



DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o.

Ke Kamenci 151, 530 02 Pardubice

MATURITNÍ PROJEKT

Grafický design značky

Vetrisol, s.r.o.

Jméno a příjmení:	Matouš Kyncl
Třída:	4. A
Studijní obor:	Informační technologie 18-20-M/01
Školní rok:	2021/2022

Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení:	Matouš Kyncl
Školní rok:	2021/2022
Třída:	4.A
Obor:	<i>Informační technologie 18-20-M/01</i>
Téma práce:	Grafický design značky
Vedoucí práce:	Mgr. Richard Brun

Způsob zpracování, cíle práce, pokyny k obsahu a rozsahu práce:

Firma Vetrisol s.r.o. se zabývá prodejem léků. Její nejznámější produkt nese název Happy Pills. V rámci komunikačních aktivit firma vyráběla reklamní trička pro podporu svých produktů. Tento způsob propagace nebyl příliš úspěšný. Hlavním cílem bude vytvoření originální značky a grafického designu pro firmu Vetrisol s.r.o.

Výstupy grafického designu pro firmu Vetrisol s.r.o. budou obsahovat nejenom autorské logo a jednotný vizuální styl, ale i všechny položky, které jsou běžné u zakázek pro velké firmy. Grafický design bude realizován včetně webových stránek. Dále bude projekt obsahovat návrhy vizuálního vzhledu sociálních sítí. Minimálně pro Facebook, Instagram a YouTube. Všechny kanály budou založeny a naplněny základním obsahem (textovým i obrazovým). Nezbytnou součástí tohoto projektu budou minimálně 2 autorská videa ozvučená a zveřejněná na YouTube. Návrhy tiskovin pro grafický design budou vyhotoveny nejenom v elektronické podobě, ale i v provedení fyzických tisků minimálně až do formátu A3. Tyto tisky zůstanou jako ukázková kolekce v grafickém ateliéru DELTA.

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):

Září

Konzultace s klientem. Práce na návrhu loga a JVS firmy. Práce na návrhu designu propagačních textilií a tiskovin. Výběr literatury pro textovou dokumentaci projekt

Říjen

Dokončení prací na návrhu loga a JVS firmy. Dokončení práce na návrhu designu propagačních textilií a tiskovin. Práce na návrhu jednoduchého webu. Vytvoření anotace textové dokumentace projektu a klíčových slov.

Listopad

Vytvoření a zprovoznění webu, založení sociálních sítí. Pokračování na textu dokumentace projektu.

Prosinec

Vytvoření scénáře pro natočení propagačních videí. Zahájení plnění obsahu webu a sociálních sítí. Pokračování na textu dokumentace projektu.

Leden

Natočení a uploadu propagačních videí. Dokončení plnění obsahu webu a sociálních sítí. Práce na textové dokumentaci projektu.

Únor

Dokončení textové dokumentace projektu. Odeslání souborů pro potisk textilií a dalších propagačních předmětů do tiskárny.

Prohlašuji, že jsem maturitní projekt vypracoval samostatně, výhradně s použitím uvedené literatury.

V Pardubicích dne:

Upřímně děkuji Mgr. Richardu Brunovi za odborné vedení při zpracování mého maturitního projektu. Děkuji firmě Vetrisol s.r.o., za umožnění pracovat s reálnou společností a reálnými daty

Anotace

Hlavním cílem této práce bylo vytvoření originální značky a grafického designu pro firmu Vetrisol s.r.o. Tato značka oblečení nemusí na první pohled vyvolat spojitost s firmou. Jejím úkolem je působit jako běžné značky oblečení, které lidé nakupují a jejich původ je nezajímá. Tato cesta má za účel udělat z lidí „chodící billboard“ s názvem jednoho z hlavních produktů firmy. Tímto způsobem se název produktu dostane do většího povědomí cílové skupiny.

Klíčová slova

branding, grafické návrhy, propagace, marketing, marketingová strategie

Annotation

The main goal of this work was to create an original brand and graphic design for the company Vetrisol s.r.o. At first glance, this brand of clothing may not have a connection with the company. Its job is to act like ordinary clothing brands that people buy and are not interested in their origins. The purpose of this trip is to make people a "walking billboard" with the name of one of the company's main products. In this way, the product name will become more widely known to the target group.

Key words

branding, graphic designs, promotion, marketing, marketing strategy

Obsah

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):.....	2
Anotace	6
1. Úvod.....	9
2. Představení firmy Vetrisol s.r.o.....	10
3. Představení firmy Sisters Printing s.r.o.....	11
4. Konzultace s klientem.....	12
5. Původní návrh.....	12
6. Použité nástroje	15
6.1 Adobe Lightroom	15
6.1.1 Využití Adobe Lightroom.....	15
6.2 Adobe Illustrator	16
6.2.1 Využití Adobe Illustrator.....	16
6.3 Adobe Photoshop	19
6.3.1 Využití Adobe Photoshop.....	19
6.4 PicsArt	20
6.4.1 Využití mobilní aplikace PicsArt.....	20
6.5 Adobe After Effects.....	20
6.6 Wondershare Filmora	21
6.7 Adobe Premiere Pro CC	21
6.7.1 Využití wondershare Filmora a Adobe Premier CC	21
6.8 Adobe InDesign	22
6.8.1 Využití Adobe InDesign.....	22
6.9 Webnode	22
6.10 Využití Webnode.....	23
6.11 Freepik	28
6.12 Využití Freepik.....	28
7. Sociální sítě	28
7.1 Instagram	29
7.2 Facebook.....	29
7.3 YouTube	30
8. Cílová skupina [13].....	30
8.1 Základní otázky pro určení cílové skupiny včetně odpovědí vztahujících se k módní značce Happy Pills.....	30
8.1.1 Komu je produkt/služba určen?	30

8.1.2	Kdo produkt/službu ocení?	30
8.1.3	Jak vypadá typický člen skupiny, kolik je mu let, kde žije, jaký je jeho příjem? 30	
8.1.4	Jaké jsou zájmy skupiny?	30
8.1.5	Proč by skupina měla produkt chtít, co jim přinese (přidaná hodnota)?	31
8.1.6	Koho skupina vnímá jako vzor a koho naopak neuznává?	31
8.1.7	Jaký styl vyjadřování cílová skupina používá?	31
8.1.8	Kde se představitelé cílovky vyskytují (online i off-line)?	31
8.1.9	Jakým médiím / sociálním sítím věnují představitelé pozornost?	31
9.	Persona	32
9.1	Co je to persona	32
9.2	Proč je persona důležitou součástí marketingu	32
9.3	Persona pro značku HAPPY PILLS	32
10.	Konkurenční firmy	34
10.1	HUSTLE VALUE	34
10.2	SKEDDA	34
11.	Tvorba scénářů pro dvě propagační videa	37
11.1	Video 1 scénář	37
11.1.1	Parametry	37
11.1.2	Popis	37
11.1.3	Záměr	37
11.2	Video 2 scénář	38
11.2.1	Parametry	38
11.2.2	Popis	38
11.2.3	Záměr	38
12.	Závěr	38
13.	Seznam příloh	39
13.1	Grafický manuál	39
14.	Citace	40
15.	Seznam obrázků	42

1. Úvod

V roce 2018 můj otec nechal natisknout prototyp reklamních triček pro jeden z jeho produktů doplňků stravy, které dlouhodobě prodává. Jeho firma, kterou vlastní s jeho bratrancem, nese název Vetrisol s.r.o. a zabývá se prodejem doplňků stravy. Doplněk stravy, pro který se v roce 2018 dělal prototyp na reklamní trička nese název Happy Pills mi můj otec donesl tato reklamní trička. Trička jsem zařadil mezi ostatní a bral jsem je jako další obyčejná trička, která mi jen zabírají místo v šatníku.

Ovšem potom, co jsem si jedno z těchto triček na sebe párkrát vzal, začali se mě moji kamarádi ptát, jaký to má význam, odkud ho mám, popřípadě jestli jim ho nemohu také sehnat. Když se mě začalo ptát čím dal víc lidí, vzal jsem všechny co jsem měl a rozprodal jsem je.

Uvědomil jsem si, že tento produkt může mít budoucnost i v textilním průmyslu a nejen jako reklamní tričko pro doplněk stravy. Protože jsem se již tehdy zajímal o módu, začal jsem přemýšlet o novém vlastním designu, který bych mohl udělat i na jiné druhy oblečení než je obyčejné bílé reklamní tričko. Poměrně dlouhou dobu mě nenapadal žádný design a neměl jsem dostatečné prostředky na potisk a výběr textilie. Vše se změnilo když jsem začal spolupracovat s profesionální firmou Sisters Printing s.r.o., která se zabývá potiskem oděvů.

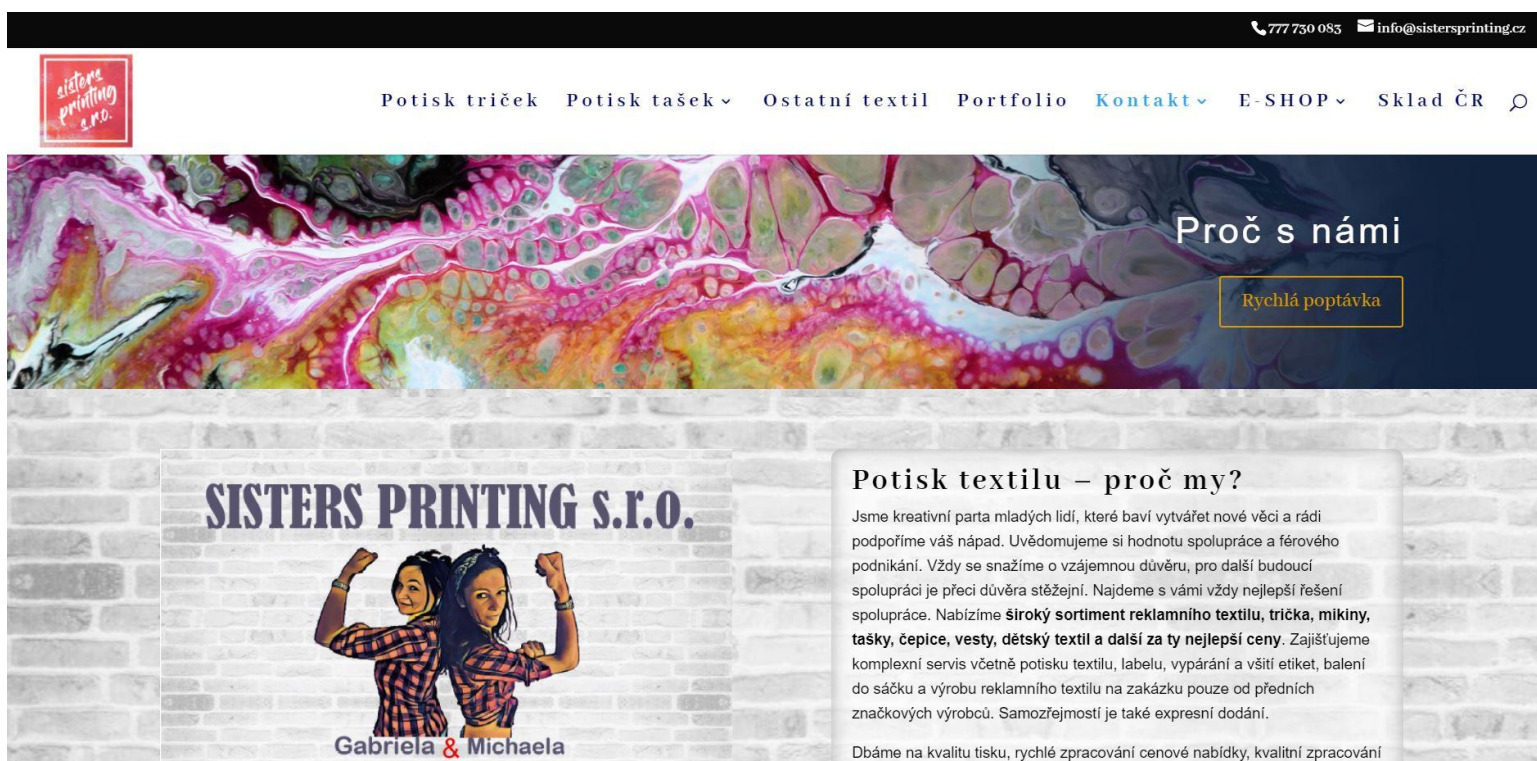
2. Představení firmy Vetrisol s.r.o.



Obrázek 1 stránka Vetrisol Zdroj [1]

Firma Vetrisol s.r.o. se specializuje na vývoj, výrobu a prodej doplňků stravy a veterinárních přípravků splňující kritéria nejvyšší kvality, účinnosti a cenové dostupnosti. Firma disponuje týmem odborníků, kteří pracují v oboru desítky let a mají zkušenosti s výrobou jak v ČR tak v zahraničí. [1]

3. Představení firmy Sisters Printing s.r.o.



Obrázek 2 web Sisters printing Zdroj: [2]

Firma Sisters Printing s.r.o. je firma, která se zabývá potiskem na textil. Nabízí široký sortiment reklamního textilu jako jsou například trička, mikiny, tašky, čepice, vesty, dětský textil a další za ty nejlepší ceny. Zajišťuje komplexní servis včetně potisku textilu, labelu, vypárání a všití etiket, balení do sáčku a výrobu reklamního textilu na zakázku pouze od předních značkových výrobců.

Nabízí plnobarevný, ale i jednobarevný potisk textilu metodou sítotisku již od 30 kusů. Kromě přímého tisku nabízí další technologie: rastrové separace a discharge a další efekty jako je puff, 3D efekt, imitace kůže, metalické efekty atd. [2]

4. Konzultace s klientem

15. září 2021 proběhla konzultace, o mém návrhu, s klientem a spolujemajitelem firmy Alešem Kynclem. Klient se na můj návrh tvářil velice kladně a jedinou podmínkou bylo, aby moje produkty obsahovaly daný název.

5. Původní návrh

Původní návrh na mikiny a trička vznikl na jaře v roce 2021 (viz. fotky 1). Jednalo se o prolnuté nápisy Happy Pills na zádech a logo smajlíka vyjadřujícího pilulku který měl místo očí písmenka H a P. Návrh jsem vytvořil v Adobe Illustrator a následně jsem jej nechal natisknout na mikiny a trička.



Obrázek 3 původní design Happy Pills Zdroj: Vlastní



Obrázek 4 Mikina Happy Pills zepředu Zdroj: Vlastní



Obrázek 5 Mikina Happy Pills zezadu Zdroj: Vlastní



Obrázek 6 Tričko Happy Pills Zdroj: vlastní



Obrázek 7 Tričko Happy Pills Zdroj: Vlastní



Obrázek 8 Tričko Happy Pills Zdroj: Vlastní

6. Použité nástroje

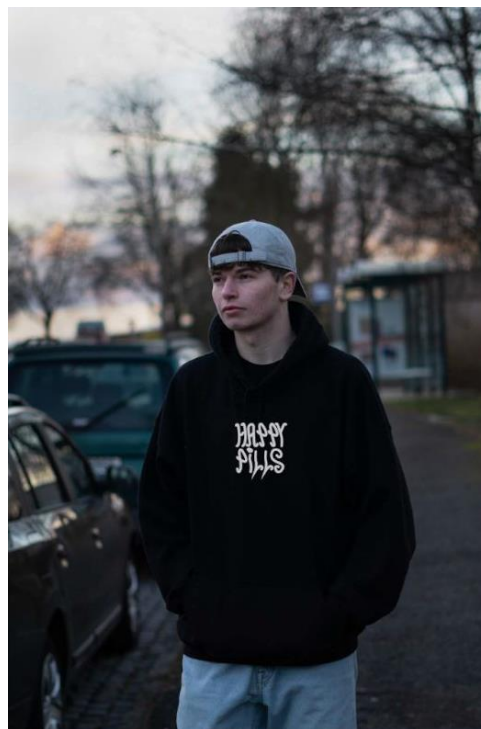
6.1 Adobe Lightroom

Software od Adobe Systems určený pro archivaci a úpravy digitálních fotografií. Svými možnostmi vyhovuje potřebám profesionálních fotografů, kteří ho také hojně využívají. Lightroom zvládá mnoho funkcí a při používání je efektivní a rychlý. Jde o komplexní nástroj, s nímž profesionální fotograf zvládne úplný pracovní postup zpracování svých fotografií, takže většinou už nemusí použít žádné jiné programy. [3]

6.1.1 Využití Adobe Lightroom



Obrázek 10 Mikina Happy Pills fotografie před úpravou Zdroj: Vlastní



Obrázek 9 Mikina Happy Pills fotografie po úpravě Zdroj: Vlastní

Adobe Lightroom jsem využil převážně na úpravu barev, světla, kontrastu, vinětače a k celkovému doladění původního vzhledu jednotlivých fotografií.

6.2 Adobe Illustrator

Nejpoužívanější a nejrozšířenější software pro vektorovou grafiku od firmy Adobe Systems. Program se skládá z několika nástrojů, palet a pracovní plochy. Umožňuje vytvářet loga, ikony, letáky, ilustrace pro tisk, web a videa. [13] Adobe Illustrator lze definovat jako software, který byl dříve jediným softwarem, který byl vytvořen pro grafické designéry. Poprvé byl vyvinut v roce 1987 s plnohodnotným programem pro okna. Zpočátku to také dávalo sofistikované příkazy pro trasování a manipulaci s textem s vlastnostmi oddělení barev. [4]

6.2.1 Využití Adobe Illustrator



Obrázek 11 Různé pracovní varianty loga Zdroj: Vlastní

Adobe Illustrator jsem využil na tvorbu loga a různých variant loga pro produkty. Dále jsem Adobe Ilustrátor využil pro tvorbu vizitek, cedulky pro produkty a veškerou vektorovou grafiku použitou v mém projektu. Logo bylo vytvořeno mnou bez jakékoliv předlohy. V žádném případě se nejedná o upravený již hotový font. Logo obsahuje mé vlastní písmo, které bylo vytvořeno pouze za použitím nástroje pero. Jako základní barvu loga jsem zvolil 100% černou barvu.



Obrázek 12 základní logotyp značky Happy Pills
Zdroj: Vlastní



Obrázek 13 vizitka Happy Pills varianta 1 Zdroj: Vlastní



Obrázek 15 vizitka Happy Pills varianta 2 Zdroj: Vlastní



Obrázek 14 cedulka pro produkty Happy Pills Zdroj: Vlastní

6.3 Adobe Photoshop

První verze (1.0) vyšla v únoru roku 1990 pro Mac OS pod záštitou firmy Adobe Systems. Původně je Photoshop dílem bratrů Thomase a Johna Knolla, kteří na vývoji začali pracovat již v roce 1987. Jedním z nejvýznamnějších bodů byl vznik verze pro operační systém Microsoft Windows v roce 1996. Adobe Photoshop je bitmapový grafický editor pro tvorbu a úpravy bitmapové grafiky (např. fotografií) vytvořený firmou Adobe Systems. [5]

6.3.1 Využití Adobe Photoshop



Obrázek 16 produk focený v ateliéru Zdroj: Vlastní



Obrázek 17 výsledný produkt upravený pro web Zdroj: Vlastní

Adobe Photoshop jsem využíval pro ořez nafocených produktů, následně pro přidání nového pozadí za produkt a umístění již hotové grafiky na produkt. Dále jsem využil metodu green screenu díky kterému byl ořez fotografie jednodušší. Celkové výstupy byly umístěny na web a sociální síť.



Obrázek 19 Tričko Happy Pills green screen Zdroj: Vlastní



Obrázek 18 Tričko Happy Pills Zdroj: Vlastní

6.4 PicsArt

Jedná se o editor s více než 1000 funkcemi, který má vše, co potřebujete, aby každý váš obraz měl v sobě něco neuvěřitelného. Je vybaven nástroji pro řezání, ořezávání, strečink, klonování, přidávání textů a úpravu křivek. Navíc má plnou knihovnu uměleckých fotografických filtrů (včetně HDR), rámečky, obrázky zázemí, hranice, vysvětlivky a mnoho dalších. Všechny nástroje mají režim štětce pro finální úpravy s možností selektivního uplatňování pouze na část obrázku. PicsArt poskytuje stovky fontů pro přidávání textu k fotografiím a tvoření senzačních textových překryv. PicsArt nabízí také dynamicky se rozrůstající sadu efektů ve stylu Prisma poháněných umělou inteligencí. [6]

6.4.1 Využití mobilní aplikace PicsArt

Aplikaci PicsArt jsem využíval zejména pro doladění fotografií pro mobilní telefony a specifického formátu pro sociální sítě.

6.5 Adobe After Effects

Adobe After Effects je univerzální počítačový program, pomocí kterého můžete upravovat jakékoliv video a také vytvářet vizuální efekty a animaci. Často se používá ve fázi postprodukce v kině a v televizi. Pomocí Adobe After Effects můžete vytvářet, kombinovat

a stylizovat 2D vrstvy v trojrozměrném prostoru. Program Adobe After Effects provádí různé funkce v závislosti na potřebách uživatelů. [7]

6.6 Wondershare Filmora

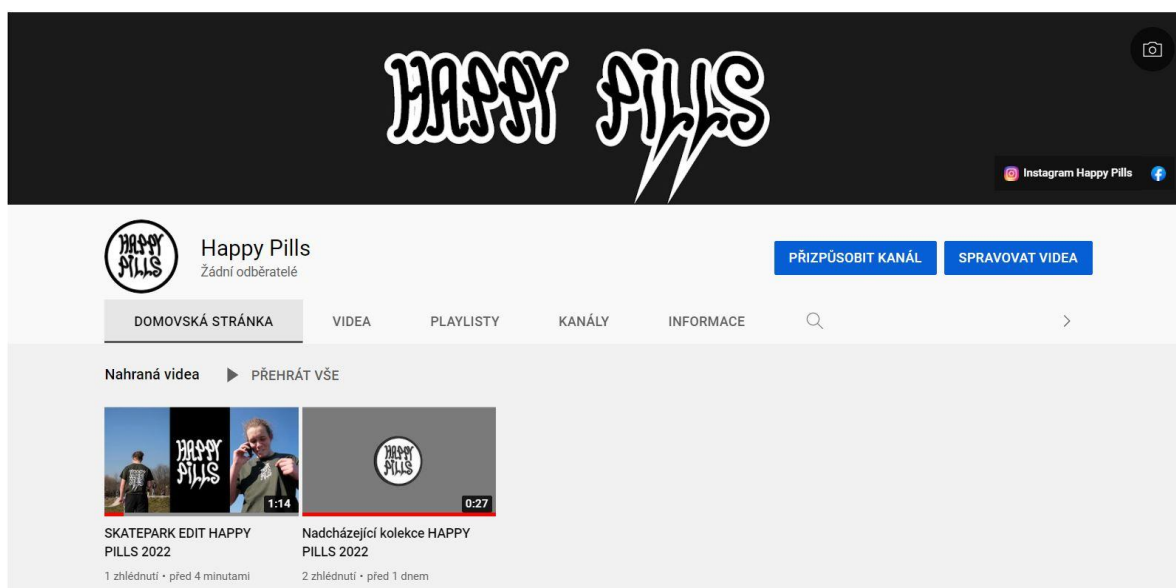
Wondershare Filmora je produkční software pro úpravu videa, který přichází s výkonnými funkcemi a plně naskládaným souborem funkcí. Filmora je solidní aplikace, která vám přináší funkce a styly, které byly dosud dostupné pouze profesionálním filmařům s určitou úrovní zkušeností a odpovídajícími aplikacemi. [8]

6.7 Adobe Premiere Pro CC

Jedná se o software pro úpravy videa pro film, televizi a web. Kreativní nástroje, integrace s dalšími aplikacemi a službami Adobe a ohromné možnosti technologie Adobe Sensei vám pomohou vytvářet poutavá videa a filmy v jediném plynulém pracovním postupu. Adobe Premiere Pro je přepracovaný nástupce Adobe Premiere, který byl vydán poprvé v roce 2003. [9]

6.7.1 Využití wondershare Filmora a Adobe Premier CC

Tyto dva programy jsem využíval na tvorbu propagační videí, které jsem následně umístil na sociální sítě YouTube, Instagram a Facebook. Zde přikládám odkaz na můj YouTube <https://www.youtube.com/channel/UCrexiBbVWHb0m1JRXDUw7hg/featured>



Obrázek 20 YouTube Happy Pills

6.8 Adobe InDesign

Adobe InDesign je špičkový software pro návrhy stránek a rozvržení. Vytvářejte nádherné grafické návrhy s písmi od nejlepších světových tvůrců a obrázky ze služby Adobe Stock. Rychle sdílejte obsah a zpětnou vazbu v PDF. Snadno spravujte produkci pomocí řešení Adobe Experience Manager. InDesign nabízí vše potřebné pro tvorbu a publikování knih, digitálních časopisů, elektronických knih, plakátů, interaktivních PDF a dalšího obsahu. [10]

6.8.1 Využití Adobe InDesign

Adobe InDesign jsem využil pro tvorbu grafického manuálu v následujících výstřizcích je ukázka dvou stran a celý grafický manuál se nachází v příloze.

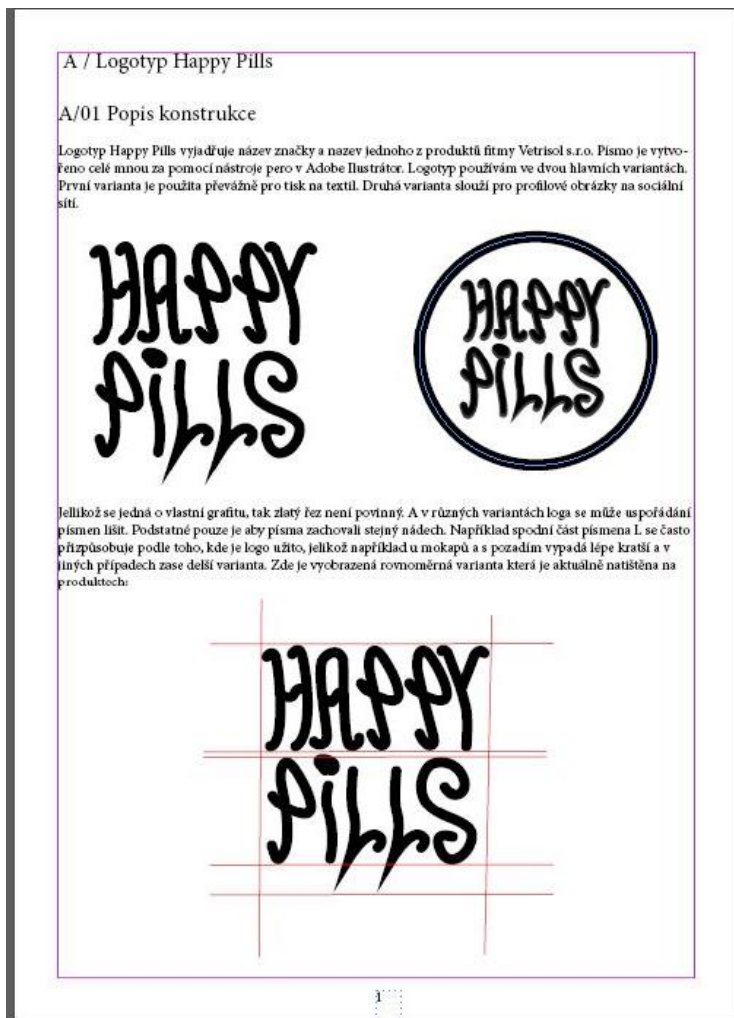
6.9 Webnode

Webnode je služba pro vytváření webových stránek prostřednictvím jednoduché platformy, která umožňuje přetahování různých prvků, jako jsou mimo jiné text, fotografie

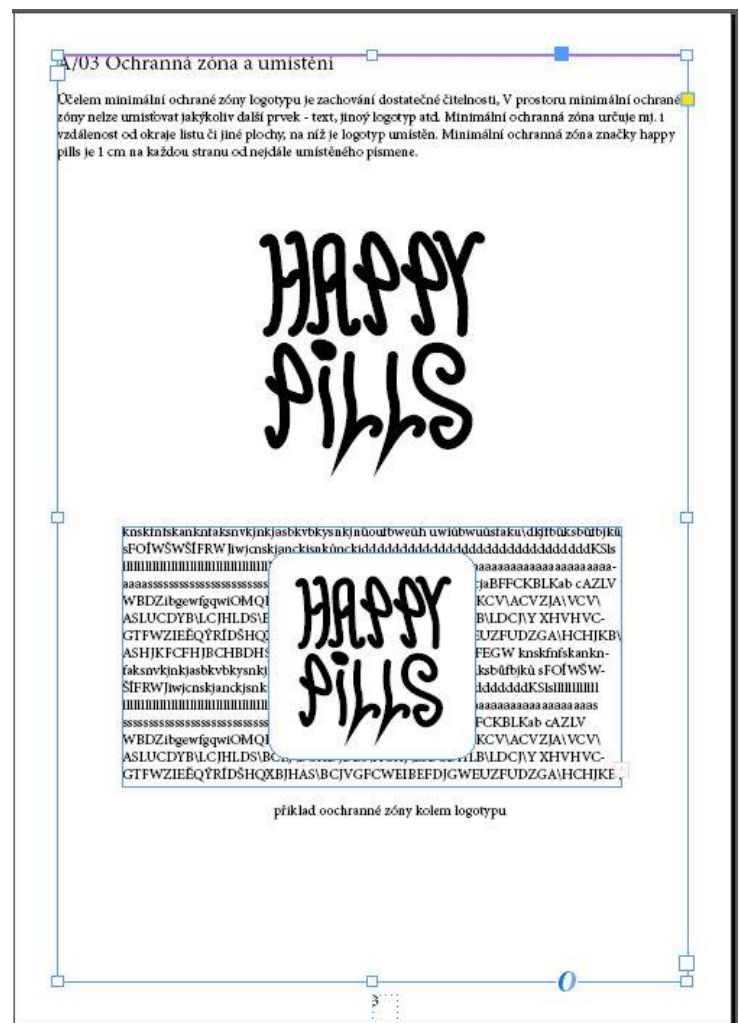
a videa. Je známý jako framework systém, nebo alternativa navržená tak, aby lidé, kteří neovládají programovací jazyk, mohli velmi intuitivním způsobem vytvořit webové stránky během několika hodin nebo minut. [11]

6.10 Využití Webnode

Nástroj Webnode jsem používal pro návrh budoucího webu, který je jako všechny sociální sítě laděný do černé, šedé a bílé barvy. V následující výstřižcích jsou vyobrazeny položky které web obsahuje.



Obrázek 21 logo manuál Popis konstrukce



Obrázek 22 logo manuál Ochranná zóna

Úvod: Tato stránka slouží jako úvodní, když zákazník web navštíví. V horní části se nachází panel s odkazy na sociální sítě, otevírací dobou a kontaktními údaji. Pod nápisem HAPPPY PILLS se nachází 4 trička na které běží sleva s promo kódem HP22. Pod tričky se nachází upoutávka na připravované džíny, která láká zákazníky na Instagram. Úplně ve spod jsou kontakty a odkaz na obchodní podmínky.

E-shop: Na stránce e-shop jsou vyobrazeny veškeré produkty, které jsou aktuálně v prodeji. Jsou rozděleny do 4 různých kategorií.

O nás: Zde je popsáno kdo, kdy, proč, značku vytvořil a na co se zaměřuje.

Kontakt: Zde jsou sepsány podrobněji kontaktní údaje. Dále je zde mapa, kde by byla v budoucnu umístěna kamenná prodejna.

Košík: Stránka která slouží pro běžný online košík.


Odkaz na web: <https://happypillsstudio.webnode.cz/e-shop/>

[f](#) [@](#)
Otevřeno od 10:00 do 17:00
happy-pills-studio@gmail.com
+420 608 575 786

HAPPY PILLS


[ÚVOD](#) | [E-SHOP](#) | [O NÁS](#) | [KONTAKT](#) | [KOŠÍK](#)

UŠETŘETE 10% NA VYBRANÉ PRODUKTY NÍŽE S KÓDEM: HP22




Tričko HAPPY PILLS black and grey logo

599,00 Kč




Tričko HAPPY PILLS logo

599,00 Kč



Tričko HAPPY PILLS white square logo


599,00 Kč



Tričko HAPPY PILLS white logo

599,00 Kč

Brzy vychází



Happy Pills DENIM

Brzy budou vycházet Happy Pills jeans. Sleduj náš instagram: [__happy_pills](#) a veškeré info o nadcházejících kolekcích se dozvíš mezi prvními.

INFORMACE

[Obchodní podmínky](#)

[Pravidla ochrany soukromí](#)

OBCHOD

[O nás](#)

[Kontakt](#)

E-mail: happy-pills-studio@gmail.com

Telefon: +420 608 575 786

Obrázek 23 Web (Úvod) Happy Pills

[Facebook](#) [Instagram](#)
Otevřeno od 10:00 do 17:00
happypillstudiooo@gmail.com
+420 608 575 786

HAPPY PILLS

[ÚVOD](#)
[E-SHOP](#)
[O NÁS](#)
[KONTAKT](#)
[KOŠÍK](#)

Produkty

Kategorie

Všechny produkty

Nejprodávanejší

Oblečení

Doplňky

Taška HAPPY PILLS white logo 299,00 Kč	Tričko HAPPY PILLS black and grey logo 599,00 Kč	Tričko HAPPY PILLS logo 599,00 Kč
Tričko HAPPY PILLS white square logo 599,00 Kč	Tričko HAPPY PILLS white logo 599,00 Kč	Tričko HAPPY PILLS purple LOGO 599,00 Kč
Tričko HAPPY PILLS purple LOGO 599,00 Kč	SOCKS 3 PACK HAPPY PILLS 299,00 Kč	SOCKS 3 PACK 299,00 Kč
RED UNIVERSITY LOGO 1 199,00 Kč	LOGO CAP white 599,00 Kč	LOGO CAP 599,00 Kč

INFORMACE

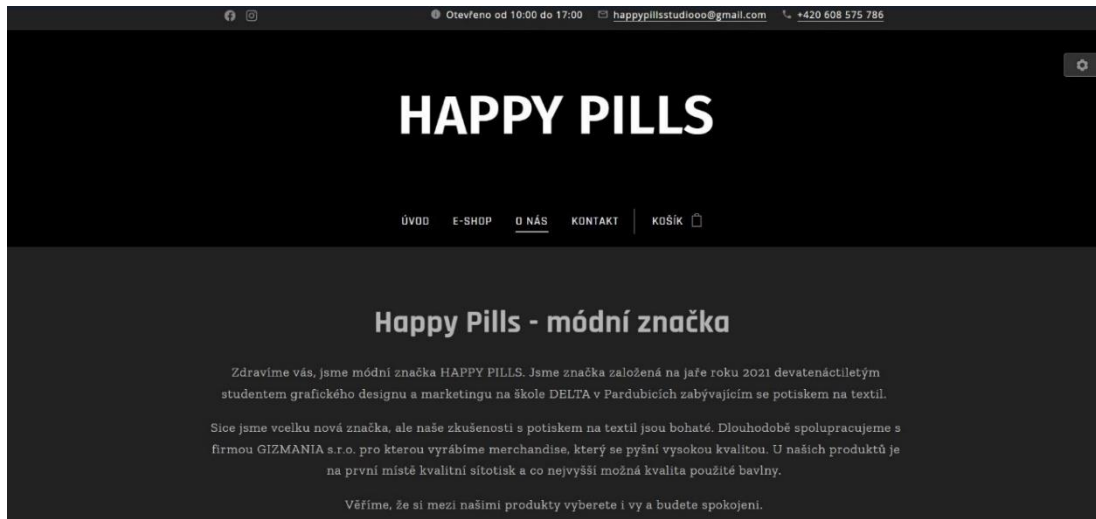
[Obchodní podmínky](#)
[Pravidla ochrany soukromí](#)

OBCHOD

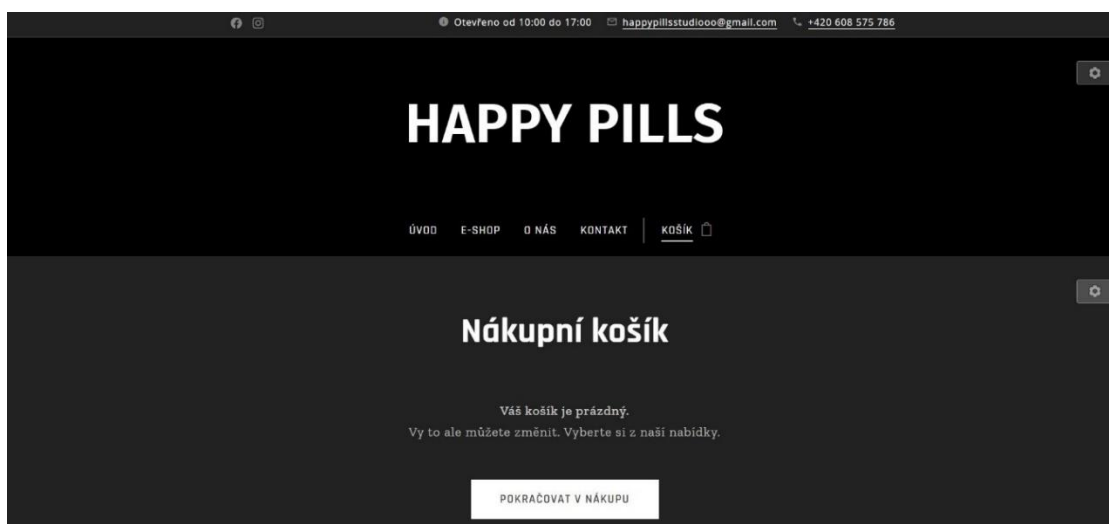
[O nás](#)
[Kontakt](#)

E-mail: happypillstudiooo@gmail.com
Telefon: +420 608 575 786

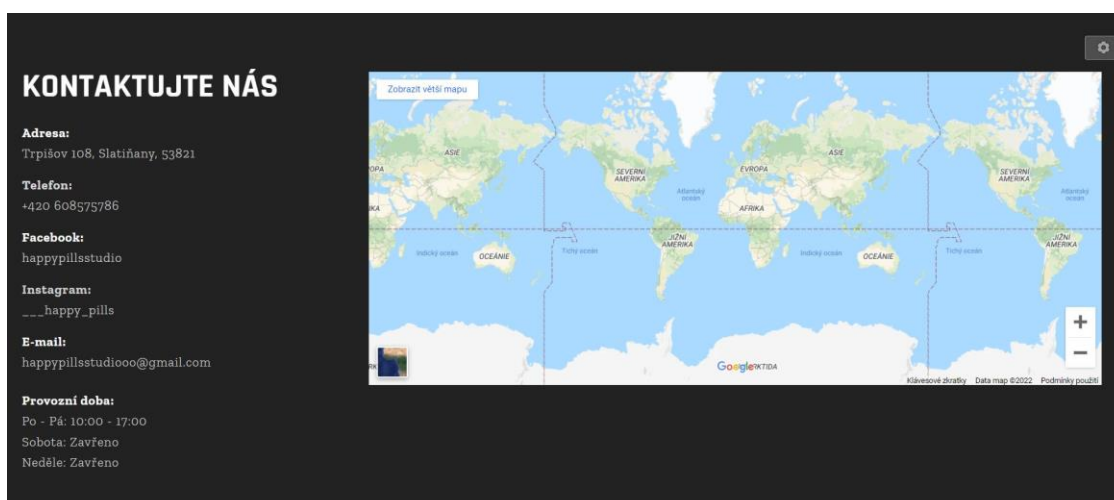
Obrázek 24 Web (Produkty)



Obrázek 25 Web (O nás)



Obrázek 26 Web (Kontakty)



Obrázek 27 Web (Košík)

6.11 Freepik

Freepik je platforma používána převážně designéry, která vznikla ve Španělsku. Obecně platí, že jejich webové stránky nabízejí fotografie, ikony, šablony PSD a další základní položky pro ty, kteří pracují jako výtvarní umělci, a vytěží z toho maximum. Tato stránka se zaměřuje na hledání těch, na které se nevztahují žádná autorská práva. Usnadňuje tak výkon každého profesionála, pomáhá mu šetřit čas a tím optimalizovat jeho práci, inteligentně soustředit hodiny. [12]

6.12 Využití Freepik

Freepik jsem využíval pro tvorbu mokapů, které jsou vyobrazeny v grafickém manuálu a složí jako náhled firemního auta a hrníčku.



Obrázek 29 mokap na auto Happy Pills



Obrázek 28 mokap na hrnek Happy Pills

7. Sociální sítě

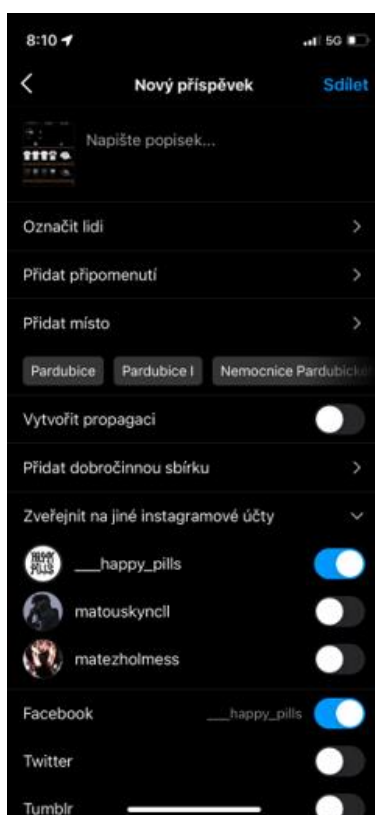
Sociální sítě považuji za nezbytnou součást svého projektu. Dle mého názoru by měla každá značka oblečení mít v dnešní době minimálně Instagram, jelikož dokážou přivolat větší spektrum zákazníků než ze svého okolí ve kterém mají pobočku. Sociální sítě pro svou značku Happy Pills jsem zvolil Instagram, Facebook a You Tube.

7.1 Instagram

Instagram využívám jako hlavní sociální síť pro svou značku jelikož se jedná o platformu pro převážně lidi od 14 do 30 let. V tomto věkovém rozmezí je má cílová skupina značky. Na Instagramu jsou umístěny téměř všechny fotky a videa, které jsem doposud vytvořil. Zde přikládám odkaz na Instagram: https://www.instagram.com/___happy_pills/

7.2 Facebook

Facebook je druhou nejdůležitější sociální sítí pro moji značku. V dnešní době se na ni sice nevyskytuje tolik uživatelů, kteří jsou má cílová skupina, ale stále na ni mohu nalákat nové zákazníky kteří Instagram nemají nebo na mou značku na Instagramu ještě nenarazili. Facebook obsahuje stejný obsah jako Instagram, jelikož Instagram spadá pod Facebook obsahuje funkci která umožňuje přidat příspěvek zároveň jak na Instagram tak na Facebook zároveň. Viz. Následující fotografie. Na Facebooku mé značky je na rozdíl od Instagramu úvodní fotografie a možnosti jak nás může zákazník kontaktovat jsou také trochu jiné. Zde přikládám odkaz na Facebook: <https://www.facebook.com/happypillsstudio>



Obrázek 30 funkce Instagramu
Zdroj: Vlastní

7.3 YouTube

YouTube využívám pro propagaci videí které jsou umístěny na Instagram. Cílem YouTube mé značky je umístit má videa na další platformu než je jen Instagram a Facebook. V budoucnu bude také YouTube fungovat pro videa s delším obsahem a formátem 16:9, která nejsou pro Instagram a Facebook tolik vhodná.

8. Cílová skupina [13]

Cílová skupina, slangově cílovka, je okruh lidí/zákazníků, které byste se měli snažit oslovit a zaměřit na ně svou propagací či vizuální podobou značky nebo produktu. Definice a vymezení cílové skupiny by tak mělo zásadně ovlivnit způsoby komunikace i podobu webu, reklam a textů.

8.1 Základní otázky pro určení cílové skupiny včetně odpovědí vztahujících se k módní značce Happy Pills

Z webu [13] jsem vybral otázky 1 až 9, které jsou nejčastěji pokládány cílové skupině.

8.1.1 Komu je produkt/služba určen?

Naše produkty jsou určeny převážně lidem od 14 do 30 let, kteří se zajímají o oblečení, které je pohodlné a má streetwearový vzhled.

8.1.2 Kdo produkt/službu ocení?

Zákazník, který si dopřává pohodlné a designové oblečení.

8.1.3 Jak vypadá typický člen skupiny, kolik je mu let, kde žije, jaký je jeho příjem?

Vše je podrobně popsáno na následující straně o personě značky Happy Pills.

8.1.4 Jaké jsou zájmy skupiny?

Starají se jak vypadají, chodí ven mezi lidi.

8.1.5 Proč by skupina měla produkt chtít, co jim přinese (přidaná hodnota)?

Kvalitnější a originálnější produkt než v celosvětových obchodech s rychlou módou, který nebude vlastnit tolik lidí.

8.1.6 Koho skupina vnímá jako vzor a koho naopak neuznává?

Uznává především kreativní tvůrce módy, nikoli řetězce s rychlou módou, kteří kopírují designy známých firem.

8.1.7 Jaký styl vyjadřování cílová skupina používá?

Vyjadřují se hovorovou češtinou v běžné komunikaci i na sociálních sítích.

8.1.8 Kde se představitelé cílovky vyskytují (online i off-line)?

Online se vyskytují na Instagramu, seznamu, YouTube. Na Facebooku se vyskytují jen pokud chtějí dohledat nadcházející událost, tudíž úplně minimálně. Off-line se vyskytují převážně venku například na sportovištích nebo na procházce s přáteli. Dále navštěvují různé kulturní akce typu: diskotéky, hudební festivaly, kina nebo sportovní akce.

8.1.9 Jakým médiím / sociálním sítím věnují představitelé pozornost?

Věnují se hlavně Instagramu, kde získávají přehled o aktuálním dění z účtů: THE MAG, Refresher nebo žlutý vykřičník. Internetové noviny sledují pouze ty, které nabízí Seznam, např. Novinky.cz. Dále jsou téměř každodenní posluchači podcastů např. Broadcast, Standa show nebo U kulatého stolu.

9. Persona

9.1 Co je to persona

Pojmem persona se rozumí fiktivní profil osoby, která představuje ideálního uživatele produktu či služby a příjemce marketingového sdělení.

Na rozdíl od cílové skupiny je mnohem konkrétnější, součástí bývá i fotografie. Cílem vytváření person je maximální porozumění problémům a chování zákazníků, aby bylo možné nabídnout jim skutečně to, co potřebují. [14]

9.2 Proč je persona důležitou součástí marketingu

Pro marketéra je persona pomůckou, díky které naplňuje marketingovou strategii „na míru“, což zvyšuje její šance na úspěch. Jako nástroj se ale využívá v různých fázích a postupech, souvisejících s podnikáním v online prostředí.

Typickým příkladem může být i tvorba webových stránek, které by měly odpovídat očekávání publika. V tomto případě může persona pomoci při výběru vhodného tónu komunikace nebo jako podklad pro copywriting. Ostatně, právě kontent se od určení cílové skupiny, resp. person, přímo odvíjí. [14]

9.3 Persona pro značku HAPPY PILLS

Jméno: Pavel Novák

Pohlaví: Muž

Věk: 19 let

Příjem: 3000 – 4 500 Kč měsíčně

Práce: Pracuje ve společnosti McDonald 's

Stav: Nezadaný

Bydliště: 15minut od centra Prahy v panelovém domě v Holešovicích

Děti: nemá

Trávení volného času: Pavel svůj volný čas tráví převážně ježděním na Freestyle koloběžce ve skateparku a nebo na brigádě v Holešovickém McDonaldu.

Obyčejný den:

Všední den: Pavel stává v 7:00, od 8:00 až do 13:30 je ve škole. Kolem 14té hodiny jde na metro a jede do skateparku Gutovka ve Strašnicích. Zde bývá zhruba do 18:00 nebo do 20:00 hodin. Čas ve skateparku se liší podle toho, jestli má Pavel brigádu nebo povinnosti do školy. Poté, pokud má v daný den brigádu, nastoupí opět na metro a jede do Holešovic do McDonaldu. Mezi 20:00 až 23:00 se vrací domů. Doma si většinou otevře počítač, na kterém dělá různé aktivity, například: dívá se na seriály v angličtině na platformě Netflix, kouká se na Tik tok, kde má účet s více než 2třícemi sledujícími, kam přidává skejťová videa minimálně třikrát týdně. Také hraje počítačové hry, a nebo se kouká na skejťová videa.

Víkend: Pavel o víkendu vstává kolem 10té hodiny, poté jede na výlet s rodinou nebo s kamarády, například do skateparku mimo Prahu nebo tráví čas na brigádě. Pokud Pavel nemá brigádu nebo někam nejede, tak tráví čas po skateparcích v Praze nebo chodí na zábavy v centru Prahy se svou partou.

Jak komunikuje: Pavel pro komunikaci používá převážně Instagram, kde přidává skejťová videa stejně jako na tik toku. Na Instagramu ho sleduje bezmála 1500 lidí. Další sociální síť, kterou používá, je Snapchat na které si s kamarády posílají zábavná videa a fotky. Televizi Pavel vůbec nesleduje. Informace o aktuálním dění ve světě získává hlavně z Instagram účtů, které sleduje jako například: The Mag, Refresher, žlutý vykřičník nebo CNN Prima news. Dále získává informace ze Seznamu, který používá pro vyhledávání, takže když vidí něco zajímavého, tak se podívá na Seznam zprávy nebo na Novinky.

Potřeby a problémy: Pavlovy potřeby, mimo základní potřeby člověka jeho věku, jsou mít pohodlné streetwearové oblečení, ve kterém se mu bude ve skateparku dobře jezdit. Lidé, kteří dělají extrémní sporty ve skateparcích, se chtějí hlavně zdokonalovat a naučit se spoustu nových triků a posouvat se dál. Také ale berou velký důraz na svůj styl a jak u toho vypadají.

Řešení problému: Naše značka se zabývá hlavně prodejem oblečení ve streetwearovém odvětví, tudíž můžeme Pavlu nabídnout pestrou nabídku z naší první kolekce, ve které se bude cítit jak stylově, tak pohodlně.

10. Konkurenční firmy

10.1 HUSTLE VALUE



HUSTLE VALUE je značka založená roku 2018. Jedná se o pražskou značku, která se zabývá prodejem oblečení a doplňků. Tato značka je propagována českými rapery a umělci, tudíž její známost je veliká. Značka je výjimečná také svými prsteny, které si můžete objednat na zakázku a dát si na ně vlastní datum. Také mají vysoce kvalitní bavlnu u svých produktech s oblečením. Jejich produkty ale nevycházejí vůbec pravidelně. Na Instagramu vždy po pár příspěvcích s fotkami nových produktů oznámí datum, kdy kolekce vyjde. Poté, co nová kolekce vyjde, se na webu nic neděje dokud nejsou produkty téměř vyprodány. Od poslední kolekce oblečení staré půl roku a kolekce šperků staré 2 měsíce nic nevyšlo a ani nebyla oznámena kolekce nová.

Obrázek 31 logo Hustle Value Zdroj: [15]

10.2 SKEDDA

SKEDDA je značka založená roku 2017. Zakladatelé jsou dva kamarádi Adam Bača a Dominik Skywalker. Jméno Skywalker je nejspíš myšleno jako pseudonym, ale reálné příjmení se mi nepodařilo dohledat. Pseudonym Skywalker byl použit i u seriózních internetových rozhovorů. Značka se zabývá prodejem oblečení a doplňků. Jedná se převážně o recesi na ostatní značky či firmy. Viz fotky.



Obrázek 32 logo Skedda Zdroj: [16]



Obrázek 33 kolekce Skedders Zdroj: [17]



Obrázek 34 bílé tričko Skedders Zdroj: [17]



Obrázek 35 detail trička Skedders Zdroj: [17]

Zde je ukázka kolekce SKEDDERS z června roku 2021. Značka skedda vyrobila trička, mikiny a kšiltovky, které byly inspirovány značkou New Era, která se zabývá prodejem baseballového oblečení. Značka SKEDDA zde použila upravené logo značky New Era, které používá pro označení svých baseballových sortimentů. Viz. Fotky.



Obrázek 36 kšiltovka New Era Zdroj: [18]

Další kolekce od značky SKEDDA, u které je nejvíce zřetelné na první pohled že se jedná o parodii na konkrétní značku je kolekce HOOD GEAR.



Obrázek 37 kolekce Hood Gear Zdroj: [17]

U této kolekce je na první pohled jasné, že se značka SKEDDA inspirovala výrobcem pneumatik GOOD YEAR. Písmo je zde požito úplně stejné. Pouze zde vyměnili nápis GOOD YEAR za HOOD GEAR a logo boty s křídlem změnili na pistol s křídlem. Značka SKEDDA zde použila i jejich ikonickou vzducholod', kterou použila jak na voňavku do auta, tak na mikiny a trička.



Obrázek 38 Vzducholod' Good Year Zdroj:[19]

11. Tvorba scénářů pro dvě propagační videa

11.1 Video 1 scénář

11.1.1 Parametry

Formát: 4:3 pro Instagram

Délka: min 15 sekund, max 30 sekund

Místo: Prostředí ulice v Chrudimi

Velikost fotografií: Primárně celek a polo celek, občasné detaily na menší loga

11.1.2 Popis

První video bude animováno z propagačních fotografií produktů. Použité fotografie budou exponovány v různých městských exteriérech. Při editaci videa budu používat přechodové video efekty. Ve zvukové postprodukci použiji hudební podkres bez komentáře. V úvodní části plánuji použít intro 3D loga Happy Pills s prolnutím do černé obrazovky, následně naváže grafika produktové značky Happy Pills a datum vydání následné kolekce. Výsledek bude umístěný na Instagram story, Instagram Reels, FB stránku a YouTube pro firmy.

11.1.3 Záměr

Propagace starších produktů se starým designem. Dále bude video určeno k propagaci chystaných produktů na následující kolekci.

11.2 Video 2 scénář

11.2.1 Parametry

Formát 4:3 pro Instagram

Délka: min 30 sekund, max minuta

Místo: Skatepark Chrudim

Velikost záběru: Primárně celek, na konci velký detail na logo na tričku

11.2.2 Popis

Druhé video se bude odehrávat ve Skateparku v Chrudimi, kdy moji dva kamarádi budou mít na sobě vytištěné produkty značky Happy Pills a budou synchronizovaně provádět triky na Freestyle koloběžce. Video bude doprovázeno hudbou se zpěvem. Video bude začínat Intrem 3D loga Happy Pills a prolutím do černé obrazovky s datumem vydání následné kolekce. Výsledek bude umístěný na Instagram story, Instagram Reel, FB stránku a YouTube pro firmy.

11.2.3 Záměr

Propagace 3 hotových natištěných triček. Černé, béžové a zelené varianty.

12. Závěr

Hlavním cílem této práce bylo vytvoření originální značky a grafického designu pro firmu Vetrisol s.r.o. Vytvořil jsem nové autorské logo, jednotný vizuální styl a všechny položky, které jsou běžné u zakázek pro velké firmy. Grafický design byl realizován včetně webových stránek. Dále projekt obsahuje návrhy vizuálního vzhledu sociálních sítí Facebook, YouTube, Instagram. Díky maturitnímu projektu jsem si zlepšil své dovednosti v grafických programech Adobe. Naučil jsem se lépe pracovat se službou Webnode. Dále jsem si zlepšil základní dovednosti v oblasti vytváření sociálních sítí a naučil jsem se ovládat další funkce které umožňují jejich propagaci, a které jsem doposud neznal.

13. Seznam příloh

13.1 Grafický manuál

14. Citace

- [1] VETRISOL - doplňky stravy, veterinární výrobky a smluvní výroba. VETRISOL - doplňky stravy, veterinární výrobky a smluvní výroba [online]. Copyright © 2009 Vetrisol, s.r.o., All rights reserved [cit. 14.03.2022]. Dostupné z: <http://www.vetrisol.cz/>
- [2] Sisters Printing » potisk-levne.cz potisk-levne.cz %. Sisters Printing » potisk-levne.cz potisk-levne.cz % [online]. Dostupné z: <https://potisk-levne.cz/>
- [3] CzWiki > Adobe Photoshop Lightroom. CzWiki - Hlavní strana [online]. Dostupné z: https://czwiki.cz/Lexikon/Adobe_Photoshop_Lightroom
- [4] [online]. Dostupné z: <https://cs.education-wiki.com/8613599-what-is-adobe-illustrator>
- Literatura: ALSPACH, Ted. Mistrovství v Adobe Illustrator 8: [nejpodrobnější zdroj informací, příkladů a tipů k Illustratoru]. Praha: Computer Press, 1999. DTP & grafika. ISBN 80.7226-175-4.
- [5] Adobe Photoshop – Multimediaexpo.cz. Multimediální česká otevřená encyklopedie - Multimediaexpo.cz [online]. Dostupné z: http://www.multimediaexpo.cz/mmecz/index.php/Adobe_Photoshop
- Literatura: FAULKNER, Andrew a Conrad CHAVEZ. Adobe Photoshop CC: oficiální výukový kurz. Přeložil Tomáš SLAVÍČEK. Brno: Computer Press, 2016. ISBN 978-80-251-4741-2.
- [6] PicsArt Photo Studio -Zdarma - Slunečnice.cz. Slunečnice.cz - programy rychle a zadarmo [online]. Copyright © 1998 [cit. 07.02.2022]. Dostupné z: <https://www.slunecnice.cz/android/sw/picsart-photo-studio-zdarma/>
- [7] Co je After Effects vlastně za program?. DrawPlanet Praha: kreslit a malovat dokáže každý [online]. Dostupné z: <https://www.drawplanet.cz/co-je-effects-vlastne-za-program/>

- [8] Wondershare Filmora - EcuRed. [online]. Dostupné z: https://www.ecured.cu/Wondershare_Filmora
- [9] Profesionální software pro úpravy videa | Adobe Premiere Pro. [online]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/premiere.html>
- [10] Bezplatná zkušební verze aplikace Adobe InDesign ke stažení | Adobe InDesign. [online]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/indesign/free-trial-download.html>
- [11] Webnode [online]. Dostupné z: <https://neoattack.com/neowiki/webnode/>
- [12] [11] Co znamená Freepik ? Poznejte jeho skutečný význam | Podívejte se, jak se to dělá. Podívejte se, jak se to dělá – vzdělávací web, kde najdete řešení svých problémů [online]. Dostupné z: <https://miracomosehace.com/que-significa-freepik-espanol-significado-real/>
- [13] 14.02.2022]. Dostupné z: <https://www.rascasone.com/cs/blog/marketing-cilova-skupina-persony#co-je-c-iacute-lov-aacute-skupina-a-proc-je-duleziteacute-ji-zn-aacute-t>
- [14] Co je persona | Mioweb slovníček webových pojmů. Vytvořte web, který pracuje za vás [online]. Dostupné z: <https://www.mioweb.cz/slovnicek/persony/>
- [15] Access denied. Access denied [online]. Dostupné z: <https://www.hustlevalue.cz/>
- [16] Skedda | Sneakerstenisky.cz. Sneakerstenisky.cz - Novinky ze světa sneakers [online]. Copyright © 2022. [cit. 15.03.2022]. Dostupné z: <https://sneakerstenisky.cz/znacky/totally-skedda/>
- [17] [online]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/totallyskedda/>
- [18] Kšiltovka New Era 3930 League Shield Mlb 12285378. SHOES INDUSTRIES Sneakers & Streetwear store [online]. Copyright © [cit. 15.03.2022]. Dostupné z: https://shoesindustries.cz/Katalog/472/cepice-a-ksiltovky/27888/new-era-3930-league-shield-mlb-12285378?v=132&gclid=CjwKCAjw8sCRBhA6EiwA6_IF4b5xk4UVEZpFoVNAp7qCSuMowUHyMo49VYBanyGUylbSWXOgUodIHhoC-TsQAvD_BwE
- [19] [online]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/goodyear/>

15. Seznam obrázků

Obrázek 1 stránka Vetrisol Zdroj [1].....	10
Obrázek 2 web Sisters printing Zdroj: [2]	11
Obrázek 4 původní design Happy Pills Zdroj: Vlastní.....	12
Obrázek 6 Mikina Happy Pills zepředu Zdroj: Vlastní	13
Obrázek 5 Mikina Happy Pills zezadu Zdroj: Vlastní.....	13
Obrázek 7 Tričko Happy Pills Zdroj: vlastní.....	14
Obrázek 9 Tričko Happy Pills Zdroj: Vlastní	14
Obrázek 8 Tričko Happy Pills Zdroj: Vlastní	14
Obrázek 10 Mikina Happy Pills fotografie po úpravě Zdroj: Vlastní	15
Obrázek 11 Mikina Happy Pills fotografie před úpravou Zdroj: Vlastní.....	15
Obrázek 12 Různé pracovní varianty loga Zdroj: Vlastní	16
Obrázek 13 základní logotyp značky Happy Pills Zdroj: Vlastní.....	17
Obrázek 14 vizitka Happy Pills varianta 1 Zdroj: Vlastní.....	17
Obrázek 15 cedulka pro produkty Happy Pills Zdroj: Vlastní	18
Obrázek 16 vizitka Happy Pills varianta 2 Zdroj: Vlastní.....	18
Obrázek 17 produk focený v ateliéru Zdroj: Vlastní.....	19
Obrázek 18 výsledný produkt upravený pro web Zdroj: Vlastní	19
Obrázek 19 Tričko Happy Pills Zdroj: Vlastní	20
Obrázek 20 Tričko Happy Pills green screen Zdroj: Vlastní	20
Obrázek 21 YouTube Happy Pills.....	22
Obrázek 23 logo manuál Ochranná zóna.....	23
Obrázek 22 logo manuál Popis konstrukce.....	23
Obrázek 24 Web (Úvod) Happy Pills.....	25
Obrázek 25 Web (Produkty)	26
Obrázek 26 Web (O nás)	27
Obrázek 27 Web (Kontakty).....	27
Obrázek 28 Web (Košík)	27
Obrázek 29 mokap na hrnek Happy Pills	28
Obrázek 30 mokap na auto Happy Pills	28
Obrázek 31 funkce Instagramu Zdroj: Vlastní.....	29
Obrázek 32 logo Hustle Value Zdroj: [15]	34
Obrázek 33 logo Skedda Zdroj: [16]	34
Obrázek 34 kolekce Skedders Zdroj: [17]	35
Obrázek 35 bílé tričko Skedders Zdroj: [17]	35
Obrázek 36 detai trička Skedders Zdroj: [17].....	35
Obrázek 37 kšiltovk New Era Zdroj: [18]	35
Obrázek 38 kolekce Hood Gear Zdroj: [17]	36
Obrázek 39 Vzducholod' Good Year Zdroj:[19].....	36