby v právních textech (ve smlouvách, dohodách atp.) byly užity ty podoby, které jsou uvedeny v obchodním rejstříku".

Na základě tohoto doporučení používáme název EXX HOLDING a EXX. Takovou podobu ale mohou nést oba názvy v prvním pádu jednotného čísla. Obě značky skloňujeme podle vzoru hrad. Při skloňování zůstává **velké jen první písmeno v názvu**, a to především kvůli grafické podobě.

PŘÍKLADY SPRÁVNÉHO POUŽITÍ

v Exx holdingu, v Exxu, s Exxem, s Exx holdingem, EXX HOLDING, EXX
Nikdy nepoužíváme: Exxholding, ExxHolding, exx holding, Exx Holding, v EXXu, s EXXem, Exx

O značce mluvíme v jednotném i množném čísle.

PŘÍKLADY POUŽITÍ

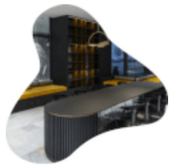
V Exx holdingu připravujeme nové realizace. EXX realizoval nový hotel. Alena z Exxu napsala.

Jak se EXX podepisuje?

Podpis EXX v e-mailu:

S pozdravem

exx



Jan Novák
marketing manager

mobil: +420 123 456 789
email: jan.novak@exx.cz

EXX HOLDING a.s.
Karlovarská 1104/14
161 00 Praha 6

www.exxholding.cz

V levé části e-mailového podpisu (logo, blob) předpokládáme decentní animaci. Upozorňujeme ale, že zobrazení grafiky a animací je závislé na použitém zařízení resp. e-mailovém programu příjemce a není možné zaručit 100% funkčnost.

Pravidla komunikace EXX

- *V externí komunikaci zásadně vykáme. Tykání EXX používá opravdu pouze u kontaktů, kde je osobní vazba.*
- *Spolu s vykáním užíváme k oslovení křestní jméno například: Dobrý den, Moniko,...*
- *Netextovou komunikaci, tedy hlavně smajlíky, používáme především na sociálních sítích, ale ani v tomto prostoru s nimi neplýtváme a používáme střídmě (IG, FB, na LinkedIn nepoužíváme).*

Vizuální styl

Grafický design je forma komunikace. Smyslem dobrého korporátního designu je uchopení idejí lidí či značky a jejich přetvoření do vizuální podoby, které ostatní dokáží porozumět. K dosažení záměru používá design obraznosti, symbolů, vzorů, barev, ale i materiálů — ať už se jedná o reálné předměty nebo nehmotné zobrazení na počítačovém monitoru. Design v sobě nese myšlenky a seskupuje je do jednoznačného sdělení, které doručuje svému publiku se snahou o vyvolání zamýšlené odezvy.

Logotyp

V této části Almanachu se věnujeme rozlišení komunikace EXX HOLDING a.s. a EXX s.r.o., rozšíření stávajícího loga o dodatek „HOLDING", rozpracování variant a definování závazných pravidel jeho užití.

Logotyp EXX používáme pro celou skupinu = EXX + EXX HOLDING + všechny související aktivity, které realizují ostatní právní subjekty (firmy) ve skupině s výjimkou: **ECOLED VEŘEJNÉ OSVĚTLENÍ, Značka produktů ECOLED, LUCIS, GX STORE, Nadace Leontinka**.

ecoled veřejné osvětlení ecoled lucis. interior lighting GX STORE nadace leontinka

Přestože značka EXX je společná pro EXX s.r.o. zabývající se návrhy a realizacemi interiérů a EXX HOLDING a.s. coby zastřešující organizací, v komunikaci je nutné striktní rozlišování těchto dvou subjektů.

Pro prezentaci EXX s.r.o. se užívá výhradně samotné logo EXX, zatímco mateřská firma EXX HOLDING a.s. navenek komunikuje logo doplněné o motiv horizontální linky a dodatku „HOLDING".

Varianty loga EXX

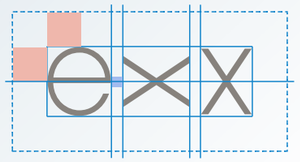
OD ROKU 1995

Varianty loga EXX HOLDING

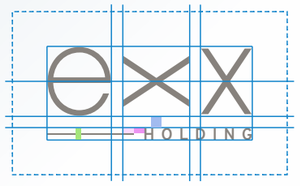
OD ROKU 1995

Logo manuál

Logo manuál — vztahy a vzdálenosti elementů loga



vzdálenost písmen
ochranná zóna loga
(1/2 výšky písmene „e“)



vzdálenost textu HOLDING
vzdálenost horizontální linie
vzdálenost horizontální linie
od textu HOLDING

Stejně tak jako každý člověk má svoji osobní zónu, jejíž narušení nese s nelibostí, nejinak je tomu u logotypu. Respektujte, prosím, vždy daná pravidla a dopřejte logu jeho prostor.

Logo manuál — černobílé varianty

V některých případech může být vhodnější (či dokonce nezbytné) užití logotypu v jeho inverzní variantě. Důvodem může být například pevně daná tmavá barva pozadí, realizace světelných panelů se zářící značkou nebo některé způsoby vyřezávání do pevných materiálů.

Logo manuál — příkladů nevhodného použití loga je nespočet.

obr. 1 – nečitelné logo na nevhodně zvoleném pozadí
obr. 2 – doplňující text v ochranné zóně loga
obr. 3 – deformované logo
obr. 4 – nedodržení dané barevnosti

Umístění loga

Při vkládání grafické podoby loga do prezentačních materiálů je toto vždy VYCENTROVANÉ na střed šířky loga, nikoliv na optický střed prostředního písmene X.

Barvy a fonty

Při přípravě firemních materiálů buďte kreativní. Vždy však v souladu s jednotnou firemní komunikací, a tedy výhradně v rámci této dané barevnosti.

- **RGB:** 135, 130, 125
- **CMYK:** 48, 43, 47, 7
- **HEX:** 87, 82, 7D
- **PANTONE** (doporučená)**:** Warm Gray 9 U

- **RGB:** 232, 214, 176
- **CMYK:** 10, 16, 34, 0
- **HEX:** E8D6B0
- **PANTONE** (doporučená)**:** 7500 U

- **RGB:** 97, 201, 225
- **CMYK:** 59, 0, 13, 0
- **HEX:** 61C9E1
- **PANTONE** (doporučená)**:** 637 U

- **RGB:** 236, 114, 80
- **CMYK:** 0, 65, 64, 0
- **HEX:** EC7250
- **PANTONE** (doporučená)**:** 1665 U

- **RGB:** 38, 40, 42
- **CMYK:** 78, 60, 58, 63
- **HEX:** 26282A
- **PANTONE** (doporučená)**:** Black 6 U

světlá barva
teplá barva
studená barva
tmavá barva

Symbolické vyjádření barevného spektra
od teplých barev až ke studeným barvám.

Pro nadpisy nejvyššího významu, slogany a graficky znázorněné texty se používají fonty **Sora** (EXX) a **Overpass** (EXX HOLDING) s přesně danými parametry. Pro delší texty (včetně podnadpisů), bloky textu a ostatní textová sdělení je definováno užití fontu **Raleway**.
V odůvodněných případech postačí i jiný vhodný bezpatkový font, např. **Segoe UI** ze základní sady fontů Microsoft.

— **Sora**

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

— **Overpass**

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

— **Raleway**

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

— **Segoe UI**

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž
0123456789

Blob

blob */blɒb/* *podst. jm. (angl.)*

1. kapka, kaňka, skvrnka
2. beztvarý objekt, nezřetelný tvar

Užití blobu, dle původní definice těžko uchopitelného objektu, symbolizuje v nové vizuální identitě EXX naopak jeho mnohotvárnost, šíři záběru a schopnost adaptace v dynamicky se měnících podmínkách fungování dnešní globalizované společnosti. Tisíckrát rozbitá a tisíckrát znovu zformovaná kapka značí v tomto úhlu pohledu osobitý druh stability.

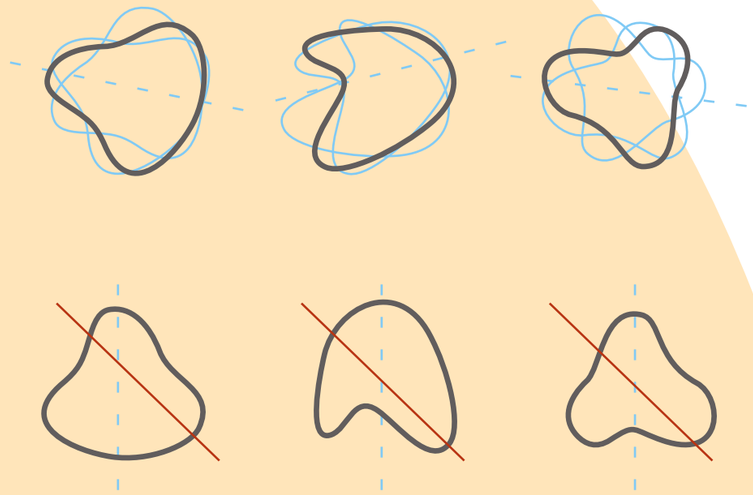
I používání variabilních tvarů coby designových prvků a důležité součásti firemní identity musí ale samozřejmě respektovat definovaná pravidla.

Tvar a orientaci blobu může měnit jen grafik! Pro běžné užití bez asistence grafika jsou k dispozici v datových souborech šablony blobů jako jediné přípustné.

Blob se používá pouze pro EXX s.r.o.

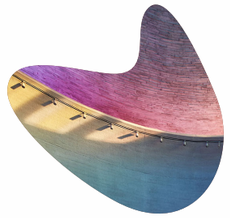
Blob — orientace

Není blob, jako blob. Blob EXX je vždy mírně pootočený oproti horizontální a vertikální ose, nikdy nedrží přímou linii, ani jí není nijak svázaný.

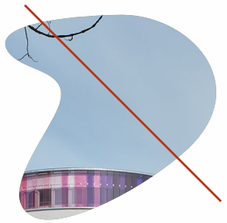


Blob — výplně

Při kreativní práci s blobem je možné (a někdy i žádoucí) používat jako výplň konkrétní fotografie. Pro lepší představu uvádíme příklady správného užití i ukázky jeho nevhodného provedení spolu se zdůvodněním.



Bílá část fotografie je shodná s barvou pozadí.

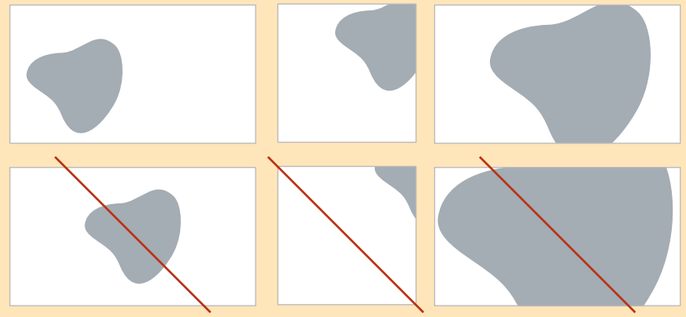


Nejasný smysl použité fotografie.

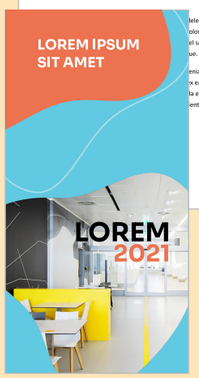
Fotografie je nepřirozeně nakloněná.

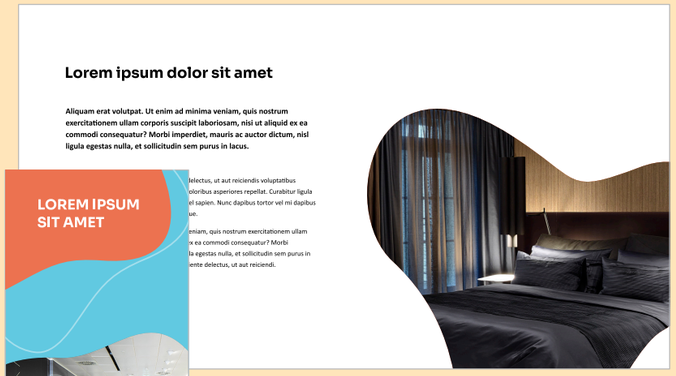
Blob — umístění ve formátu

Při používání motivu blobu jako podkladu tiskovin je nezbytné dbát na několik jednoduchých pravidel — nikdy jej nepoužívat vycentrovaný na střed plochy a v případě pouze částečného zobrazení vycházejícího z okrajů zvolit vhodnou velikost tohoto designového prvku.



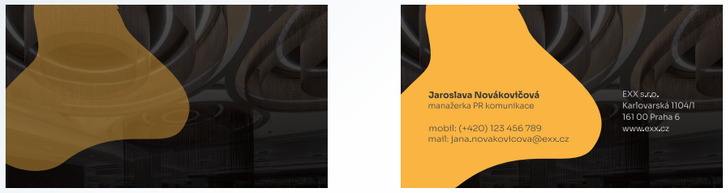
Ukázky správného použití — výplně fotografiemi, výplně jednolitou barvou a blob jako konturní linka.





Vizitka

Návrh oboustranné vizitky s motivem blobu a stylizovanou referenční fotografií jako podkladu. Použití je možné jak pro EXX s.r.o., tak s doplněným dodatkem pro HOLDING.



Hlavičkový papír

Hlavičkový papír nedává prostor pro další kreativitu a používá se vždy v této podobě.

Lorem ipsum dolor sit amet,

consectetuer adipiscing elit. Nullam lectus justo, vulputate eget mollis sed, tempor sed magna. Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? Aenean fermentum risus id tortor. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Aliquam erat volutpat. Quisque tincidunt scelerisque libero. Aliquam erat volutpat. Duis sapien nunc, commodo et, interdum suscipit, sollicitudin et, dolor. Etiam sapien elit, consequat eget, tristique non, venenatis quis, ante. Curabitur ligula sapien, pulvinar a vestibulum quis, facilisis vel sapien. Suspendisse nisl. Fusce wisi. Etiam egestas wisi a erat. Integer tempor. Integer rutrum, orci vestibulum ullamcorper ultricies, lacus quam ultricies odio, vitae placerat pede sem sit amet enim. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Curabitur sagittis hendrerit ante.

Temporibus autem quibusdam

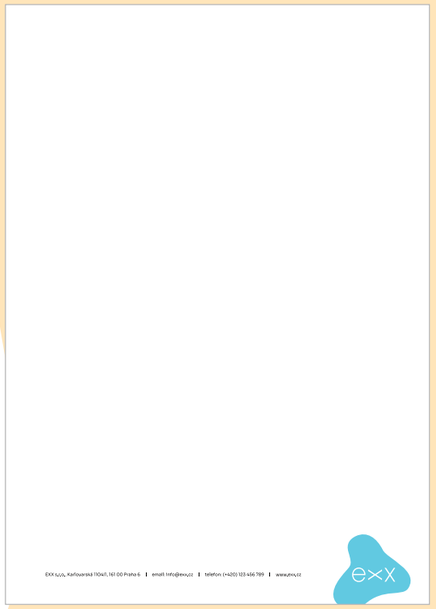
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Nullam lectus justo, vulputate eget mollis sed, tempor sed magna. Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? Aenean fermentum risus id tortor. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam.

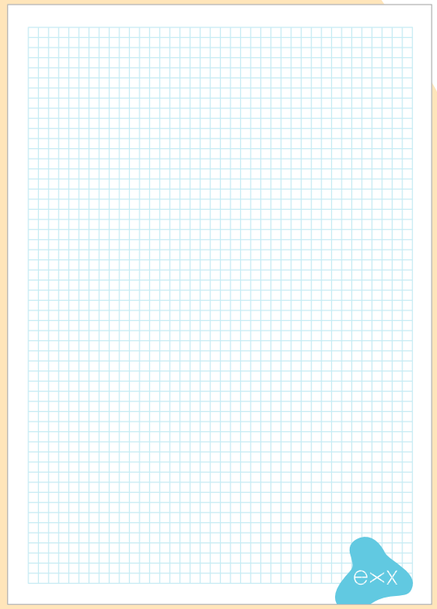
EXX s.r.o., Karlovarská 1104/1, 161 00 Praha 6 | email: info@exx.cz | telefon: (+420) 123 456 789 | www.exx.cz

Běžné tiskoviny – bloky / listy A4

Pro běžná sdělení, poznámky a podobně je k dispozici univerzální šablona. Stejně jako u hlavičkového papíru je vhodné mít k dispozici přiměřené množství kvalitně předtištěných listů papíru ve standardním formátu A4.



EXX s.r.o., Karlovarská 1104/1, 161 00 Praha 6 | email: info@exx.cz | telefon: (+420) 123 456 789 | www.exx.cz



Komplimentka

Poznámkové kartičky formátu A6 na šířku pro vzkazy, poděkování apod.

Závěrečné slovo

Tento almanach přispívá k naplnění našich vizí a ambicí do budoucna. Dodržování pravidel, která jsou zmíněna výše, pomáhá utvářet ucelený obraz firmy EXX, a tím zvyšuje její hodnotu a ukotvuje pozici na trhu.