

Manuál označování a reklamy provozoven jednoduše a názorně ukazuje, jak dosáhnout co nejlepšího efektu ve vlastní sebepropagaci a zároveň kultivovat a zvyšovat hodnotu místa, ve kterém žijeme a podnikáme.

Máte dotaz? Nevíte si rady?

Neváhejte se na nás obrátit. Rádi vám pomůžeme.

Oddělení městské architektury
města Uherský Brod

Radnice, Masarykovo nám. 100, Uherský Brod

Telefon: +420 572 805 111

Manuál ve zkratce

✓ Správné použití

1. Označení provozovny

Kvalitní materiál, správné proporce a umístění v parteru

2. Výloha se zbožím

Čistá a upravená, s aktuální nabídkou produktů

3. Infopanel (za sklem výlohy)

Proporčně vhodný poutač z kvalitních materiálů, správné odsazení od skla výlohy (min. 15 cm)

4. Info na vstupu / Provozní doba

Obsahuje vše potřebné v trvanlivém materiálu a přiměřené velikosti

5. Vitrína

Čistá a upravená vitrina obsahující aktuální nabídku

6. Parter

Označení provozovny a reklamu umísťujeme pouze do prostoru parteru, v souladu s architekturou

7. Výstrč

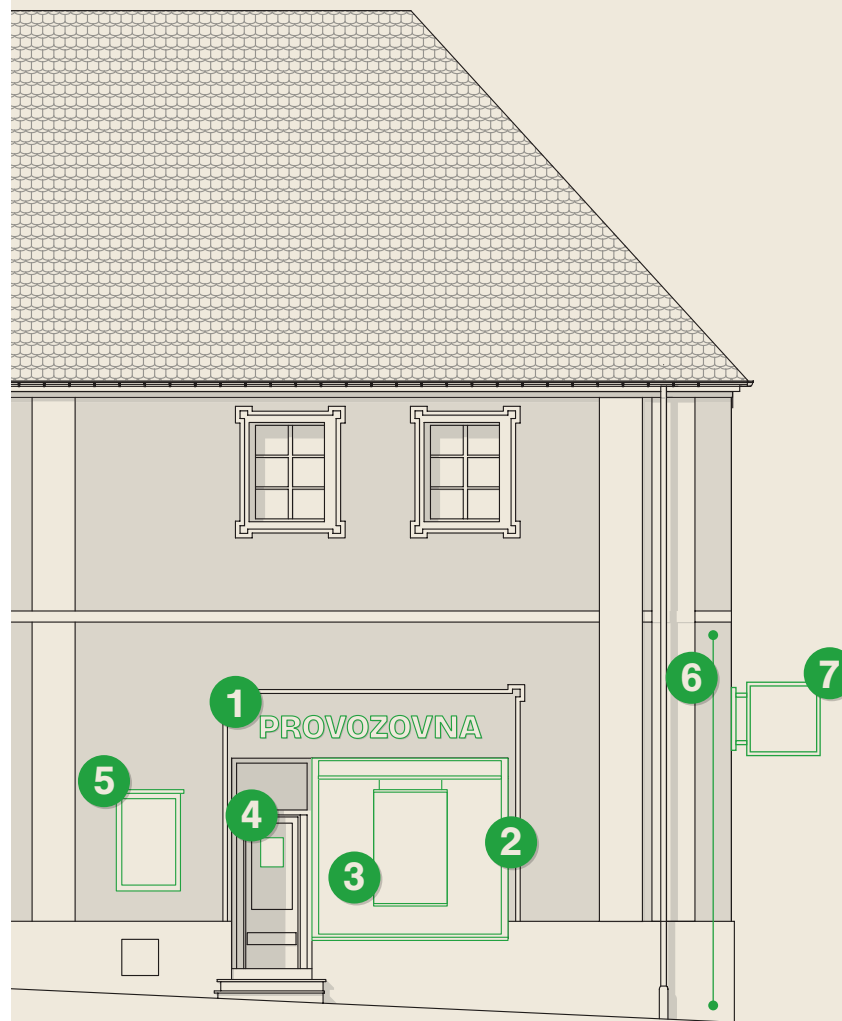
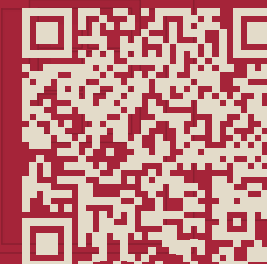
Kvalitní materiál, dodržení velikosti a umístění

Jako ilustrační objekt byl v tomto manuálu použit Nadační dům na ul. Bří Lužů.

Uherský Brod: Označování a reklama provozoven

Seznamte se ve zkratce s Manuálem označování a reklama provozoven

PLNÁ VERZE
KE STAŽENÍ
ZDARMA



Deset klíčových doporučení pro kultivaci našeho města

Spoluvytvářejme krásnou a atraktivní podobu města dodržováním těchto základních principů a doporučení. Nejste si jisti, jak na to? Neváhejte se obrátit na Oddělení městské architektury města Uherského Brodu.

1. Architektura jako priorita

Označení a reklama provozoven musí respektovat architektonický styl objektu. Neměly by ho zakrývat, přebíjet ani narušovat jeho vzhled.

2. Nechte si poradit profesionály

Nejste na to sami. Předložte tento manuál svému marketingovému a grafickému dodavateli jako součást zadání.

3. Méně je více. Chcete být viditelní? Nebojte se ubrat.

Zjednodušujte. Příliš mnoho opakování v reklamě nevede k lepší informovanosti, ale k reklamní slepotě. Soustřed'te se na jednu klíčovou informaci a nic dalšího nepřidávejte.

4. Požádejte o pomoc Oddělení městské architektury

Nejste si jisti, jakou formu venkovní reklamy zvolit? Nevíte, zda postupujete správně? Obrat'te se na Oddělení městské architektury, které vám rádo poskytne potřebné rady.

5. Výloha má přitahovat zákazníky

Používejte výlohy podle jejich původního účelu. Umožněte kolemjdoucím nahlédnout dovnitř a probud'te v nich zájem o vaše zboží.

6. Čistota jako základ úspěšné reklamy

Udržujte své okolí v pořádku a čistotě. Odstraňte všechny nepotřebné věci z prostoru. Tím se usnadní údržba a vaše místo se stane vaší nejlepší vizitkou. Nezapomínejte na pravidelnou údržbu a opravy.

7. Buďte online a na očích svých zákazníků

Nabízejte své zboží a služby efektivně. Komunikujte se svými zákazníky v online prostředí. Moderní marketing se řídí heslem: více komunikace, méně reklamy.

8. Vyhněte se blikajícím a křiklavým barvám

Volte harmonické a umírněné barvy. Nepřitahujte pozornost křiklavými barvami a blikajícími nápisy. Vytvořte příjemné prostředí, kam se zákazníci rádi vrací.

9. Reklamní plachty neslouží k označování provozoven

Provozovna by měla lákat návštěvníky, ne je odrazovat. PVC reklamní plachty mají své specifické využití, ale nejsou vhodné všude. Stejně jako si na ples neberete žabky.

10. Fasády a ploty nejsou primárně reklamními plochami

Fasády, ploty, zábradlí a střechy objektů v MPZ nejsou reklamními plochami. Realizace reklamního označení na střechách objektů může nepříznivě působit při pohledu na panorama města.