

START BOX · BASIC

Podnikni

PRŮVODCE PODNIKÁNÍM

UKÁZKA VÝSTUPU · MODELOVÁ KLIENTELA

Tomáš Veselý. *Značka v boxu.*

Ukázka, co dostaneš v balíčku Basic. Plán značky, logo, barvy, typografie, tři šablony pro sociální sítě a krátký návod, jak v tom jet dál. Bez webu — ten je v balíčku Standard.

PŘIPRAVILA

Ilonna Škvárová

5 / 2026

BASIC · 19 900 Kč

01

KAPITOLA PRVNÍ

Plán *značky*.

Než sáhne na logo, sepíšeme plán — komu Tomáš mluví, čím je jiný a co slibuje. Všechno ostatní z toho vychází. Bez toho je každé další rozhodnutí jenom hádání.

Ke komu Tomáš *mluví*.

Tomáš dělá IT konzultace pro malé a střední firmy do padesáti lidí. Jeho ideální klient má jednoho IT člověka nebo dva, kteří hasí požáry, a chybí mu strategický pohled — co a v jakém pořadí postavit, aby to za dva roky neskřípalo.

TŘI TYPY KLIENTŮ

- **Majitelé firem**, kterým náhodná řešení přerůstají přes hlavu.
- **Firmy s 1–2 lidmi na IT**, kterým chybí strategický pohled.
- **Lidé, kteří chtějí jeden bod kontaktu**, ne tři dodavatele.

Co Tomáš *slibuje*.

Jeho slogan zní jednoduše: **klid v systému, bez chaosu a bez korporátu**. Neslibuje transformaci, neslibuje synergii, neslibuje růst o 300 %. Slibuje to, co dělá — strukturovaný systém, který funguje i bez něho.

„IT není o nástrojích. Je o tom, co pak nemusí dělat člověk.“

Jak Tomáš *mluví*.

Klidně, věcně, bez žargonu. Vysvětlí to tak, abys tomu rozuměl(a) — i když nejsi z IT. Píše jako starší kamarád, který zná svůj obor, ne jako prodejní agent, který chce zavřít smlouvu na pět let.

ANO — SLOVA, KTERÁ ŘÍKÁ

- ✓ klid · systém · jednoduchost
- ✓ vysvětlit · konkrétně · řešení
- ✓ strukturovaný · měřitelný

NE — SLOVA, KTERÝM SE VYHÝBÁ

- ✗ synergy · transformation
- ✗ digital-first · disruption
- ✗ enabler · scale-up · ekosystém

Pravidlo, *jak si to pamatovat.*

Když nevíš, jestli se to ke značce hodí, polož si jednu otázku: **řeknu to tak svojí mámě?** Pokud by ti rozuměla, je to ono. Pokud ne, pusť ten výraz z hlavy a najdi obvyčejnější.

Tomáš si tahle pravidla osvojí během prvních dvou týdnů, kdy postupně přepisuje stávající profily, mail signaturu a e-maily. Pak už jenom drží směr.

02

KAPITOLA DRUHÁ

Logo s *jasnou linkou.*

Logo má jednoduchou geometrii a klidnou typografii — sedne Tomášovu charakteru. Tři čtverce v linii odkazují na strukturu a systém, technický font Space Grotesk je čitelný i v drobných velikostech.

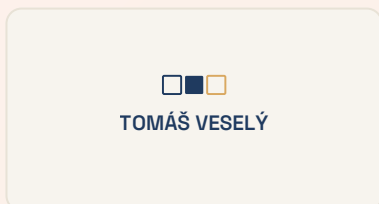
Hlavní logo

Tomášovo jméno v technickém písmu, nad ním tři čtverce v linii. První je obrysový, druhý plný, třetí zlatý — drobný akcent, který oživuje jinak střídmou geometrii.

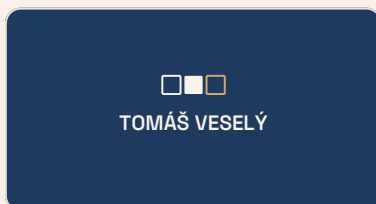


Tři *varianty*

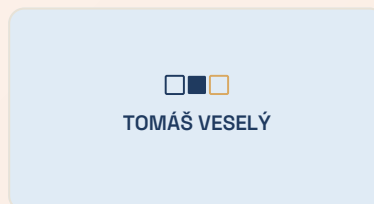
Hlavní pro běžné použití, obrácená na tmavé pozadí (sociální sítě, prezentace) a akcentová pro highlight nebo příležitostné použití.



Hlavní · na světlém pozadí



Obrácená · na tmavém pozadí



Akcentová · pro highlighty

Pravidla použití

Logo dostaneš v SVG, PNG i PDF — ve všech variantách a velikostech. Aby drželo svoji sílu, je potřeba držet pár drobností.

ANO – KDYŽ LOGO POUŽÍVÁŠ

- ✓ Clear space 1,5× výška geometrie kolem dokola.
- ✓ Minimální velikost 90 px na webu, 25 mm v tisku.
- ✓ Vždy s podtitulem „IT konzultant“ (kromě favicon).
- ✓ Na klidném pozadí – béžová, navy, bílá, světle modrá.

NE – ČEMU SE VYHNOUT

- ✗ Nedefinovat poměr stran – žádné roztažení.
- ✗ Neměnit barvy mimo paletu (žádná zelená, fialová).
- ✗ Nepoužívat na fotce s detailem – ztratí se.
- ✗ Bez stínu, bez gradientu, bez 3D efektu.

Když si nejsi *jistý/á*.

Pravidlo: **raději méně než více**. Pokud váháš, jestli logo na něco patří, nepatří. Jednou za rok mi napiš a podíváme se spolu – drobné dotazy v rámci podpory.

Logo dostaneš zabalené i s krátkým návodem pro grafika nebo tiskárnu (jeden A4, srozumitelně). Tak nemusíš znovu vysvětlovat to, co máš v hlavě.

03



KAPITOLA TŘETÍ

Pět barev, *žádná navíc.*

Méně barev znamená čistší značku. Tomášova paleta drží pět tónů — navy jako hlavní (důvěra, klid), teplá béžová pro pozadí (lidskost, ne korporát), modrá pro akcenty a zlatý detail pro highlighty.

Paleta

Každá barva má jasnou roli. Hlavní pro nadpisy a CTA, akcent pro odkazy, pozadí pro plochy, highlight pro důležité detaily, text pro běžný obsah.

				
Navy #1F3A5F HLAVNÍ	Modrá #4A7CBO AKCENT	Běžová #F7F4EE POZADÍ	Zlatý detail #D9A861 HIGHLIGHT	Grafit #2A2D33 TEXT

Kombinace, *kteřé fungují.*

Tři osvědčené kombinace pro různé typy obsahu. Drž se jich a značka bude vždy vypadat jednotně, ať tvoříš e-mail, prezentaci nebo příspěvek na síti.

- **Premium** — Navy + Zlatá + Běžová. Pro vážnější CTA, smlouvy, kontaktní stránku.
- **Čistý** — Běžová + Navy + Grafít. Pro webový text, e-maily, dokumenty.
- **Akcentový** — Modrá + Zlatá + Běžová. Pro highlighty v textu a infografiky.

04

KAPITOLA ČTVRTÁ

Dva fonty, *jasná hierarchie*.

Žádné experimenty. Space Grotesk pro nadpisy — technický, ale lidský. Inter pro běžný text — čitelný i v malých velikostech. Když potřebuješ akcent, Playfair Display v kurzivě. Tři fonty, čtyři velikosti, pět vah. Tečka.

Příklad

NADPIS · SPACE GROTESK SEMIBOLD

IT, který *se nehádá* s tvou hlavou.

BODY TEXT · INTER REGULAR

Konzultuju firmy 5–50 lidí, kterým náhodná řešení přerůstají přes hlavu. Ne synergy. Ne transformation. Jen klidný, strukturovaný systém, který funguje. Pak tě nechám jet sám — návod příložím.

Space Grotesk · 500/600/700 · Inter · 400/500/600 · Playfair Display Italic · pro akcent

Hierarchie

Čtyři úrovně textu pro web i tisk. Stačí si je pamatovat — všechno ostatní z nich vyplývá.

- **H1** — Space Grotesk Bold, 48 px. Pro hlavní nadpisy stránek.
- **H2** — Space Grotesk Semibold, 32 px. Pro sekce uvnitř stránek.
- **H3** — Space Grotesk Medium, 22 px. Pro podsekce a karty.
- **Body** — Inter Regular, 16 px. Pro běžný text v dokumentech a na webu.
- **Caption** — Inter Medium, 12 px (verzálky). Pro popisky, tagy, meta.

05

KAPITOLA PÁTÁ

Tři šablony *pro Instagram.*

Žádný „rozjed' si rozsáhlou content strategii". Tři Canva šablony, které pokryjí osmdesát procent postů: výrok (carousel hook), tip (jednotlivý post), citát (story). Otevřeš, upravíš text, publikuješ.

Co všechny tři *šablony umí.*

Každá šablona drží Tomášovu typografii i paletu. Jen prohodíš text — barvy, fonty, layout zůstávají, takže se nemusíš rozhodovat. To je celý vtip.

- **Šablona 01 · Carousel hook** — pro úvod carouselu (5–6 slidů). Velký nadpis, podtitul, podpis. Příklad: „Tři příznaky, že tvoje firma přerostla Excel."
- **Šablona 02 · Tip / post** — pro samostatný post s konkrétní radou. Příklad: „Než zaplatíš za další systém, zkontroluj tohle."
- **Šablona 03 · Citát / story** — pro krátký výrok ve story nebo highlight. Příklad: „IT není o nástrojích. Je o tom, co pak nemusí dělat člověk."

Jak je *používat.*

Pravidla, která ti ušetří hodinu týdně. Nejsou to tipy z příručky — jsou to pravidla, která fungovala mým klientům.

1. **Otevři Canva šablonu** a uprav jen text. Všechno ostatní (barvy, fonty, layout) drž — to je smysl šablony.
2. **Jeden post = jedna myšlenka.** Když máš dva tipy, udělej dva posty. Necpát všechno do jednoho.
3. **Drž rytmus.** Jedna šablona týdně stačí. Lepší tři posty měsíčně než deset za týden a pak měsíc ticho.

06

KAPITOLA ŠESTÁ

Návod *ke značce.*

Krátká příručka v PDF (10–14 stran), aby Tomáš věděl, jak značku používat — a aby se jí držel i za rok, když se mu hlava přepne na jiný projekt. Hlavní myšlenka, charakter, hlasový rejstřík a příklady vět.

Hlavní myšlenka

IT bez chaosu. Systém, který přežije i bez svého autora. Tomášova přidaná hodnota není v nástrojích — je v tom, že po něm zůstane něco, co funguje samo.

Charakter značky

Klidný, věcný, expertní. Bez korporátních frází. Mluví jako starší kamarád, který zná svůj obor a kterému věříš, že tě nepošle do slepé uličky.

Jak mluví v jedné větě

Poradí, neprodává. „Vysvětlím ti to“ místo „nabídnou vám řešení“. Tomáš nikdy nepoužívá první osobu množného čísla, když mluví o tom, co dělá sám.

PĚT VĚT, KTERÉ TOMÁŠ ŘÍKÁ PŘESNĚ TAKTO

- „Než ti něco doporučím, podívám se, co už máš. Často stačí poskládat to, co je.“
- „Tohle není o nástrojích. Je o tom, co pak nemusí dělat člověk.“
- „Když ti to říkám složitě, je to moje chyba. Zkusím to znova.“
- „Nepotřebuješ ERP. Potřebuješ jednu tabulku, kterou všichni používají.“
- „Předám to tak, abys mě nepotřeboval — kdybys chtěl.“

Příklad *věty.*

Aby bylo jasné, jak věty stavět — nikdy v jedné větě nepojmout celý problém. Krátká věta. Konkrétní příklad. Vlastní pohled.

ANO

- ✓ „Tvoje firma má 30 lidí a 4 různé tabulky pro stejnou věc. Sjednotíme to.“

NE

- ✗ „Implementujeme synergickou transformaci vašich digitálních procesů.“

Co s tím *dál*.

Návod ke značce je **živý dokument**. Jak se Tomáš bude rozvíjet, bude přibývat. Jak najde větu, která sedne, zařadí ji k těm pěti výše. Není to test paměti — je to manuál, který si otevře, když si nebude jistý/á.

V rámci měsíční podpory po předání mi může kdykoli napsat: „Tahle věta zní jako já?“ Odpovím do dvou dnů.

Tohle *Tomáš dostane* za dva týdny.

Shrnutí toho, co konkrétně leží v boxu po dvou týdnech práce. Žádné překvapení, žádný „doplníme později“. Vše předané v PDF, SVG a PNG na vlastní Google Drive.

- ✓ **Plán značky** — slogan, kdo je tvůj zákazník, jak mluvit (PDF, 12 stran).
- ✓ **Logo** — hlavní + 2 varianty, ve všech formátech (SVG, PNG, PDF).
- ✓ **Brand barvy** — paleta 5 barev s HEX kódy a doporučeným použitím.
- ✓ **Typografie** — 2 hlavní fonty + akcentový, pravidla použití.
- ✓ **3 Canva šablony** — carousel hook, tip, citát/story (editovatelné).
- ✓ **Návod ke značce** — kompletní příručka značky (PDF, 12 stran).
- ✓ **Manuál „jak v tom jet dál“** — krok za krokem, co dělat (PDF + Loom video).
- ✓ **Měsíc podpory** ode mě po předání — drobné otázky a úpravy.

Basic balíček

Beta sleva 50 % pro první 3 klienty/ky

19 900 Kč

9 950 Kč

Tohle můžeš mít taky.

Jestli jsi v podobné fázi jako Tomáš — víš, co děláš, ale chybí ti značka, která to ukáže — napiš mi. Domluvíme bezplatnou 30minutovou konzultaci.

Napsat o balíček Basic →

To je vše. Děkuji, že jsi došel/došla až sem.

Ukázka výstupu Start Box · podnikni.com

Pokud chceš víc — napiš na info@podnikni.com