

Telly/

brand manuál **2026**

To koukáte



Úvod Telly

Tento Brand manuál vysvětluje, co je Telly a jak má naše značka působit navenek. Najdete v něm jasná pravidla pro vizuální styl, tón komunikace i přístup k zákazníkům. Popisuje hodnoty, jak chceme být vždy blízko lidem, kteří nás sledují, a ukazuje, jak všechny tyto principy přenést do každodenní praxe.

Díky jasným pravidlům pro komunikaci, design i produkt se Telly stává srozumitelnou, přístupnou a nezměnitelnou značkou.



Telly

Seznamte se s Telly

Telly je moderní česká internetová televize, u které je na prvním místě stabilita a jednoduchost. Nabízíme **přes 130 kanálů nabitých prémiovým sportem, filmy, seriály i dokumenty**. S Telly se televizi nepřizpůsobujete vy, ale ona vám – díky 7 dennímu archivu, přeskokování reklam a prostoru pro 100 hodin nahrávek vám už nic neuteče.

Jsmo **česká značka** s dlouhou tradicí, která si zakládá na férovém přístupu a špičkové péči o zákazníky. Sledovat nás můžete na čemkoliv, od chytré televize přes mobil až po web či herní konzoli. Zábavu tak máte po ruce **kdykoliv a kdekoliv**.



Příběh značky

Náš příběh začal v roce 2006 pod názvem DIGI TV, kdy jsme nabízeli zábavu přes satelit a získávali první věrné diváky. Postupně jsme rozšířili programovou nabídku a přidali chytré funkce, díky kterým vám už nic neuteče. **Od roku 2020 nás znáte pod jménem Telly.**

Nahrávání pořadů, 7denní archiv, sledování i mimo obývací pokoj, pauza nebo přetáčení patřily mezi vychytávky, které jsme přinesli mezi prvními a které dnes berete jako samozřejmost.



Naše vize

Být **nejdoporučovanější** první volbou pro televizní zábavu, která je spolehlivá, jednoduchá a dostupná na pár kliknutí.

Naše mise

Přinášíme kvalitní televizní zábavu do každé domácnosti.

Jednoduše, spolehlivě a bez zbytečných překážek.

Rozumíme našim divákům, a proto obsah pečlivě vybíráme tak, aby si každý rychle našel to, co ho baví, od sportu přes filmy až po seriály.



Slogan a jeho role



„**To koukáte**“ je **hlavní brandový slogan Telly** a funguje jako krátká, sebevědomá a hravá věta, která vystihuje charakter celé značky. Vyjadřuje moment překvapení, radosti a lehkého pobavení, přesně ten pocit, který chceme, aby lidé měli pokaždé, když narazí na Telly.

Pracuje s dvojím významem, tedy upozorňuje na silné stránky služby („na toto se opravdu můžu koukat“) a zároveň v emocionální rovině podporuje strategické sdělení, že pro diváky děláme víc.

Slogan funguje jako podpis pod jakékoliv sdělení. Sjednocuje kampaně, pomáhá držet konzistentní tonalitu a nastavuje rámec, ve kterém se Telly prezentuje: moderně, odlehčeně, ale s reálnými benefity, které překvapí. Nepřebíjí obsah, ale dodává mu charakteristický „aha“ moment, díky kterému je značka zapamatovatelná a jasně odlišitelná od konkurence.

To koukáte



Target group

Naši zákazníci nejsou jen čísla v tabulkách. Jsou to **skuteční lidé**, jejich každodenní příběhy, zvyky a malé rituály. Chvilky, kdy se naše služba stává nepostradatelnou.

Rozdělení zákazníků:

1. Rodiny

Jsou to domácnosti, kde se střídá dětský smích s pláčem u večerního romantického filmu. **Rodiče ve věku 35–55 let** hledají službu, která zvládne uspokojit všechny členy rodiny. **Od nejmenších dětí až po prarodiče.** Hledají jednoduché ovládání, širokou nabídku a možnost sledovat na více zařízeních.



2. Sportovní fanoušci

Mají svůj svět plný adrenalinu, statistik a velkých výkonů. Jsou to především **muži ve věku 35–45 let**, kteří žijí pro sport. Ať už jde o **UFC, Evropský fotbal, ATP, F1, MotoGP nebo cyklistiku**. Vědí, kdy a kde se hraje, a nechtějí zmeškat jediný rozhodující moment. Sledují živé přenosy i záznamy, vyhledávají exkluzivní obsah a očekávají stoprocentně stabilní přenos, aby se mohli dívat kdykoliv a kdekoliv.



3. Individuální uživatelé

Do této skupiny patří ti, kteří si chtějí užít svůj čas přesně podle sebe. Mohou to být **mladší lidé žijící sami či studenti**, kteří chtějí sledovat svůj oblíbený seriál u večere nebo stihnout zápasy svých oblíbených týmů. Často ale sledují obsah na cestách, v mobilu či notebooku, a oceňují flexibilitu i dostupnost v celé EU.



Čím je Telly unikátní

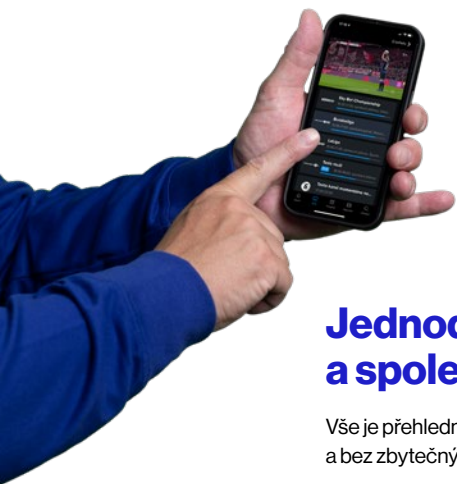
Víme, že jsme menší, než velcí hráči na trhu. A právě to je naší hlavní výhodou. Jsme menší a proto musíme makat víc pro naše zákazníky. Jsme flexibilnější v rozhodování a inovacích a divákům zajišťujeme stabilní podívanou plnou prémiového obsahu.

Jak se odlišujeme od konkurence:

1. **Diváci jsou na 1. místě** - Nasloucháme jim, chápeme je a jsme jim blízko. Každý hovor, chat nebo email řeší skutečný člověk, který zná Telly i zákazníka a problémy dokáže vyřešit hned a bez čekání.
2. **Signál drží fest** - Díky kvalitním technologiím zajišťujeme spolehlivou a stabilní podívanou, která dlouhodobě drží na 99,95 % plynulého provozu bez výpadků.
3. **Skvělé filmy, seriály i sport** - Přinášíme výběr toho nejlepšího obsahu na trhu, který má hlavu a patu. Od filmových trháků až po prémiové sporty, které jinde často nenajdete.



Naše hodnoty



Jednoduchost a spolehlivost

Vše je přehledné, dostupné a bez zbytečných komplikací.

Široký výběr filmů a seriálů

Tisíce pořadů dostupných kdykoliv podle vašeho času a nálady.

Stabilita

internetová televize, na kterou se můžete spolehnout.



Diváci na 1. místě

Kvalitní, rychlá a lidská péče přes telefon, e-mail, chat i sociální sítě.



Flexibilita sledování

Možnost přetáčet reklamy, zpětně přehrávat pořady nebo je nahrávat na 30 dní a to na televizi, mobilu, tabletu nebo PC.

Prémiový sport

Bohatá nabídka prémiových sportovních přenosů (Liga mistrů UEFA, Evropské poháry, Formule 1, UFC, OKTAGON).



Česká značka

Rozumíme svému publiku a stavíme vše s důrazem na reálné potřeby lidí.

Tone of Voice

Telly mluví **lidsky, jednoduše, přímo a bez prázdných frází**. Drží si přátelský, moderní tón, který je profesionální, ale ne suchý. Humor používáme tam, kde dává smysl, aby zákazník přesně pochopil, co od Telly získá. Chceme překvapit, potěšit nebo pobavit a nechat lidi říct si: **“To koukám.”**

Kdo je Telly, kdyby byl člověk:

Telly je charismatický, pohodový parťák, který se vyzná v televizním světě. Vždy vás zabaví, nikdy nezkazí důležitý moment, rád vám poradí a postará se, aby zábava jela bez záseků.



Jak mluvíme:

- Přátelsky a lidsky, na jedné vlně s diváky
- Neformálně, ale s respektem, oslovujeme jménem, vykáme
- Jednoduše, srozumitelně a s přirozeným rytmem
- Benefity vysvětlujeme prakticky, co a proč to zákazníkovi usnadní
- Pohotově, s lehkým humorem a vždy s ochotou pomoci



Jak nemluvíme:

- Stroze, chladně, roboticky
- Sarkasticky, přezíravě nebo rádoby vtipně
- Příliš technicky, složitě nebo přehnaně trendy
- Odmitavě či pasivně
- Příliš reklamně s prázdnými superlativy a sliby bez obsahu

1

Logo

2

Barevná paleta

3

Typografie

4

Tvary a grafické prvky

5

Tvář Telly

6

Brand v praxi

1

Telly

Logo Safe Zone

Ochranná zóna určuje minimální prostor, který musí zůstat volný kolem loga. Do této oblasti nesmí zasahovat žádný text, jiné logo ani žádný grafický prvek.

Zároveň definuje i nejmenší vzdálenost loga od okraje formátu, na který je značka aplikována.

Velikost ochranné zóny je stanovena jako **dvojnásobek šířky tahu písmene „l“** použitého ve slově Telly.



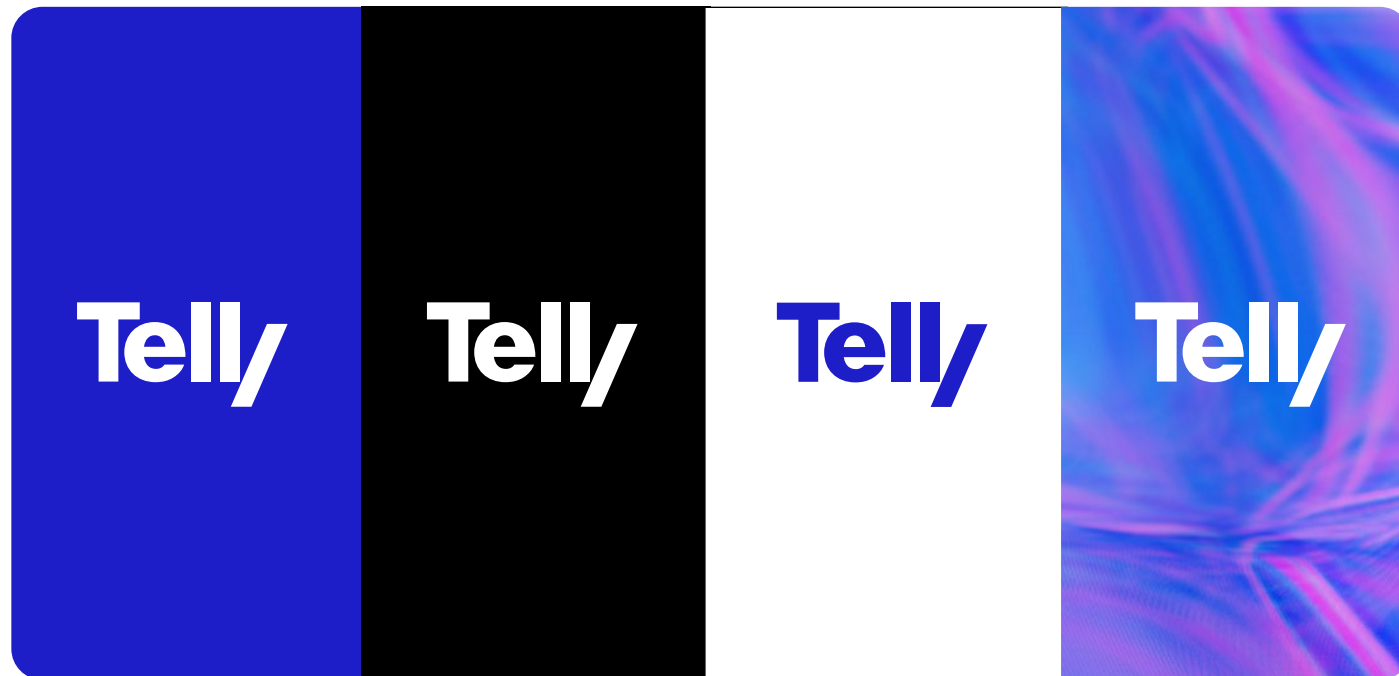
Podkladová plocha

Kombinace barevných variant loga jsou navrženy tak, aby odpovídaly základním a doplňkovým barvám vizuálního stylu značky a jsou závazné pro použití.

Základní pravidlo pro výběr provedení:

- Pokud je podklad tmavý (opticky tmavší než 40% černé), používá se negativní varianta loga (bílé logo).
- Pokud je podklad světlý, používá se pozitivní varianta loga (barevné logo na světlém pozadí).

Tato pravidla platí i pro použití na fotografiích nebo texturovaných podkladech. **Zajištění dostatečného kontrastu a čitelnosti loga je vždy prioritou.**



Negativní provedení

Negativní provedení

Pozitivní provedení

Negativní provedení

Minimální velikost

Dodržení minimální velikosti **zajišťuje čitelnost a bezchybnou reprodukci značky**. Použití loga pod touto velikostí není povoleno, protože by mohlo dojít ke ztrátě jeho vizuální integrity.

Rozlišujeme dvě základní minimální velikosti podle způsobu použití:

- **40 mm** – základní velikost značky (pro běžné použití)
- **30 px** – minimální velikost loga na obrazovkách
- **7 mm** – minimální velikost loga pro tisk

Hodnoty jsou uváděny v milimetrech (mm) pro tisk a pixelech (px) pro digitální použití.



40 mm Základní velikost značky



30 px Minimální velikost značky pro obrazovku



7 mm Minimální velikost značky pro tisk

LOGO

Sledujte ŽIVĚ

Toto doplňkové logo **používáme ve vizuálech, které zákazníci přímo vybízejí ke sledování konkrétního pořadu, zápasu nebo turnaje v reálném čase**. Slouží jako **výrazný call to action** v rámci sportovní nebo programové komunikace.

Na rozdíl od ostatních prvků vizuální identity je zde **záměrně použito tykání**, které podtrhuje přímý a neformální tón výzvy. Tento styl pomáhá vytvářet bližší vztah se sledujícím a podporuje emocionální zapojení.

Logo se používá pouze v jasně definovaných situacích, **nenahrazuje hlavní značku Telly** a mělo by být vždy aplikováno **v souladu s pravidly ochranné zóny a kontrastu**.



LOGO

Telly Partner

Značku tvoří nápis „Telly“ a podtitul „PARTNER“ vysázený z verzálek písma Neue Haas Grotesk Display Pro Regular. Nápis je zarovnán s vertikálním tahem písmene „T“ a spodní dotažnici znaku „y“.

Toto provedení loga je preferovanou variantou pro veškeré aplikace. Tato tvarová varianta je výchozí pro všechny aplikace značky. Dané poměry velikosti a kompozice prvků značky jsou závazné a není dovoleno je měnit.

Značka využívá paletu základních barev a má následující barevná provedení, která umožňují aplikaci na jakoukoli podkladovou plochu. Není dovoleno vytvářet jiná barevná provedení.



2

1.2.1

Barevná paleta

Hlavní barvy



Hlavní barevná paleta vychází z charakteru značky – **moderní, energické a sebevědomé**. Barvy jsou výrazné a snadno zapamatovatelné, ať už se značka prezentuje online nebo offline. **Telly Blue je primární barvou značky**, doplňují ji neutrální Telly Black a Telly White pro dosažení vizuální vyváženosti a flexibility v aplikaci.

Fólie

Telly Blue

Fólie lesklá Avery 539 EG

Fólie matná Avery 539 EM

Fólie průhledná 3M Scotchdal Translucent 3630-157 (P288c)

Telly Black

Fólie lesklá Avery 502 EG

Fólie matná Avery 502 EM

Telly White

Fólie lesklá Avery 501 EG

Fólie matná Avery 501 EM

Telly Blue

#1e1ec8 HTML
30/30/200 RGB
100/80/0/0 CMYK
2736 C/U Pantone
5002 RAL

Telly Black

#000000 HTML
0/0/0 RGB
30/20/10/100 CMYK
Process Black C/U Pantone
9005 RAL

Telly White

#ffffff HTML
255 / 255 / 255 RGB
0/0/0/0 CMYK
Process Black C/U Pantone
9003 RAL

Doplňkové barvy

Doplňkové barvy rozšiřují vizuální jazyk značky o výrazné akcenty, které pomáhají rozlišovat obsah a typ sdělení.
Každá z barev má své specifické využití:

- **Telly Pink Red** – hlavní barva pro zvýraznění slev, akcí, a cen. Působí výrazně a přitahuje pozornost
- **Telly Red** – používá se převážně pro kategorii RED (erotický obsah)
- **Telly Turquoise** a **Telly Signal Green** – obě barvy se používají zejména pro sportovní obsah. Vyvolávají pocit pohybu, energie a dynamiky.
- **Telly Yellow** – slouží především pro označení cen (stickery) a pro živé vysílání. Je jasná, energická a dobře poutá pozornost.
- **Telly Azure Blue, Telly Pink** – slouží jako podpůrné akcenty pro grafické odlišení kategorií a zvýraznění, vždy s ohledem na čitelnost a kontext.

Použití doplňkových barev by mělo být vždy vyvážené a v souladu s celkovou kompozicí.

Telly Pink Red #ff005a 255 / 0 / 90 0/95/55/0 185 C/U 3020 HTML RGB CMYK Pantone RAL	Telly Azure Blue #0096fa 0 / 150 / 250 80/25/0/0 299 C/U 5015 HTML RGB CMYK Pantone RAL	Telly Turquoise #00c8a0 0 / 200 / 160 65/0/45/0 3265 C/U 5018 HTML RGB CMYK Pantone RAL
Telly Red #d3171c 211/23/28 9/99/96/2 200 C 3020 HTML RGB CMYK Pantone RAL	Telly Signal Green #8eeb00 142/235/0 45/0/85/0 802 C/U 6038 HTML RGB CMYK Pantone RAL	Telly Yellow #ffd60b 255/214/11 1/14/92/0 109 C 1023 HTML RGB CMYK Pantone RAL

Fólie		
Telly Pink Red	Fólie lesklá	Avery 763 Regal Red
Telly Azure Blue	Fólie lesklá	Avery 784 Sky Blue
Telly Turquoise	Fólie lesklá	Avery 712 Cactus Green
Telly Red	Fólie lesklá	Avery Dennison 715 Cyclamen
Telly Signal Green	Fólie lesklá	Avery 714 Lime
Telly Yellow	Fólie lesklá	Avery Dennison SWF Gloss

3

Základní písmo

Primárním písmem značky je **Neue Haas Grotesk Display Pro**. Pro titulky doporučujeme využívat řez **Display**, pro delší texty řez **Text**, který se liší především mezerováním (trackingem) a je lépe čitelný v odstavcích.

Pokud není možné použít toto písmo – například ve webových prezentacích nebo dokumentech Office – lze jej nahradit fontem **Helvetica Regular** a **Helvetica Bold**. V krajním případě je náhradní volbou **Arial Regular** a **Arial Bold**.

Písmo Neue Haas Grotesk je dostupné přes Adobe Fonts a je součástí balíčku Adobe Creative Cloud.

Neue Haas Grotesk Display Pro

95
75
65

Black
Bold
Medium

55
45

Roman
Light

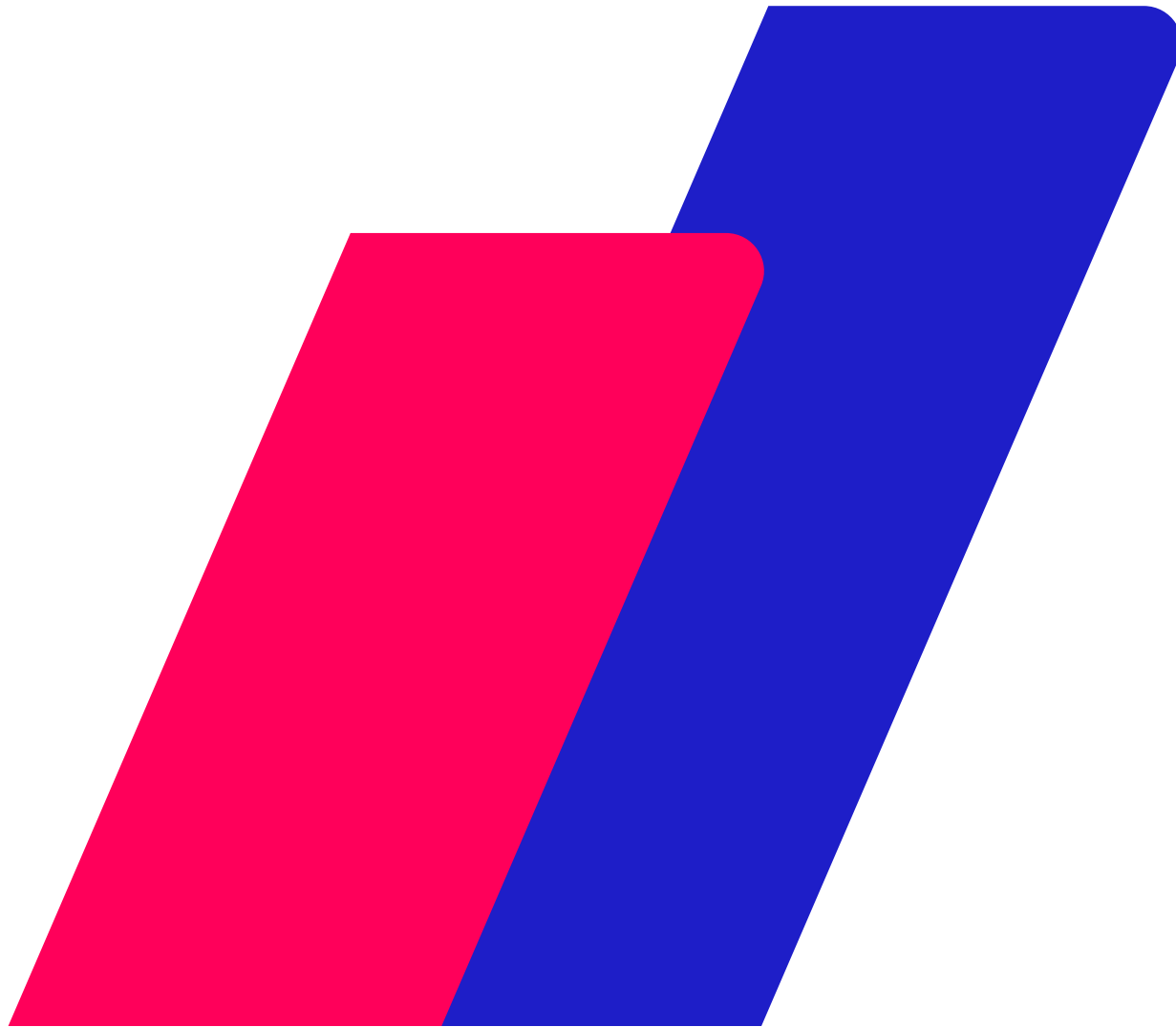
4

Šikmé tvary

Šikmé tvary jsou výrazným vizuálním prvkem, který **pomáhá budovat zapamatovatelný charakter značky Telly a odlišit se od konkurence**. Používáme je zejména v reklamních a propagačních materiálech jako dynamický grafický motiv.

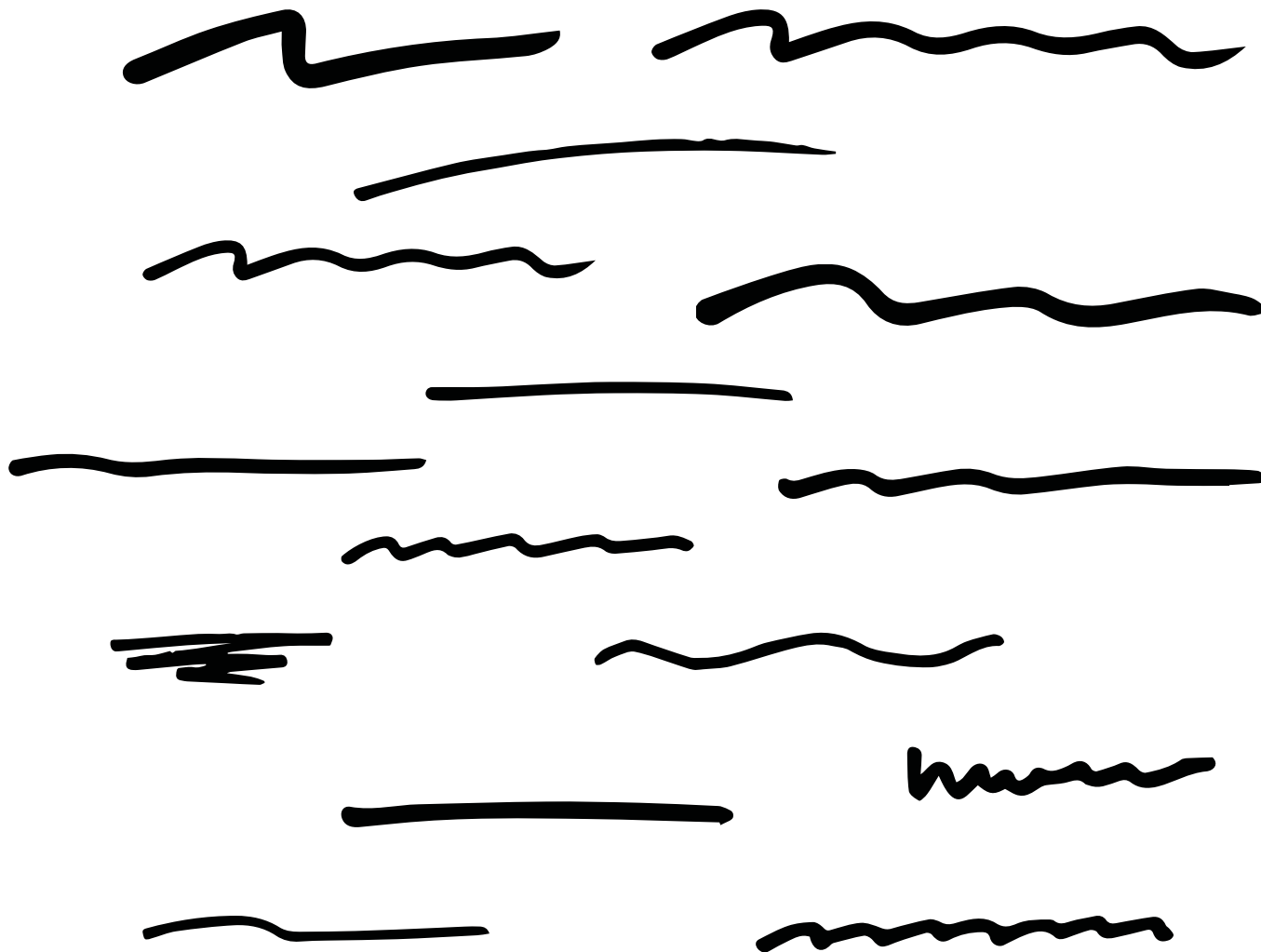
Objevují se převážně v barvách Telly Blue, Telly Red nebo Telly Turquoise, případně jako jemné obrysové nebo průhledné plochy na pozadí.

Využití najdou v bannerech, kampaních, tiskovinách, online komunikaci i newsletterech.



Kreslené podtržítka

Ručně kreslené podtržítka **slouží k vizuálnímu zvýraznění klíčových slov nebo sdělení**. Používáme je **střídmě**, především tam, kde chceme **upoutat pozornost nebo dodat sdělení osobitost a lehkost**. Jsou nedílnou součástí vizuální identity a pomáhají komunikaci značky dodat **lidiskost a energii**.



Rovné tvary

Dalším typickým prvkem vizuální identity Telly jsou rovné tvary se zaobleným levým horním a pravým dolním rohem. Tento charakteristický střih **dodává prvkům dynamiku a osobitost**. Využíváme je především pro **CTA prvky (call to action)**, **tlačítka** a **vizuální zvýraznění akcí, slev či čísel**.

Barevnost vychází z palety značky – dominantní jsou odstíny Telly Blue, Red a White, případně doplňkové akcentní barvy.



Ukázka tvarů



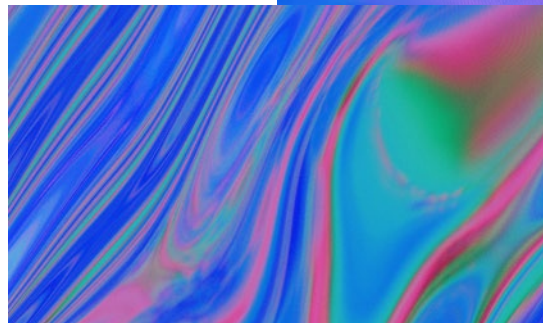
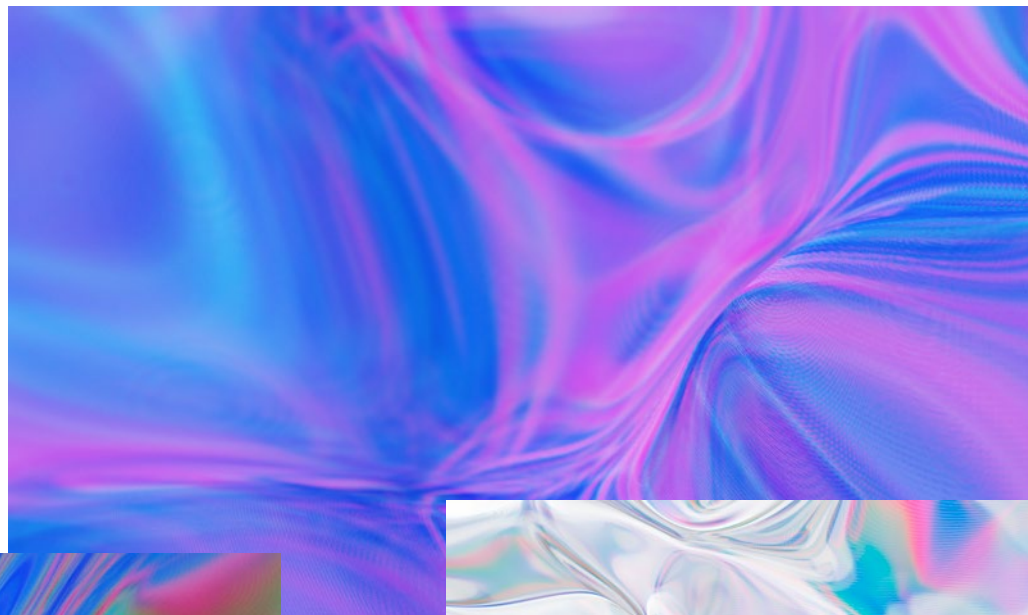
Ukázka tvarů v buttonech



Sticky

Grafické textury

Grafické textury slouží jako jemný vizuální efekt, který dodává grafice hloubku a charakter. V současné vizuální identitě značky Telly se **používají omezeně a především v pozadí, často s nižší krytostí** (průhledností). Jejich hlavní rolí je oživit plochy v Telly Blue nebo Telly White a dodat kompozici moderní a lehce hravý nádech, aniž by rušily hlavní sdělení.



5

Michal Isteník

tvář Telly.cz

Herec Michal Isteník je **symbolem pohody, humoru a autentičnosti** – přesně takových hodnot, na kterých stojí i Telly. Jeho civilní vystupování, obliba sportu a schopnost bavit bez přehnané stylizace z něj dělají **ideálního průvodce naším světem televizní zábavy**.

V kampaních Telly vystupuje jako **mistr převleků, šilených nápadů a překvapení**, který nám zábavnou formou komunikuje radost a nadšení z toho, jak se staráme o naše zákazníky a co všechno pro ně děláme.



Jiří Procházka

ambasador
sportovního obsahu Telly.cz

Jiří „BJP“ Procházka je ztělesněním **odhodlání, disciplíny a sportovní vášně** – hodnot, které Telly sdílí se všemi fanoušky sportu. Jako elitní zápasník a mistr světa v MMA přináší do komunikace značky energii, autenticitu a respekt k výkonu.

V roli ambasadora **reprezentuje především sportovní nabídku Telly se zaměřením na bojové sporty**. Pomáhá nám oslovit diváky, kteří chtějí víc než jen sledovat – **chtějí prožívat**.

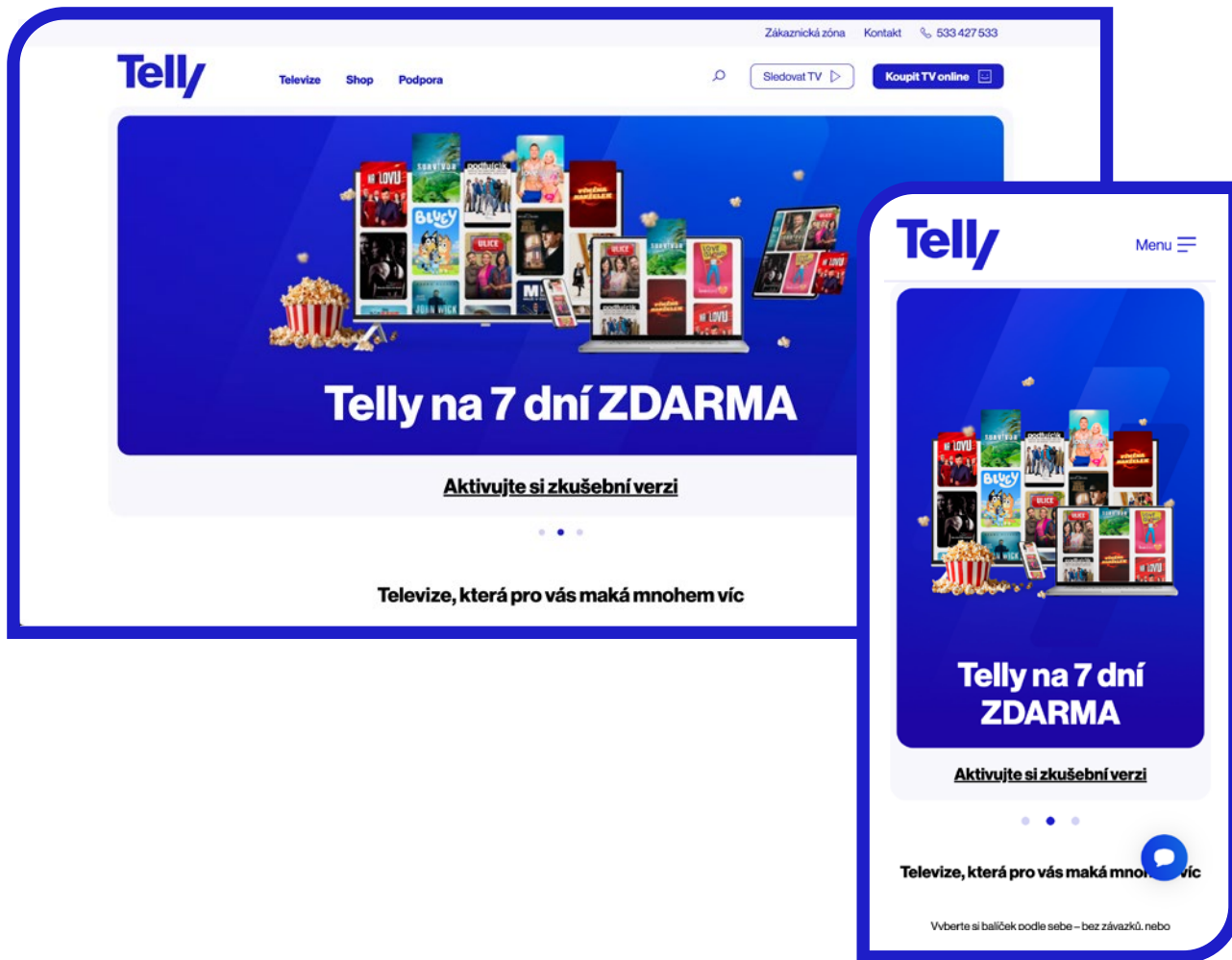


6

Brand v praxi

Dobře navržená značka nestačí – aby skutečně fungovala, musí být **správně a konzistentně používána v každodenní komunikaci.**

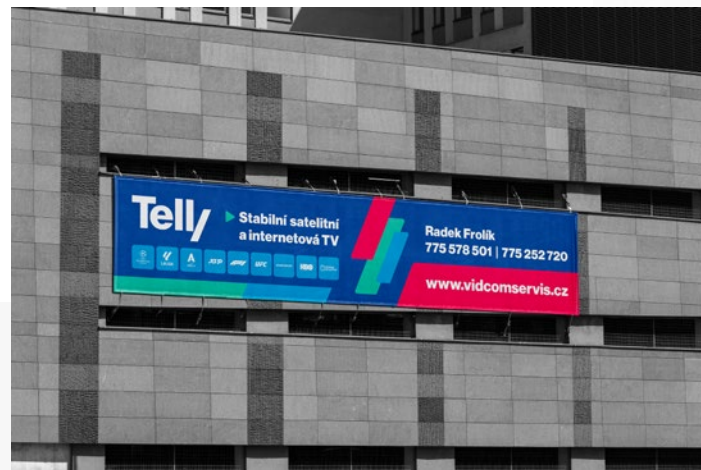
Na následujících stránkách ukazujeme, **jak vizuální styl Telly ožívá v praxi** – napříč webem, kampaněmi i dalšími formáty.



1.6.2

Brand v praxi

Tištěné a fyzické materiály



1.6.3

Brand v praxi

Předplacené karty



1.6.4

Brand v praxi

Marketingové a propagační materiály

**Nekonečné
filmové maratony**



Vyzkoušet zdarma ▶

**DVA KRÁT
VÍCE ZÁBAVY**



Telly
To koukáte

**TELEVIZNÍ PROGRAM
VŽDY PO RUCE**



**Přes
100 TV
kanálů**

Telly

To koukáte!

**Fanděte živě z obýváku
jako na stadionu**



**20
sportovních
kanálů**

To chci vidět ▶

Telly

**ŠŤASTNÉ
a Tellyvizní
To koukáte**



Telly

**1+1
ZDARMA**

Brand v praxi



Sabina Vilimová

Gratulujeme!

Předplatné je aktivní a vy můžete sledovat to nejlepší z Telly

Kde můžete sledovat?



Veškerý obsah

Sledujte TV obsah, kdykoliv přistoupíte ke svým profilům

Začít sledovat ▶



Mobilní aplikace (Android a Apple)

Stáhněte si Telly aplikaci z App Store nebo Google Play a přistupujte ke profilu svého mobilního telefonu






Smart TV Samsung, LG, VIDAA

Instalujte Telly aplikaci v obchodě s tví smart TV. Pro přehled zadejte přístrojové číslo vybraného televizoru

1

1

1

1

1

1

Vše přístrojové číslo a televizor





533.497.533

info@telly.cz

© 2024 | Telly s.r.o., člen skupiny LAMA ENERGY GROUP | Všechna práva vyhrazena.




[illegible]

Telly/

děkujeme

případné otázky posílejte na
sabina.vilimova@telly.cz