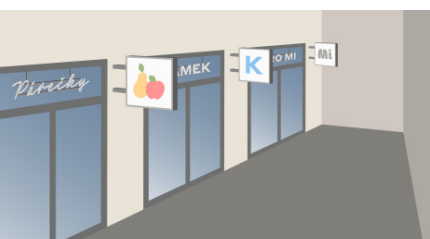


Manuál pro kultivovaná nádraží CHEAT SHEET

Pokud jste na pochybách, nahlédněte do úplné verze manuálu.

Veškerá reklama musí být schválena SŽ Facility, oddělením metodiky a správy smluv: pronajem@spravazeleznic.cz.



Firemní nápisy

Firemní nápis je vždy vytvořen z jednotlivých písmen na lištách. Žádoucími materiály jsou především plexisklo (levnější) a hliník a plexisklo (dražší).

Zakázané jsou plošné cedule, plachty a polepy.

Umísťuje se zpravidla vycentrovaný nad vchodem, pouze jeden na jednu provozovnu.

Nosná konstrukce lišt je buď před sklem, nebo za ním, nebo na stěně.

Nápis musí dodržet ochrannou zónu a nesmí být příliš velký (viz str. 49). Firemní nápisy všech provozoven by měly být v jedné výšce, ale ne vždy se to podaří. Je potřeba se o to snažit.

Výstrče

Výstrče jsou zakázané.

Používají se pouze výjimečně v úzkých chodbách a nesmí kolidovat s orientačním systémem.

Pokud je máme, pak mají čtvercový rozměr 40 x 40 cm a jsou v jedné výšce (min. 220 cm) v rámci každého prostoru (chodba, hala, podchod apod.).

Materiál nebo barva konstrukce pokud možno navazuje na materiál výkladců.

Logo se aplikuje jako ploché barevné plexisklo, vždy jako nápis z jednotlivých písmen nebo symbol na bílé ploše.

Polepy

Polepy jsou nežádoucí, ale povolujeme je do 15 % plochy výkladce.

Nejsou na nich fotografie.

Jsou z řezané grafiky (jednotlivá písmena apod.).

Zakázané jsou celoplošné polepy zevnitř i zvenku.

Menu nabídky

Menu nabídky se umísťují buď za sklo výkladce, nebo na zeď (pokud je místo).

Mají maximální velikost B1 (707 x 1000 mm).

Může je mít jakákoli provozovna, která má místo na stěně u své výlohy nebo u vstupu.

Používají se namísto klap rámu s plakáty a grafikou.

Pokud pro ně není místo, pak musí obchodník řešit propagaci jinak.

Áčka

Áčka jsou zakázaná.

Výjimku mají gastronomicky zaměřené provozovny (např. se zahrádkou). Áčka mají být vždy umístěna v exteriéru, mimo budovy a haly.

Mají černou, matnou plochu a popisují se vždy bíle.

Markýzy a slunečníky

Markýzy a slunečníky jsou bez reklam, logotyp je umístěn pouze na volánu.

Barevnost musí korespondovat s fasádou.

Nepoužívá se opláštění zahrádek, ploty s reklamními bannery ani podesty.

Stojany

Stojany před provozovnou jsou zakázané.

Výjimku mají trafiky a květinářství – mohou si umístit jeden stojan, který ale nesmí omezovat bezpečný pohyb cestujících.

Outdoorová reklama

Outdoorové nosiče mimo provozovnu podléhají zvláštním smlouvám, proto jsou veškeré další reklamní nosiče (CLV, billboard, banner, plachta, vlajka apod.) zakázané. Dopravci musí respektovat stejná pravidla jako provozovny.

Manuál pro kultivovaná nádraží KOMUNIKACE

Zásady úspěšné komunikace

1

Děláme to pro cestující, tedy pro zákazníky

Kultivace provozoven je dlouhodobá vize, která má zajistit vyšší komfort pro cestující. Všichni se jí postupně musí přizpůsobit, ale každé nádraží má své tempo a každý obchodník má své možnosti. Když všichni kultivují své prezentace, je to pro zákazníky přehlednější, snáz najdou, co hledají, a vydělají na tom všichni.

2

Je důležité se fyzicky potkávat

Každá strategická kultivace by měla začít osobní schůzkou v prostoru nádraží, kde se potká maximum nájemců. Správa železnic je v pozici toho, kdo nese vizi a představuje kroky ke změně, obchodníci mají prostor se ptát a vzájemně se dohodnout. Není žádoucí udílet pokuty a nikdo nechce nikomu likvidovat byznys. Potřebujeme lidský a racionální přístup.

3

Kultivace není drahá

Není zásadní vysoká investice, například firemní nápisy z plexiskla jsou levné a dostupné. V ideálním světě budou mít všichni nájemci nápisy osvětlené stejným způsobem, v realitě si ne každý může dovolit osvětlený nápis. Proto si každý může vybrat, jestli chce hliníkovou konstrukci nápisu, kterou lze prosvítit, nebo bude mít jen ploché plexisklo bez osvětlení. Je dobré mít na paměti, že byznys táhne zejména kvalitní a nenahraditelný produkt nebo služba, pro které se zákazníci vracejí. Označení je jen navigace dovnitř provozovny.

4

Občas je potřeba kompromis

Nejlepším řešením je mít v každém prostoru sjednocené umístění všech firemních nápisů – ve stejné výšce. Lišty s nápisem jsou buď za sklem, nebo před sklem, nebo na stěně. To se používá především u nově rekonstruovaných nádraží. Pokud je prostor starý, jeho členitost to často neumožňuje a pak je jasné, že se to nepovede dokonale. Proto je důležitá vzájemná dohoda a práce s fyzickým prostorem. Každý posun k lepšímu se počítá.

5

Minimum zásahů

Je důležité co nejméně zasahovat do aktuální podoby výkladců, výmalby, skel apod. Rám výkladce často nese sjednocené tvarosloví v rámci každého prostoru, a proto jej nepolepujeme a nezakrýváme. Necháváme konstrukci vytvořit v prostoru rád, díky kterému je značení lépe vidět. Firemní nápisy jsou na lištách, aby šlo označení snáz vyměnit bez nutnosti pokaždé draze zapravovat omítku.

6

Nezakazujeme barvy

Každý logotyp si může zachovat svou barevnost. Omezení ve velikosti, umístění i materiálech je dostatečné a není potřeba ho mít černobílý. Výjimka může nastat u kulturních památek, kde do vyjednávání vstupuje místní památková péče, která může požadovat odbarvení. V ostatních nádražích barvu dovolujeme a hlídáme velikost a materiál celého nápisu a jeho umístění.

7

Reklamy necháváme schvalovat

Každou úpravu reklamního označení i jiných propagačních nosičů hlase na pronajem@spravazeleznic.cz. Je důležité, aby kultivace byla fér pro všechny a nevyskytovaly se případy, kdy jeden obchodník používá zakázané nosiče a ostatní pravidla dodržují.