

START BOX · EXTRA

Podnikni

PRŮVODCE PODNIKÁNÍM

UKÁZKA VÝSTUPU · REÁLNÁ KLIENTKA

Antheia. *Značka v boxu.*

Ukázka, jak po pěti až šesti týdnech předám Anetě kompletní vizuál pro její Anthei — od plánu značky přes logo, web a prodejní stránku až po patnáct šablon, uvítací maily a manuál, jak v tom jet dál. Aneta má krámk a aktivní Instagram, ale žádný web — Extra je její start od nuly.

PŘIPRAVILA

Ilonna Škvárová

5 / 2026

EXTRA · 79 900 Kč

01

KAPITOLA PRVNÍ

Plán *značky*.

Než sáhne na logo, sepíšeme plán — ke komu Antheia mluví, čím je jiná a co slibuje. Všechno ostatní z toho vychází. U malého krámku, který drží na osobním přístupu, to platí dvojnásob.

*„Antheia (řecky Ανθεΐα) — bohyně květin, zahrad a věnců.
Patronka jara a mladé krásy. V malém krámku v Hořovicích žije v podobě čerstvých květin a kávy, kterou si můžeš donést domů.“*

Ke komu Antheia *mluví*.

Aneta má malé květinářství s kávou v Hořovicích, ulice Ječná 1675/1. Žádný komplexní servis, žádné svatby na klíč — jen čerstvé květiny, dobrá káva a osobní přístup.

KOMU ANTHEIA POMÁHÁ

- **Místní z Hořovic a okolí**, kteří jdou kolem a chtějí kytku „jen tak“ pro radost.
- **Lidé hledající dárek** (narozeniny, výročí, poděkování).
- **Zákazníci, kteří objednávají speciální květiny** do domácností.
- **Stálí, kteří si zaskočí na kávu** a odejdou s květinou.

Co Antheia *slibuje*.

Slogan zní jednoduše: **květiny a káva. Tichý kout v Hořovicích.** Žádný supermarketový sortiment — čerstvě řezané a hrnkové květiny, často sezónní. Káva s sebou nebo na chvíli posedět.

Jak Antheia *mluví*.

Vřele, osobně, jako kamarádka. Ne korporátně, ne marketingově. Antheia ví, že je malá — a je na to hrdá.

ANO — SLOVA, KTERÁ ŘÍKÁ

- ✓ ručně · čerstvé · sezónní
- ✓ káva · tichý kout · lokální
- ✓ kytky · vázání · dárek

NE — SLOVA, KTERÝM SE VYHÝBÁ

- ✗ luxusní · prémiový · expresní
- ✗ profi řešení · floristické dílo
- ✗ boutique · concept store

Pravidlo, *jak si to pamatovat.*

Když nevíš, jestli věta sedí ke značce, polož si otázku: **řekla bys to tak zákaznici, která stojí u pultu?** Pokud ano, je to ono. Antheia mluví na webu, na Instagramu i v krámku stejně.

Tahle pravidla si osvojí během prvních dvou týdnů, kdy postupně přepisuje stávající IG popisky a šablony pro odpovědi. Pak už jenom drží směr.

02

KAPITOLA DRUHÁ

Logo s kopretinou.

Stylizovaná kopretina — čtrnáct krémových plátků s teplým hnědým středem — jako symbol Antheie, řecké bohyně květin. Pod květem wordmark v rozšířeném serifu. Logo je jednoduché, klidné, použitelné na cedule, sáčky i digitál.

Hlavní logo

Kopretina je matná, krémově bílá, bez stínu. Wordmark „ANTHEIA” v Cormorant Garamond s rozšířenou letter-spacing — drží značku usazenou a vážnou. Pod ním tagline „KVĚTINY · KÁVA · HOŘOVICE”.



Tři varianty

Hlavní pro běžné použití na světlém pozadí, růžová pro obrácenou (obal, sáček) a tmavá pro vizitky a slavnostní příležitosti.



Hlavní · na světlém pozadí



Obrácená · na růžovém pozadí



Slavnostní · pro vizitky a tisk

Pravidla použití

Logo dostaneš v SVG, PNG i PDF — ve všech variantách a velikostech. Aby drželo svůj klid a sílu, je potřeba držet pár jednoduchých pravidel.

ANO – KDYŽ LOGO POUŽÍVÁŠ

- ✓ Clear space 1× průměr středu kopretiny.
- ✓ Minimum 80 px logo s nápisem, 30 px samotná kopretina.
- ✓ Symbol bez textu jen na sociálních sítích (profilovka).
- ✓ Klidná pozadí – krémové, růžové, slate.

NE – ČEMU SE VYHNOUT

- ✗ Nedeformovat kopretinu na ovál – 14 plátků v kruhu.
- ✗ Neměnit pořadí písmen ANTHEIA – držet rozšířený serif.
- ✗ Bez stínu, bez gradientu – kopretina je matná.
- ✗ Nepřebarvovat plátky na sytou bílou.

Když si nejsi *jistá*.

Pravidlo: **raději méně než více**. Pokud váháš, jestli logo na něco patří, nepatří. Logo dostaneš zabalené i s krátkým návodem pro grafika nebo tiskárnu (jedna A4, srozumitelně) – tak nemusíš znovu vysvětlovat to, co máš v hlavě.

V rámci dvouměsíční podpory po předání mi můžeš kdykoli napsat – podíváme se na to spolu.

03

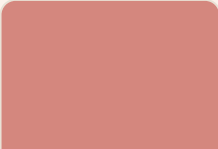

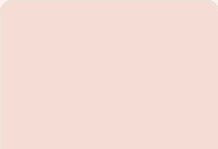
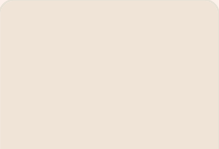

KAPITOLA TŘETÍ

Pět barev *jako z útulného koutu.*

Rose jako hlavní (květina, teplo). Sage jako akcent (listí, klid). Blush a teplá béžová pro pozadí. Coffee pro odkaz na kávu. Pět tónů, žádný kýčovitý odstín — paleta s teplotou, ne s drama.

Paleta

Každá barva má jasnou roli. Rose pro CTA a hlavní akcenty, sage pro sezónní obsah, blush a béžová pro plochy, coffee jako detail v sekcích o kávě.

				
Rose #D4877E HLAVNÍ	Sage #9DA877 AKCENT	Blush #F5DCD4 POZADÍ	Teplá béžová #FOE4D7 POZADÍ	Coffee #6B4A38 DETAIL · KÁVA

Kombinace, *kteřé fungují.*

Tři osvědčené kombinace pro různé typy obsahu. Drž se jich a Antheia bude vždy vypadat klidně, ať tvoříš produktovou kartu, dárkový balíček nebo IG post.

- **Hlavní** — Rose + Sage + Cream. Pro produkty, CTA, hero, e-shop.
- **Slavnostní** — Slate + Gold + Blush. Pro dárkové aranže, svatby, oslavy.
- **Káva** — Coffee + Cream + Sage. Pro kávovou nabídku, ranní fotky.

04

KAPITOLA ČTVRTÁ

Fraunces a Karla. *Charakter a klid.*

Fraunces v kurzivě pro nadpisy — organické tvary, řemeslný charakter, řecká inspirace v detailech. Karla pro běžný text — teplý, čitelný, lehce hravý. V samotném logu zůstává klasický Cormorant Garamond — drží wordmark vážný.

Příklad

NADPIS · FRAUNCES MEDIUM ITALIC

Kytka *a káva.*

BODY TEXT · KARLA REGULAR

Jsme malé květinářství v Hořovicích. Vážeme kytice ručně, z čerstvých sezónních květin. Ke kytce ti uvaříme dobrou kávu — můžeš si ji vzít s sebou, nebo zůstat na chvíli posedět.

Fraunces · 400/500/600 + italic · **Karla** · 400/500/600/700

Hierarchie

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

- **H1** — Fraunces Italic, 42 px. Pro hlavní nadpisy stránek.
- **H2** — Fraunces Medium, 28 px. Pro sekce uvnitř stránek.
- **H3** — Fraunces Regular, 22 px. Pro podsekce.
- **Body** — Karla Regular, 16 px. Pro běžný text.
- **Caption** — Karla Medium, 12 px (verzálky). Pro popisky, tagy.

05

KAPITOLA PÁTÁ

Čtyři věci, *nic víc.*

Antheia je malé květinářství s kávou. Žádný komplexní servis, žádné svatby na klíč — jen čerstvé květiny, dobrá káva, osobní přístup a speciální objednávky. Web tohle musí říct hned.

Co Antheia *nabízí.*

- **Řezané květiny** — čerstvé sezónní květiny, vázané kytice na počkání nebo dáreček s sebou. Vážeme ručně, podle toho, co tě napadne.
- **Hrnkové květiny** — pokojové rostliny, sazenice na okno, dárky pro novou domácnost. Pošleme s návodem, jak o ně pečovat.
- **Káva s sebou** — kvalitní zrnková káva, espresso, latte, cappuccino. Sedni si na chvíli k oknu, nebo si ji vezmi do práce.
- **Speciální květiny na objednávku** — hledáš něco, co v krámku nemáme? Speciální druh, větší aranž do bytu, dárkový koš? Domluv si to s námi, dovezeme.

Co Antheia naopak *nedělá.*

Aby to bylo jasné — Antheia drží klidné tempo a malou velikost. Nesnaží se být všechno pro všechny.

CO DĚLÁ

- ✓ Vázání kytic na počkání
- ✓ Speciální objednávky do 10 km
- ✓ Lokální káva, espresso, latte

CO NEDĚLÁ

- ✗ Svatby na klíč — logistický stres
- ✗ Velkoobchodní dodávky
- ✗ Plastové fólie a oázy

06

KAPITOLA ŠESTÁ

Web Antheie. *Útulný layout.*

Pět stránek — domů, kytky, káva, speciální objednávka, kontakt. Tady je ukázka úvodní stránky — útulný layout, sezónní fotky, hned vidíš adresu a otevírací dobu.

Úvodní stránka

Aneta vede malé krámkové podnikání. Webová úvodka říká hned tři věci: kdo je, kde je, kdy je otevřeno. Pak hero text — co Antheia dělá. Pak CTA — speciální objednávka, protože to je nejvýdělečnější služba.



Co je *uvnitř*.

Web má pět stránek. Každá má jasnou roli, žádné prokrastinační „o nás“ se zaprášenými větami.

- **Domů** — hero, adresa, otevírací doba, hlavní CTA.
- **Kytky** — přehled, co Antheia vede (řezané, hrnkové, sezónní).
- **Káva** — co se vaří, odkud zrna, kde si můžeš sednout.
- **Speciální objednávka** — landing s formulářem (kapitola 07).
- **Kontakt** — mapa, telefon, e-mail, IG, otevírací doba.

07

KAPITOLA SEDMÁ

Landing pro *speciální objednávky*.

Samostatná prodejní stránka pro nejuvýdělečnější službu — speciální květiny na objednávku (větší kytice, dárkové aranže, výzdoba do domácností). Cíl: nasměrovat člověka k formuláři, kde napíše, co potřebuje, a Aneta mu zavolá.

Co landing *říká*.

Krátký nadpis, tři kroky, jeden formulář. Konkrétní příklady toho, co lze objednat. Žádné „zavolejte nám“ v patičce — celá stránka je vedení od první věty k formuláři.

STRUKTURA

- **Hero** — „Květina, kterou v krámku nenajdeš.“ + obrázek + lead.
- **Tři kroky** — Napiš nám → Návrh + cena → Předání.
- **Formulář** — Co potřebuješ? Pro koho? Kdy? Tvůj kontakt.
- **Patička** — Bez závazku, do 2 dnů ti zavoláme.

Tři kroky *procesu*.

Jednoduchá, čitelná cesta. Aneta tím říká: žádný stress, žádné dlouhé čekání. Stačí pár vět a do dvou dnů to máš v ruce.

1. **Napiš nám** — telefonem, mailem nebo na IG. Stačí pár slov, ozveme se.
2. **Návrh a cena** — do 2 dnů ti zavoláme s návrhem a orientační cenou. Bez závazku.
3. **Předání** — vyzvedneš si v krámku, nebo doveze (Hořovice a okolí do 10 km).

08

KAPITOLA OSMÁ

Patnáct šablon, *které pokryjí rok.*

Antheia má aktivní IG (@_a.nthei.a_) s reálným obsahem – vázání kytic, došlé zboží, sezónní inspirace. Patnáct editovatelných šablon v Canvě pokryje všechny typy postů: post, carousel, story, reels cover. Tady ukázka šesti vybraných.

Šest z patnácti.

POST · UVEDENÍ PRODUKTU

Tahle *kytka* přišla zrovna ráno.

Ječná 1675/1, Hořovice

CAROUSEL HOOK

Pět chyb, které *zničí* kytku dřív, než ji doneseš domů.

– Antheia

STORY TIP

Tento týden voní *pivoňka*.

@_a.nthei.a_

KÁVA + KYTKA

„*Latte a první tulipány. Sobotní ráno v Hořovicích.*“

– Antheia

BEHIND-THE-SCENES

Než ti dorazí *objednaná kytka...*

...taková je cesta

REELS COVER

Vázání v reálném čase.

Sleduj proces ▶

Zbývajících 9 šablon: 2× produktové foto, 2× akce/sleva, 2× citát od zákaznice, 1× sezónní novinka, 1× otevírací doba, 1× Q&A story.

Jak *používat*.

1. **Foto + text.** Šablona není místo na ozdoby. Hlavní je čerstvá kytka nebo káva, text doplňuje.
2. **Jeden post = jedna emoce.** Tichý kout. Ranní káva. Sobotní ráno. Nemíchat.
3. **Sezónně.** V březnu tulipány, v červnu pivoňky, v září jiřiny. Naviguj se rokem.

09

KAPITOLA DEVÁTÁ

Pět mailů *po objednávce.*

Když si někdo objedná speciální květinu přes formulář, dostane sekvenci pěti mailů. Cíl: dovést ho hladce od „chtěl bych něco“ k „přijdu si pro to“.

Pět *mailů.*

MAIL 1 · 0 MINUT

Mám tě, *tvoje objednávka dorazila.*

Děkujeme za zprávu. Do 2 pracovních dnů ti zavoláme s návrhem a cenou. Mezitím — tady je, co jsme zachytili.

MAIL 2 · PO TELEFONÁTU

Tady je *návrh.*

Naskicovali jsme, co bychom pro tebe udělaly. Pošli zpátky, jestli ti to sedí, nebo co chceš ladit.

MAIL 3 · DEN PŘED PŘEDÁNÍM

Zítřejší je *tvůj den.*

Kytka bude hotová do 10:00. Můžeš si ji vyzvednout v Ječné, nebo ji doveze (Hořovice a okolí).

MAIL 4 · 3 DNY PO PŘEDÁNÍ

Jak ti to *dělá radost?*

Kytka by ti měla vydržet 6–10 dní. Pokud něco není ok, ozvi se — a píš ti tip, co dělat, aby ti tu radost prodloužila.

Pátý mail — pozvánka na další objednávku či drobnou slevu na opakovaný nákup.

10

KAPITOLA DESÁTÁ

Návod *ke značce.*

U Extra balíčku je návod ke značce rozšířený — osmnáct stran PDF, plus přílohy s konkrétními použitími. Antheia v něm najde všechno, od „kdy použít sage“ po „jak napsat post o pivoňkách“.

Hlavní myšlenka

Květiny a káva. Tichý kout v Hořovicích, kde si můžeš na chvíli sednout, vybrat kytku a vzít si dobrou kávu.

Charakter značky

Vřelý, osobní, malý. Antheia píše jako kamarádka, která má krámk za rohem — pečlivě, s láskou, bez velkých gest.

Jak mluví v jedné větě

Lidský, ne korporátní. „Stav se na kávu“ místo „využijte naší nabídky občerstvení“. Tykání, jednoduché věty, žádné marketingové fráze.

PĚT VĚT, KTERÉ ANTHEIA ŘÍKÁ PŘESNĚ TAKTO

- „Tahle kytky přišla zrovna ráno — voní, jak má.“
- „Vážeme ručně, podle toho, co tě napadne. Tady se nic nedělá na šabloně.“
- „Sedni si na chvíli k oknu, kávu uvařím.“
- „Speciální objednávka? Napiš nám, do dvou dnů ti zavoláme.“
- „Květiny a káva. Tichý kout v Hořovicích.“

Příklad *věty*.

ANO

- ✓ „Stav se v Ječné. Máme dnes čerstvé pivoňky a kávu uvaříme, jakou si řekneš.“

NE

- ✗ „Navštivte naši prodejnu floristického ateliéru s prémiovou kavárenskou nabídkou.“

Co s tím *dál*.

Návod ke značce je **živý dokument**. Jak Antheia poroste, bude přibývat. Najdeš větu, která sedne, zařadíš ji k těm pěti výše. Není to test paměti – je to manuál, který si otevřeš, když si nebudeš jistá.

V rámci dvouměsíční podpory po předání mi můžeš kdykoli napsat: „Tahle věta zní jako Antheia?“ Odpovím do dvou dnů.

Tohle *Antheia* dostane za pět až šest týdnů.

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

- ✓ **Plán značky** — analýza 3 cílových person (PDF, 18 stran).
- ✓ **Logo** — hlavní + 2 varianty, ve všech formátech (SVG, PNG, PDF, EPS).
- ✓ **Brand barvy** — paleta 5 barev pro web, tisk i sociální sítě.
- ✓ **Web (5 stránek)** — kompletně nasazený na vlastní doméně.
- ✓ **Texty webu + SEO** — pro Hořovice a okolí, klíčová slova „květinářství Hořovice“, „květiny a káva“.
- ✓ **Prodejní stránka pro speciální objednávky** — landing + formulář.
- ✓ **15 šablon pro Instagram** — Canva, editovatelné.
- ✓ **5 uvítacích mailů** — navazující sekvence v Ecomailu pro speciální objednávky.
- ✓ **Návod ke značce** — rozšířený (PDF, 18 stran).
- ✓ **Foto zadání** — co fotit v interiéru, jak vázat na fotku, doporučení lokálního fotografa.
- ✓ **Manuál „jak v tom jet dál“** + Loom videa (35–45 stran).
- ✓ **2 měsíce podpory** po předání.

Extra balíček

Beta sleva 50 % pro první 3 klienty/ky

79 900 Kč

39 950 Kč

Tohle můžeš mít taky.

Máš krámk, kavárnu, dílnu nebo cokoli malého, co potřebuje konečně mít brand a web? Napiš mi. Domluvíme bezplatnou 30min konzultaci.

[Napsat o balíček Extra →](#)

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

Ukázka výstupu Start Box · podnikni.com

Pokud chceš víc — napiš na info@podnikni.com