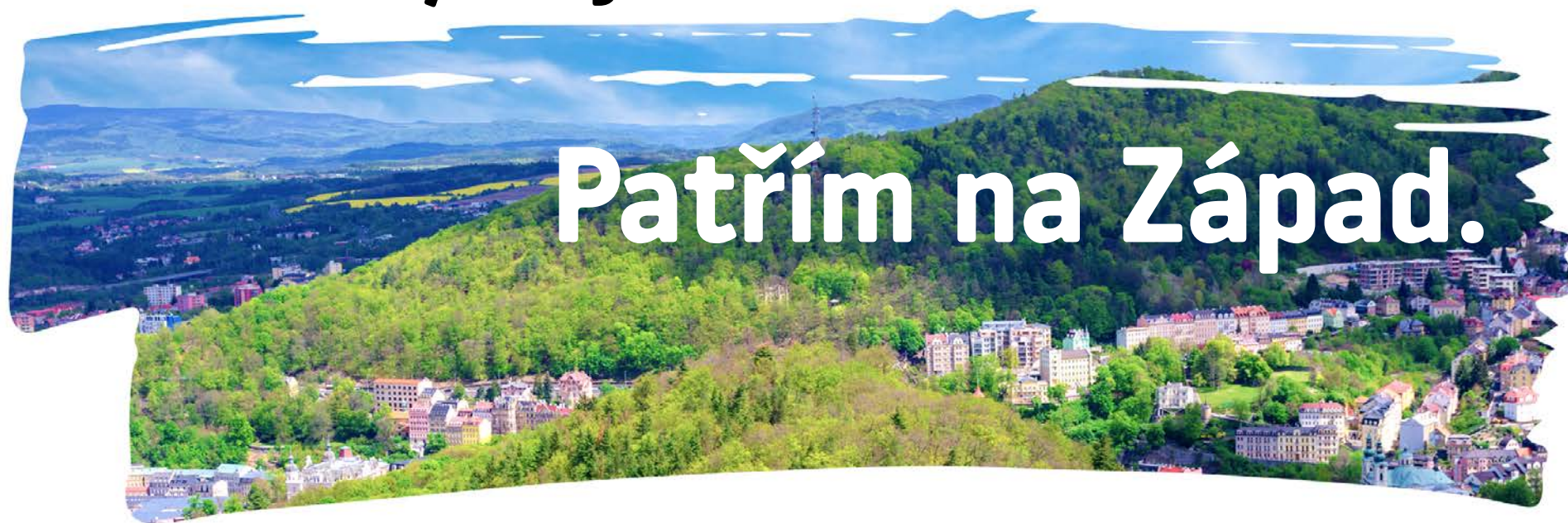


Karlovarský kraj.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Brand Book

Insight



a nosná myšlenka komunikace

Karlovarský kraj je region, na který jsem pyšný
a ke kterému se hlásím.

Jsem hrdý na to, že **patřím** sem – **na Západ**.

Karlovarský kraj je místem, kde se mi dobře žije.

Je tu všechno, co potřebuji ke spokojenému
životu, k podnikání, studiu, k smysluplnému
trávení volného času.

Jak se chceme odlišit?

Chceme komunikovat hrdě, až provokativně.

Chceme se přihlásit k tomu, že na Západ patříme.

Západ tu přitom nehraje roli jenom jako geografický region, ale také jako metafora svobody.

Chceme se tak přihlásit i k určitým hodnotám, kterým věříme – otevřenosti, upřímnosti, poctivosti, hrdosti, přátelskosti a vstřícnosti.





Jak

vybudovat silnou identitu Karlovarského kraje?

Pojďme stavět na hrdosti, přihlasme
se k hodnotám, které nás definují.

Stojíme si za svým.

Budme hrdí.

Máme být proč.

Jak to uděláme?

Postavíme komunikaci na reálných lidech, obyvatelích Karlovarského kraje, kteří se hrdě přihlásí k tomu, že patří na Západ.

Oslovíme tak nejen místní obyvatele, ve kterých posílíme hrdost na jejich krásný kraj, ale také přitáhneme pozornost ostatních regionů.



Proč

má mít Karlovarský kraj svůj BRAND BOOK?

Protože nám lépe pomůže definovat, kým chceme být, jak chceme mluvit a kam směřujeme.

Cílem je vytvořit komunikaci, která bude výrazná, dobře rozpoznatelná a věříme, že i sympaticky sebevědomá.

Chceme postavit základy dlouhodobé a konzistentní komunikace, která se bude prolínat všemi mediálními kanály a se kterou se lidé dobře identifikují.

Na čem

stavíme?

Stavíme na tom, jací jako Karlovarský kraj jsme: máme spoustu rozmanitých pracovních míst, výborné podmínky pro podnikání a řemesla, ale i pro život jako takový – čerstvý vzduch, nádherné lesy (jsme druhou nejvíce zalesněnou plochou v celém Česku), máme lázně, nádherná města s bohatou historií, hornický region Krušnohoří zapsaný na Seznam světového dědictví UNESCO, Lázeňský trojúhelník a mnoho dalšího.

Jsme na sebe právem hrdí.

Jak se vidíme?

Vidíme se jako kraj, který nabízí příležitosti pro každého: studenty, zaměstnance, všechny, kdo tu chtějí podnikat. Pro ty, co se chtějí přestěhovat s rodinou do krásného prostředí a přírody.



Positioning: Kým je Karlovarský kraj?

Definuje nás **otevřenost.**

Jsme otevřeni studentům, pracujícím, všem,
kteří u nás chtějí podnikat nebo začít nový život.

Ke všem se chováme se stejným **respektem.**

A pro každého máme něco.

Pokud chcete úspěšně pracovat, nechcete trávit
hodiny v dopravních zácpách, pokud chcete
spokojeně žít, po práci sednout s rodinou na kolo,
být v srdci krásné přírody, v čistém prostředí,
patříte k nám – **patříte na Západ!**



Ke komu mluvíme?

K lidem, kteří v Karlovarském kraji pracují.

K těm, kteří tu studují.

K těm, kteří tu rozjeli nějaký byznys.

K těm, kteří tu prostě žijí.

Ale i ke všem ostatním, pro které by právě
Karlovarský kraj mohl být tím nejlepším místem
pro vybalancovaný životní styl.



Jak mluvíme? (Tone of Voice)

Jsme hrdí.

Jsme možná i trochu drzí a provokativní.

Máme odvahu být upřímní.

Nejsme příliš formální a upjatí.

Jsme otevření.

Jsme hraví.

Jsme autentičtí.



V co věříme?

Dobře víme, za čím si stojíme.

Je důležité vědět, kam patříme.

Sdílíme společné hodnoty.

Jací nechceme být?

Příliš konzervativní a formální.

Mentorští.

Příliš patetiční.

Neupřímní.

Atributy



značky, kterými se chceme prezentovat navenek

Všechny výstupy bude spojovat claim
Karlovarský kraj. Patřím na Západ.

Tento claim bude fungovat i sám o sobě, bez
případného zapojení „Žijeme regionem“, a lze jej
typograficky využít např. na plackách, tričkách,
taškách, samolepkách...

Headline je v první osobě jednotného i množného
čísla.

Mluví za sebe konkrétní člověk, který
v Karlovarském kraji žije, pracuje či studuje.

Obecný klíčový vizuál

Headline:

Tady se mi dobře žije. / Tady je skutečný život. /
Tohle je můj kraj. / Tohle je můj domov.

Claim:

Karlovarský kraj. Patřím na Západ.

Brand Book **Karlovarský kraj. Patřím na Západ.**



Klíčové vizuály pro různé cílové skupiny

Headline:

Vzdělávací instituce (student)

Tady mi to leze do hlavy samo!

Firmy (podnikatel)

Tady se to podniká! / (Když něco podniknout, tak rozhodně tady.)

Zaměstnanci

Tady mi jde práce pěkně od ruky!

„Obyčejní lidé“

Ten největší relax, co si dokážete představit. / Tady se mi skvěle dýchá.

Claim:

Karlovarský kraj. Patřím na Západ.

Outdoor formáty

Outdoory chceme pojmut variabilně;
podle místa, kde se právě nacházejí.

Headline:

Kousek od hranic:

Na skok k sousedům. / Guten Tag, sousedé!

V přírodě:

Tady se mi dobře dýchá. / Tady vždycky najdu svůj klid. / Tady si nejlépe odpočinu. / Tady se můžu pořádně nadechnout. / Cítíte to taky?

V městech s geniem loci:

Neznám lepší město. / Tady to žije. / Tady je pořád co dělat.

V lázních:

Tady o mě pečují. / Tady je o mě skvěle postaráno. / Tady omládnou o deset let. / Tady se cítím jako v bavlnci. / Tady se cítím fantasticky.

U dálnice:

Tady je můj cíl. / Nechci na Východ. Patřím na Západ. / Už jedu, domove!

Claim:

Karlovarský kraj. Patřím na Západ.

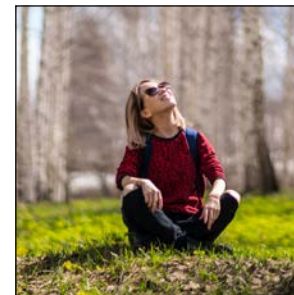
Videospot

Titulek:

Patřím na Západ. Karlovarský kraj je můj domov.



1. Ředitel CHKO Slavkovský les přímo v rezervaci: „Víte, co je síla? Tenhle vzduch. Kráska, co?“ (ukazuje na vzácnou orchidej) „A věděli jste, že tu žije motýl hnědásek chrastavcový, který v rámci Česka žije jenom tady, ve vašem kraji?“



2. Lenka Dusilová v přírodě: „Co tu nejradši poslouchám? Ticho.“



3. Ředitel nějaké továrny v kraji přímo v hlučné výrobní hale: „A já zase tohle. Jak slyšíte, práce nám šlape pěkně od ruky!“



4. Žena u hradu Loket: „Jsem moc hrdá na to, že bydlím kousek od tohoto hradu. Právě tady totiž oslavil své sedmdesáté čtvrté narozeniny samotný Goethe – se svou láskou Ulrikou. A my zde s mým mužem pravidelně slavíme výročí!“ (dají si s manželem pusy před kamerou)



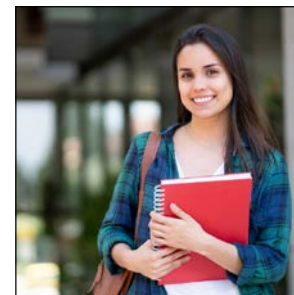
5. Obyvatel Horního Slavkova v cínových dolech: „Pro mě jako milovníka minerálů je tohle opravdový ráj. No jen se podívejte na tu nádhru.“



6. Žena s dítětem v Mariánských Lázních: „My se odsud neheme. Máme tu všechno, co potřebujeme!“



7. Žena s partou na vyhlídkové věži: „Tahle boží vyhlídka je pojmenována po Karlu IV. Jen se rozhlédněte!“



8. Studentka v aule (no name) vysoké školy: „Tady studuju – a tady taky zůstanu.“

Rozhlasový spot

Rozhlasový spot může být překlopením VO z televizního spotu, kdy slyšíme různé hlasy:

„Tady se toho hodně naučím...”

„A tady taky.”

„Mám tady perfektní zákazníky. Chtějí vždycky ty největší kytice!”

„Nás to tady prostě baví.”

„Podařilo se mi tu rozjet skvělej byznys.”

„Tady se mi skvěle dýchá.”

„Nikde jinde si tak neodpočinu.”

„Je tu prostě chill.”

„Patřím sem. Patřím na Západ.”

„Patřím do Karlovarského kraje!”



Guerilla

Klub patriotů Karlovarského kraje (KPKK) – vytvoříme jakýsi „elitní“ klub lidí, kteří se hrdě hlásí ke svému kraji. Mohl by se k tomu vytvořit „rámeček“ do profilové fotky, samolepky, které by si lidé dávali na auta, na výlohy svých obchodů a restaurací, placky, trička atd. Lidé by se navzájem informovali o zajímavých akcích v Karlovarském kraji.

Vznikala by různá setkání a eventy těchto lidí, kteří by mohli vždy podporovat nějakou dobrou věc – dělat sbírky, čistit lesy atd.



Sociální média

Několik typů příspěvků:

Krátká videa (o konkrétním místě – firmě, škole, památce, přírodě), budou v něm vystupovat skuteční lidé a sdělovat nám, proč právě TADY je to nejlepší

Vtipné posty („Západ je tímto směrem“.)

Aktuality z kraje (co je nového, pracovní nabídky, úspěchy studentů...)

Vtipné posty



Sociální média video

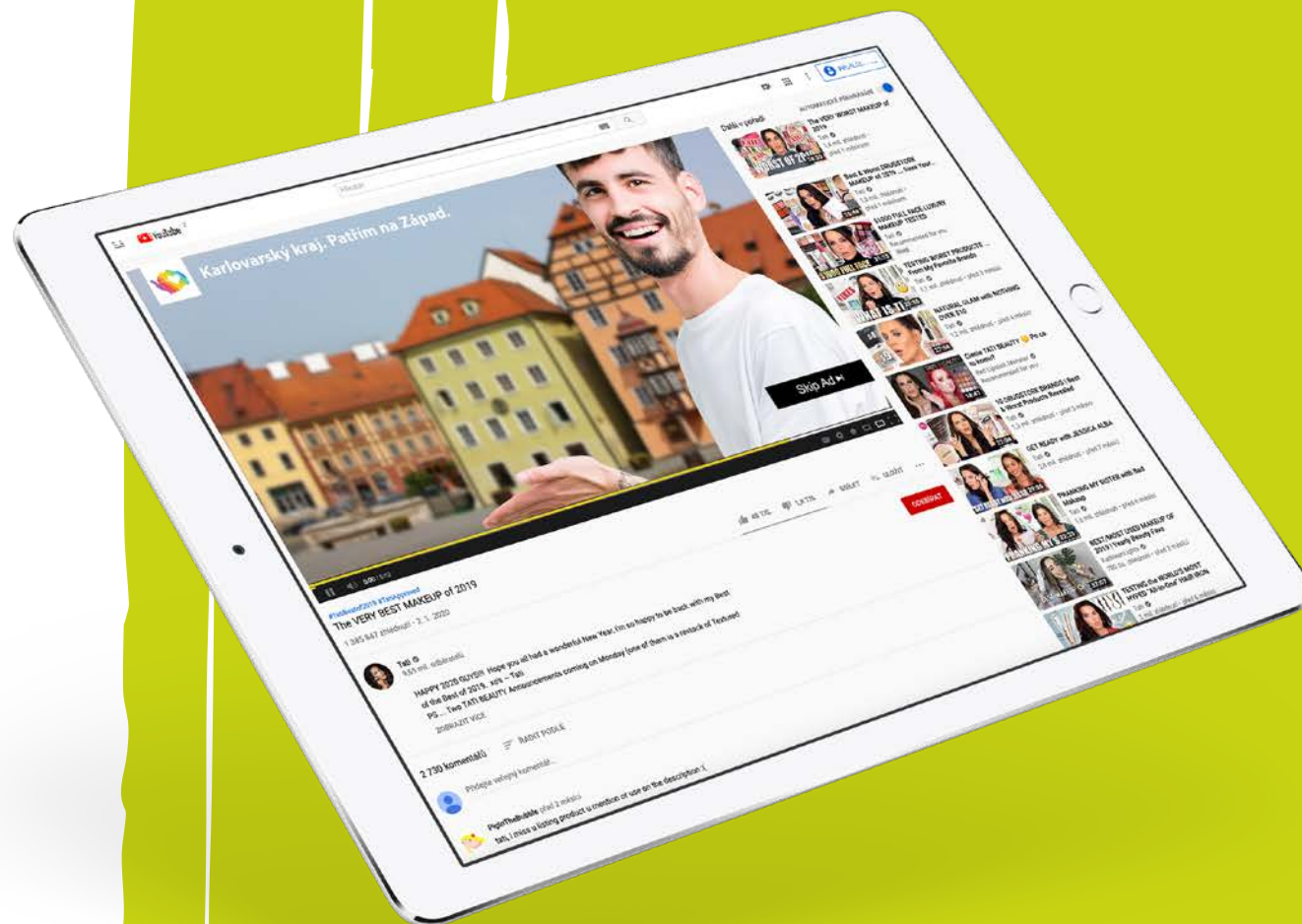
Obyvatel Chebu nás provází svým městem. Ukazuje na historické památky, parky, místa, kde odpočívá, cukrárnu, kam chodí na kávu, kde si hraje s dětmi...

Na konci titulek:

Karlovarský kraj. Patřím na Západ.

Komentář k příspěvku:

Proč zrovna Cheb? Petr vám to vysvětlí! :-)



Logo projektu

Logo vizuálně dokresluje motto celého projektu – „**Žijeme regionem**“. Region, na který jsme hrdí a který chceme dále rozvíjet, inovovat a dělat lepší. Jen MY sami, co zde žijeme, můžeme věci měnit k lepšímu, navazovat na historické a kulturní tradice, stejně jako inovovat a myslet na budoucí generace.

Grafické provedení dává najevo svým pestrobarevným spektrem šíři možností, které Karlovarský kraj nabízí – ať už jsou to památky, lázeňství, příroda, kultura, nebo sport. A přímo tak navazuje na barevnou tonalitu jednotného vizuálního stylu Karlovarského kraje – Živý kraj.

Hlavním grafickým motivem je obrys kraje, vyplněný dynamickými tahy štětcem, které symbolizují jednotlivé oblasti využití. Životní energii zastupuje stylizovaná linie srdečního tepu a symbol srdce. Tvarosloví doplňuje moderní bezpatkové písmo John Sans.





EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY