

Manuál pro práci s logem



Obsah

04 Logo Ušetřeno.cz

- 04 Penízek – symbol Ušetřeno.cz
- 05 Logo Ušetřeno
- 06 Struktura a ochranná zóna loga
- 07 Hlavní barevné varianty loga
- 08 Speciální varianty loga – jednobarevná verze
- 09 Cobranding a claim „člen skupiny ČSOB“
- 10 Použití loga bez claimu
- 11 Hlavní barevné varianty loga bez claimu
- 12 Speciální varianty loga – jednobarevná verze bez claimu
- 13 Zakázané varianty loga
- 14 Čitelnost a použití modré varianty loga
- 15 Čitelnost a použití bílé varianty loga

16 Barvy

- 16 Primární barvy
- 17 Doplnkové barvy
- 18 Příklady použití barev

19 Typografie

- 19 Primární písmo
- 20 Sekundární písma – Open Sans a Calibri

Tento manuál pro práci s logem Ušetřeno.cz slouží jako jasný a jednotný návod, jak správně používat klíčové prvky naší vizuální identity. Pomáhá nám udržovat konzistenci značky napříč všemi kanály a zajistit, aby byla vždy prezentována profesionálně, důvěryhodně a srozumitelně.

V dokumentu najdete pravidla pro použití loga, barevnosti a typografie. Dodržováním těchto zásad posilujeme nejen vizuální jednotu, ale také důvěru, kterou do nás lidé vkládají.

Penízek, symbol Ušetřeno.cz

Penízek je ikonou naší značky. Představuje úsporu, férovost a radost z dobře zvoleného řešení. Je jednoduchý, zapamatovatelný a funguje v každém měřítku – od drobných digitálních ikon až po velkoformátovou reklamu.

V prostředí, kde je značka dobře známá, používáme ke komunikaci penízek. Síla tohoto symbolu spočívá v tom, že je univerzální a okamžite rozpoznatelný, a může proto sloužit jako vizuální zkratka naší značky. **Bez naší výrazné žluto-modré kombinace by Penízek nemusel být spojován s Ušetřeno.cz, proto se vždy objevuje v definovaných barvách značky.**

Penízek je vždy součástí primárního loga Ušetřeno.cz. Samostatně ho používáme pouze tehdy, když není možné nebo vhodné zobrazit celé logo, například jako favicon, profilovou fotku na sociálních sítích nebo grafický prvek v ilustracích a patternu.



Logo Ušetřeno.cz

Naše hlavní logo se skládá z kombinace penízku, nápisu Ušetřeno.cz a claimu „člen skupiny ČSOB“. Používáme ho vždy, když to kontext dovoluje – na webu, v tisku i v digitálních kampaních. Je to nejčistší a nejčitelnější způsob, jak naši značku prezentovat napříč všemi kanály.

Primární logo se vždy používá v definované barevné kombinaci: žlutý penízek, bílý logotyp a modré pozadí, nebo v barevných variantách určených tímto manuálem.

Claim „člen skupiny ČSOB“ používáme vždy, kdykoliv to podmínky dovolují, ať už v digitálu, tisku nebo velkoformátové reklamě. Není to jen doplněk. Je symbolem jednoty, síly a důvěryhodnosti, kterou nám poskytuje jedna z největších bank na trhu, banka ČSOB.

Díky němu dáváme jasně najevo, že za našimi službami stojí stabilní a silný partner.



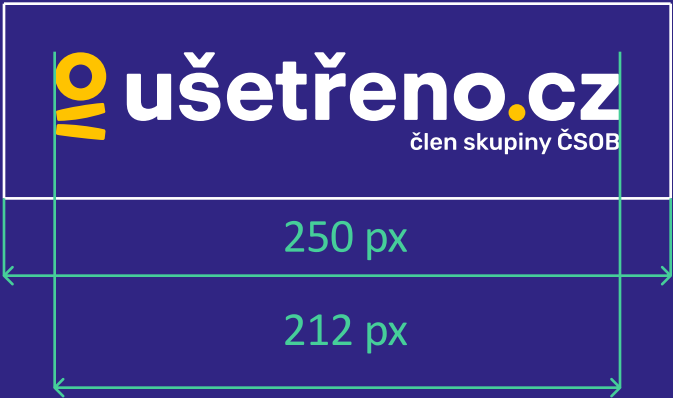
Struktura loga a ochranná zóna

Logo Ušetřeno.cz je pečlivě vyvážená kombinace Penízku, logotypu a claimu „člen skupiny ČSOB“. Pro zachování jeho čitelnosti a vizuální integrity musí kolem loga vždy zůstat volný prostor označený jako „ochranná zóna“. Tato zóna je definována výškou písmene „o“ a nesmí do ní zasahovat žádné texty, grafické prvky ani okraje formátu.

Dodržováním ochranné zóny a proporcí loga zajišťujeme, že naše značka bude vždy působit profesionálně a konzistentně napříč všemi médii.

Symbol penízku má vlastní ochrannou zónu, která je definovaná spodní nohou penízku

Hraniční šířka loga s claimem



Hraniční šířka loga bez claimu



Ochranná zóna loga a penízku



Hlavní barevné varianty loga

Logo Ušetřeno.cz existuje ve dvou rovnocenných primárních variantách:

1. Žlutý Penízek + bílý logotyp (#FFFFFF)
2. Žlutý Penízek + modrý logotyp (#312683)

Obě varianty jsou plně akceptované a používají se zhruba ve stejném poměru, **nicméně preferujeme prezentaci loga na modrém pozadí kvůli dominanci modré barvy.** Logo je vždy doplněno o žlutou tečku.

Volba konkrétní verze závisí na kontextu a to vždy tak, aby logo dosahovalo maximální čitelnosti a kontrastu vůči pozadí.



Speciální varianty loga – jednobarevná verze

V případech, kdy není možné použít naše barevné varianty loga (například na partnerských webech, které nepodporují barevnou grafiku nebo při jednobarevném tisku na merchandising), používáme monochromatické verze loga.

Existují dvě schválené podoby:

1. Čistě bílý logotyp s Penízkem pro použití na tmavých podkladech
2. Čistě černý logotyp s Penízkem pro použití na světlých podkladech

Tyto verze zajišťují čitelnost a zachovávají konzistenci značky i v prostředích s technickými omezeními.

Logo se nikdy neupravuje mimo tyto definované jednobarevné varianty.

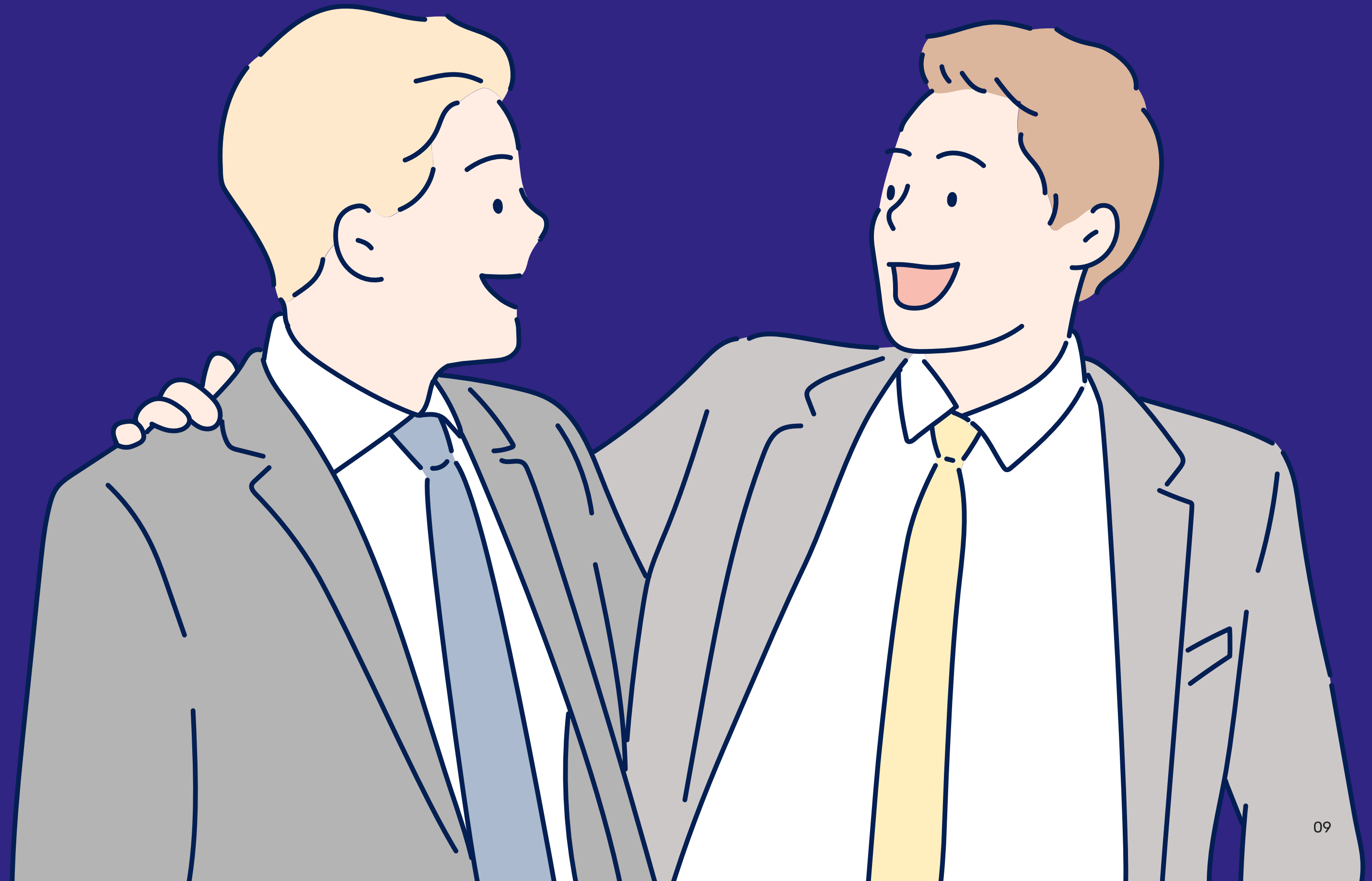
The image shows the monochrome white logo of Ušetřeno.cz on a black background. The logo consists of a stylized 'P' icon (the 'Penízek' or coin) followed by the text 'ušetřeno.cz' in a bold, sans-serif font. Below the main text, in a smaller font, it says 'člen skupiny ČSOB'.The image shows the monochrome black logo of Ušetřeno.cz on a white background. The logo consists of a stylized 'P' icon (the 'Penízek' or coin) followed by the text 'ušetřeno.cz' in a bold, sans-serif font. Below the main text, in a smaller font, it says 'člen skupiny ČSOB'.

Cobranding a claim „člen skupiny ČSOB“

Součástí našeho loga je claim „člen skupiny ČSOB“. Tento prvek posiluje vnímání důvěryhodnosti a stability značky Ušetřeno.cz, protože jasně ukazuje naše propojení s jednou z největších bank na trhu.

Při cobrandingu s partnery je nutné zajistit, aby logo Ušetřeno.cz zůstalo čitelné, nebylo zmenšeno pod minimální velikost a claim nebyl nikdy odstraněn či nahrazen jiným textem.

Pokud to podmínky neumožňují, lze použít logo bez claimu. →



Použití loga bez claimu

Primárně vždy používáme logo Ušetřeno.cz s claimem „člen skupiny ČSOB“. Pokud to však situace vyžaduje, lze výjimečně použít logo bez claimu.

Případy, kdy je to možné:

- Pokud je logo součástí vizuálu jiné banky nebo finanční instituce (aby nedocházelo k matoucí dvojí identitě).
- U velmi malých formátů, kde by claim ztratil čitelnost (digital, drobný merch).
- Při partnerských kampaních, kde vizuální styl udává jiný brand a logo musí být přizpůsobeno jednotnému layoutu.
- V omezených technických podmínkách, například u embosovaného tisku, ražby nebo gravírování, kde není možné claim zachovat.
- Při interní komunikaci a neformálním použití (např. týmové tričko, interní prezentace), pokud claim není nezbytný pro kontext.

Použití loga bez claimu je vždy výjimkou a mělo by být schváleno brandovým týmem.



Hlavní barevné varianty loga bez claimu

Logo Ušetřeno.cz existuje ve dvou rovnocenných primárních variantách:

1. Žlutý Penízek + bílý logotyp (#FFFFFF)
2. Žlutý Penízek + modrý logotyp (#312683)

Obě varianty jsou plně akceptované a používají se zhruba ve stejném poměru, **nicméně preferujeme prezentaci loga na modrém pozadí kvůli dominanci modré barvy.** Logo je vždy doplněno o žlutou tečku.

Volba konkrétní verze závisí na kontextu a to vždy tak, aby logo dosahovalo maximální čitelnosti a kontrastu vůči pozadí.



Speciální varianty loga – jednobarevná verze bez claimu

V případech, kdy není možné použít naše barevné varianty loga (například na partnerských webech, které nepodporují barevnou grafiku nebo při jednobarevném tisku na merchandising), používáme monochromatické verze loga.

Existují dvě schválené podoby:

1. Čistě bílý logotyp s Penízkem pro použití na tmavých podkladech
2. Čistě černý logotyp s Penízkem pro použití na světlých podkladech

Tyto verze zajišťují čitelnost a zachovávají konzistenci značky i v prostředích s technickými omezeními.

Logo se nikdy neupravuje mimo tyto definované jednobarevné varianty.

The image shows the logo for Ušetřeno.cz in white against a solid black background. The logo consists of a stylized icon of a piggy bank (Penízek) on the left, followed by the text "ušetřeno.cz" in a bold, sans-serif font.The image shows the logo for Ušetřeno.cz in black against a solid white background. The logo consists of a stylized icon of a piggy bank (Penízek) on the left, followed by the text "ušetřeno.cz" in a bold, sans-serif font.

Zakázané varianty loga

Abychom zajistili konzistentní a profesionální prezentaci značky, logo Ušetřeno.cz se nikdy nesmí upravovat mimo definované varianty.

Nepřípustné úpravy zahrnují:

- Deformaci proporcí (natahování, smršťování, otáčení).
- Změnu barev nebo kombinaci variant.
- Přidávání efektů (stíny, obrysy, průhlednosti).
- Umístění na rušná nebo málo kontrastní pozadí.
- Změnu uspořádání prvků (Penízek + text).
- Použití loga na místech, kde by mohlo dojít k jeho znehodnocení nebo neúctě ke značce (např. podlahy, rohože, koberečky, odpadkové koše apod.).
- Logo lze v interním prostředí použít i kreativní formou (např. dorty). Vždy však dbejte na to, aby bylo zachováno v esteticky správné podobě a nepůsobilo nevhodně.



 Neotáčejte logo



 Nedeformujte logo



 Nepřidávejte logu efekty



 Nevkládejte logo na rušivá pozadí



 Neměňte barvy loga



 Nezrcadlete logo



 Neměňte pozici penízku



 Nepoužívejte logo bez penízku



 Nesnižujte krytí loga



 Nepoužívejte logo ve větě



 Nenahrazujte písmeno "o" penízkem



 Nevytvářejte nové symboly z penízku



 Nevkládejte logo do rámečků, raději použijte inverzní variantu



 Neumisťujte logo na zem ani na místa, kde by se na něj dalo šlápnout nebo znehodnotit



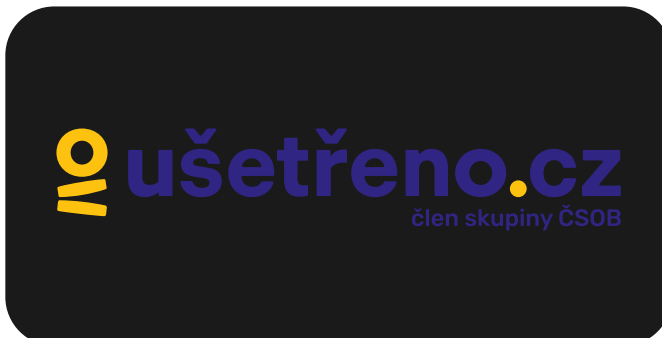
 Neumisťujte logo na jídlo, které by mohlo být znetvořeno

Čitelnost a použití modré varianty loga

Modrou variantu loga používejte na světlých nebo bílých pozadích, kde dobře vynikne. Je ideální pro tiskoviny, web s bílým pozadím, interní dokumenty.

Nepoužívejte na tmavých nebo nízkokontrastních podkladech.

Ideální kontrastní poměr je od 4.5:1 a výše.

			
✓ 0% černá Kontrastní poměr = 12.09:1	✓ 10% černá Kontrastní poměr = 9.6:1	✓ 20% černá Kontrastní poměr = 7.53:1	⚠ 30% černá Kontrastní poměr = 5.7:1
			
✗ 40% černá Kontrastní poměr = 4.24:1	✗ 50% černá Kontrastní poměr = 3.06:1	✗ 60% černá Kontrastní poměr = 2.1:1	✗ 70% černá Kontrastní poměr = 1.43:1
			
✗ 80% černá Kontrastní poměr = 1.04:1	✗ 90% černá Kontrastní poměr = 1.43:1	✗ 100% černá Kontrastní poměr = 1.74:1	

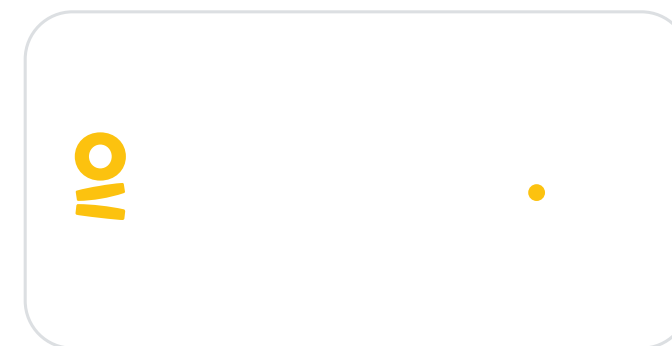
Čitelnost a použití bílé varianty loga

Bílou variantu loga používejte na tmavých nebo barevných pozadích, kde bílá zajistí maximální čitelnost. Je ideální pro bannery, reklamní grafiky, tmavé fotografie.

Nepoužívejte logo na světlých pozadích, kde by zaniklo.

Je doporučeno používat bílou variantu loga na našem modrém pozadí (#312683) pro zachování naší identity.

Ideální kontrastní poměr je od 4.5:1 a výše.



⊗ 0% černá
Kontrastní poměr = 1:1



⊗ 10% černá
Kontrastní poměr = 1.25:1



⊗ 20% černá
Kontrastní poměr = 1.6:1



⊗ 30% černá
Kontrastní poměr = 2.12:1



⊗ 40% černá
Kontrastní poměr = 2.84:1



⚠ 50% černá
Kontrastní poměr = 3.94:1



✓ 60% černá
Kontrastní poměr = 5.74:1



✓ 70% černá
Kontrastní poměr = 8.45:1



⊗ 80% černá
Kontrastní poměr = 12.63:1



⊗ 90% černá
Kontrastní poměr = 17.4:1



⊗ 100% černá
Kontrastní poměr = 21:1

Primární barvy

Naše vizuální identita stojí na dvou základních barvách:

Ušetřeno modrá (důvěra, stabilita, profesionalita)

a Ušetřeno žlutá (energie, optimismus, přátelskost).

Tyto barvy jsou nezaměnitelné a vždy se používají ve své definované podobě.

Ušetřeno modrá



RGB 49 38 131
CMYK 92 93 0 0
HEX #312683
PMS 2371 C (Pantone)

Důvěra, stabilita, profesionalita

Ušetřeno žlutá



RGB 255 195 0
CMYK 0 18 100 0
HEX #FFC300
PMS 7548 C (Pantone)

Energie, přátelskost, optimismus

Doplňkové barvy

Primární identitu Ušetřeno.cz tvoří modrá a žlutá. K nim využíváme i doplňkové odstíny z našeho design systému, které slouží k rozšíření vizuální palety – zejména pro infografiky, ilustrace, bannery a digitální prvky.

Používáme je střídmě, aby zůstala zachována vizuální čistota a jednoznačná identita značky. Například Krémová žlutá nebude nikdy hlavním pozadím grafiky.

Pro texty doporučujeme použít Tmavě šedou, protože Ušetřeno modrá by při větším obsahu mohla ztrácet svou čitelnost a originalitu.

Inkoustová

RGB 33 24 97
CMYK 0 18 100 0
HEX #211861

Ledově modrá

RGB 233 243 255
CMYK 9 5 0 0
HEX #E9F3FF

Levandulová

RGB 152 146 193
CMYK 21 24 0 24
HEX #9892C1

Nebesky modrá

RGB 29 122 252
CMYK 88 52 0 1
HEX #1D7AFC

Modrošedá

RGB 120 127 169
CMYK 29 25 0 34
HEX #787FA9

Světle šedá

RGB 235 236 242
CMYK 3 2 0 5
HEX #EBECF2

Neutrální šedá

RGB 220 223 227
CMYK 3 2 0 11
HEX #DCDFE3

Tmavě šedá

RGB 34 34 34
CMYK 0 0 0 87
HEX #222222

Krémově žlutá

RGB 255 247 215
CMYK 0 3 16 0
HEX #FFF7D7

Ušetřeno gradient

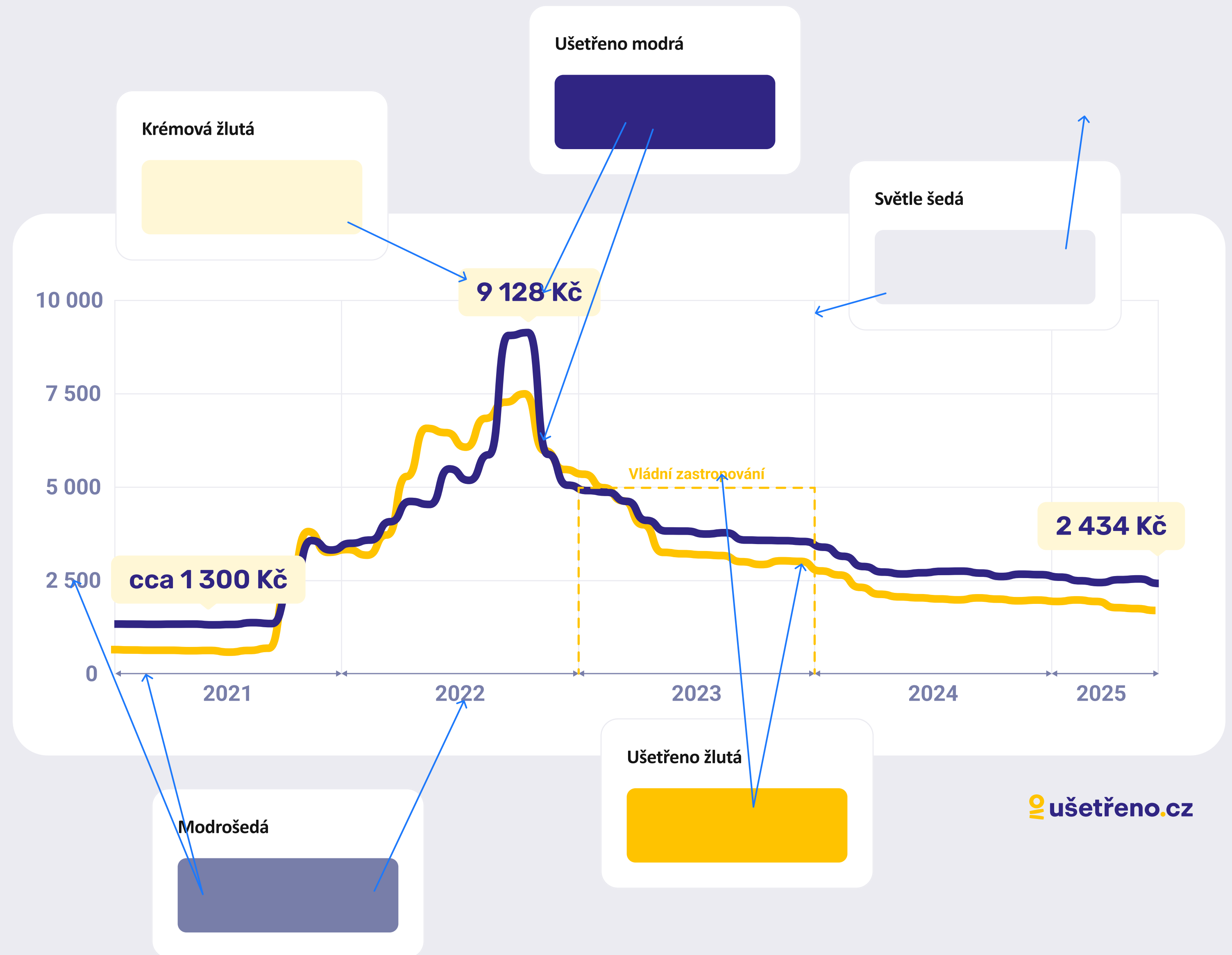
Ušetřeno modrá
Inkoustová

Příklady použití barev

Primární barvy Ušetřeno.cz (modrá a žlutá) mají v komunikaci vždy hlavní roli.

Doplňkové barvy paletu podporují, ale nikdy ji nepřebíjejí. Používáme je střídmě, zejména pro ilustrace, infografiky a podkladové prvky.

Pro zajištění čitelnosti a přístupnosti je nutné dbát na dostatečný kontrast mezi textem a pozadím. Vizuální identita Ušetřeno.cz proto staví na jednoduchých a jasných kombinacích.



Primární font – Rubik

Hlavním fontem značky Ušetřeno.cz je **Rubik**. Používáme jej pro nadpisy, titulky, claimy a veškerá klíčová sdělení. Je moderní, dobře čitelný a díky svému přátelskému charakteru podporuje náš brandový tón – férový, lidský a spolehlivý.

Rubik se používá v několika řezech: Regular, Medium, Semibold a Bold. Vizuální hierarchie je definována rozdílnou velikostí, prostorem a kontrastem.

Konzistentním použitím Rubiku zajišťujeme, že naše komunikace je jednotná a snadno rozpoznatelná.

A sample of the Rubik Regular font, showing the letters 'Aa' in a clean, modern, sans-serif style.

Rubik

Regular

A sample of the Rubik Medium font, showing the letters 'Aa' in a slightly bolder, clean, modern, sans-serif style.

Rubik

Medium

A sample of the Rubik Semibold font, showing the letters 'Aa' in a bold, clean, modern, sans-serif style.

Rubik

Semibold

A sample of the Rubik Bold font, showing the letters 'Aa' in a very bold, clean, modern, sans-serif style.

Rubik

Bold

Sekundární fonty – Open Sans a Calibri

Doplňkovým fontem značky Ušetřeno.cz je **Open Sans**.
Používáme jej zejména pro delší texty, odstavce a online obsah, kde je důležitá maximální čitelnost.

Open Sans je neutrální, moderní a dobře dostupné písmo, které přirozeně doplňuje charakter hlavního fontu Rubik. Je součástí většiny systémů a webových platforem, takže zaručuje vizuální konzistenci i tam, kde není možné použít brand fonty.

Pro interní dokumenty a prezentace (například v MS Office prostředí), kde není dostupný Rubik ani Open Sans, doporučujeme použít Calibri.

Aa

Open Sans

Light

Aa

Open Sans

Regular

Aa

Open Sans

Semibold

Aa

Open Sans

Bold

Aa

Calibri

Regular

Aa

Calibri

Medium

Aa

Calibri

Semibold

Aa

Calibri

Bold

Typografická hierarchie

Pro konzistentní a profesionální vizuální komunikaci definujeme jasnou hierarchii textů. Rubik používáme pro nadpisy a klíčová sdělení, Open Sans pro delší texty a body copy.

Díky kombinaci velikostí, řezů a prokladů zůstává komunikace přehledná, čitelná a uživatelsky přívětivá.

Kompletní hierchie je definována v našem design systému.

Style name	Font size	Sample
Display 1	96	Typography
Display 2	72	Typography
Display 3	64	Typography
H1	48	Typography
H2	44	Typography
H3	40	Typography



Povinné ručení

Vážený kliente,

děkujeme Vám za vyplnění formuláře a za odeslání žádosti o uzavření pojistné smlouvy č. návrhu **123456789**, která byla úspěšně přijata a zpracována.

Vaše smlouvy můžete také spravovat přes klientskou zónu "[KLIENTSKÁ ZÓNA](#)". Heslo jsme Vám zaslali na e-mailovou adresu při sjednání první pojistné smlouvy.

Dočasnou zelenou kartu (doklad o pojištění) s platností na 2 měsíce naleznete v příloze tohoto e-mailu. Po zaplacení pojistného ve stanoveném termínu Vám zašle pojišťovna zelenou kartu s platností na 1 rok.

Pro platnost Vaší pojistné smlouvy je nezbytné uhradit první pojistné nejpozději do 15 dnů od počátku pojištění, tedy do **18.06.2024**



Pro úhradu pojistného využijte následující způsoby:

QR kód, který naleznete v příloze platební údaje, nebo **bezhotovostní převod** na bankovní účet pojišťovny:



- číslo účtu: 700000002/0800
- var. symbol: 123456789
- suma: 3.773 Kč

Pravidla pro psaní textu VERZÁLKAMI a mínuskami (SOME a PAID)

Typografie je jedním z nejsilnějších nástrojů brandu.

Práce s velikostí a formou písma pomáhá rozlišit hierarchii sdělení – co má být vidět první a co doplňuje myšlenku.

Verzálký

Používáme pro nosný text vizuálů – tedy hlavní sdělení, CTA nebo slogan. Text psaný VERZÁLKAMI zvyšuje důraz a vytváří silný vizuální prvek.

- Hlavní headline, CTA, název produktu
- Klíčová sdělení v kampaních
- Slogan: „UŠETŘENO KAŽDÝ DEN“

Mínusky

Používáme pro sekundární texty, které doplňují texty ve Verzálkách.

- Doplňující sub-headlines
- Copy texty
- kreativní textové doplnění myšlenky
- Dovysvětlující texty

Pravidla pro psaní disclaimerů

Disclaimery musí být dostatečně viditelné a nesmí být výrazně menší než hlavní text. Preferovaná velikost je stejná jako hlavní text.

Pokud je nutné použít menší velikost, držíme se následujícího pravidla:

- **při hlavním textu 12 pt → disclaimer min. 10 pt** (u některých fontů může být přípustné 9 pt)
- **při hlavním textu 10 pt → disclaimer min. 9 pt** (8 pt je v tomto případě absolutní minimum pro čitelnost, pouze ve výjimečných případech s vysokým kontrastem a kvalitním tiskem, např. na A5)

Další zásady

1 Kontrast

Text musí být dobře čitelný, žádné světlé šedé na bílém; doporučený kontrast min. 4.5:1.

2 Styl

Vyhnout se extrémně tenkým řezům; italika je možná, ale ne jako jediný způsob odlišení.

3 Řádkování

Minimálně 120 % velikosti písma.

4 Umístění

Disclaimer musí být v bezprostřední blízkosti obsahu, ke kterému se vztahuje, ne schovaný v zápatí.

4 Oddělení

Případně jemná oddělovací linka nebo čistá provazba – na uvážení grafika a respektující zásady tohoto manuálu.

Hlavní text 12 pt + disclaimer 10 pt

Zdroj dat k 30. 9. 2025: ČSOB Pojišťovna

Tento propagační materiál má pouze informační charakter a nelze jej považovat za návrh na uzavření pojistné smlouvy ani za doporučení konkrétního produktu. Před sjednáním pojištění je nutné seznámit se s pojistnými podmínkami, posoudit vhodnost produktu vzhledem k Vaším potřebám a finanční situaci. Poskytovatelem produktu je ČSOB Pojišťovna, a. s., člen skupiny ČSOB. Podrobné informace o rozsahu krytí, výlukách a poplatcích naleznete v pojistných podmínkách dostupných na www.csobpoj.cz nebo prostřednictvím našeho operátora.

Hlavní text 10 pt + disclaimer 9 pt

Zdroj dat k 30. 9. 2025: ČSOB Pojišťovna

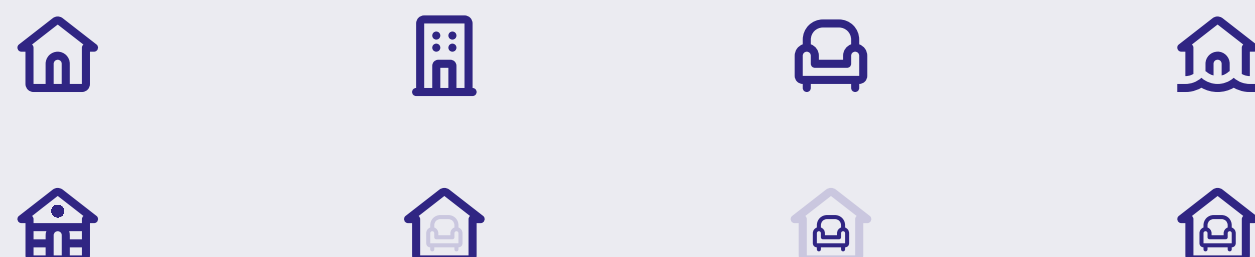
Tento propagační materiál má pouze informační charakter a nelze jej považovat za návrh na uzavření pojistné smlouvy ani za doporučení konkrétního produktu. Před sjednáním pojištění je nutné seznámit se s pojistnými podmínkami, posoudit vhodnost produktu vzhledem k Vaším potřebám a finanční situaci. Poskytovatelem produktu je ČSOB Pojišťovna, a. s., člen skupiny ČSOB. Podrobné informace o rozsahu krytí, výlukách a poplatcích naleznete v pojistných podmínkách dostupných na www.csobpoj.cz nebo prostřednictvím našeho operátora.

Ikongrafie

Ikony jsou podpůrným vizuálním prvkem značky Ušetřeno.cz. Na webu a v aplikacích používáme ikony primárně vycházející z MUI ve verzi „Rounded“, které zajišťují jednotný styl a dobrou čitelnost v digitálním prostředí.

Vedle standardních Material Design ikon používáme také ručně kreslené, upravované nebo zakoupené ikony, které vznikají jako doplňkový set pro specifické oblasti našeho byznysu.

Tyto ikony pomáhají vizuálně odlišit jednotlivé kategorie služeb a produktů, kde běžné systémové ikony nestačí nebo nejsou v MUI dostupné v celém rozsahu. Příkladem jsou stránky o pojištění majetku, kde pracujeme s ikonami domu, bytu nebo rekreačního objektu. ↓



Browse through the icons below to find the one you need. The search field supports synonyms—for example, try searching for "hamburger" or "logout."

Filter the style

🔍 Search icons...

2,144 matching results



Tone of Voice – jak mluví značka

Stejně jako vizuální identita definuje, jak značka vypadá, Tone of Voice určuje, jak mluvíme.

Naše komunikace musí být lidská, férová a vždy srozumitelná. Pomáhá nám budovat důvěru a odlišuje nás od konkurence.

Charakter značky:

- Přátelská, lidská a empatická.
- Férová a důvěryhodná.
- Odborná, ale ne povýšená.
- Optimistická a podporující.

Základní principy

✓ Přístupnost a srozumitelnost

Texty jsou psané lehkým, lehce formálním stylem. Používáme jednoduché a srozumitelné věty, které mají přiblížit značku běžnému uživateli.

✓ Přátelskost a lidskost

Oslovujeme uživatele, snažíme se vžít do situací, které řeší v běžném životě. Značka chce být „kamarádem, který rozumí problémům svých zákazníků a umí jim poradit“. Nestavíme se nad zákazníka, mluvíme s ním jako s rovnocenným partnerem.

✓ Konzistence a jednotnost

Naše komunikace je napříč různými kanály jednotná, komunikujeme jednotná fakta.

✓ Pozice rádce

Lidem produkty nenutíme, nevyvíjíme nátlak na sjednání produktů, ale vystupujeme v pozici rádce, který lidem chce pomoci s šetřením financí a má k tomu patřičné know-how.

✓ Opíráme se o znalostní báze a know-how specialistů

Při komunikaci informací o jednotlivých produktech vycházíme ze znalostí produktových specialistů, čímž sdělením dodáváme na důvěře.

✓ Praktičnost a přidané hodnoty

Každý příspěvek končí jasným benefitem pro zákazníka: „ušetříte tisíce“, „slevy až 60 %“, „sjednáte do 5 minut“. To zdůrazňuje efektivitu služby.

✓ Důvěryhodnost a serióznost

Při komunikaci se opíráme se o stabilní zázemí skupiny ČSOB, stejně jako o zkušenosti svých zákazníků. Při používání číselných informací vycházíme z aktuálních dat (např. XY prodaných pojištění, 5000 Kč roční úspora na elektřině).

✓ Interní vs. externí

V komunikaci a jejím stylu rozlišujeme mezi komunikací vně a uvnitř firmy.

✓ Krizová komunikace

Krizové komunikaci se nevyhýbáme, problémy proaktivně, otevřeně a empaticky řešíme. I při komunikaci nepříjemných situací jsme transparentní.

 ušetřeno.cz
člen skupiny ČSOB