LET GROW

IDENTYFIKACJA WIZUALNA

Księga *znaku*

Zasady używania logo, kolorów, typografii i grafiki marki LetGrow. Dla zespołu, drukarni, podwykonawców i wszystkich, którzy tworzą coś pod naszym znakiem.



Wersja 1.2 · listopad 2026 · letgrow.pl

SPIS TREŚCI

Co znajdziesz w *księdze*

01

Logo

Budowa znaku, wersje kolorystyczne, sygnet, pole ochronne, minimalne rozmiary, tła i najczęstsze błędy.

02

Kolor i typografia

Paleta główna i pomocnicza z wartościami do ekranu i druku, proporcje kolorów, kroje pisma i hierarchia tekstu.

03

Grafika i zastosowania

Elementy graficzne, styl zdjęć, materiały firmowe, oznakowanie oraz przykłady dobrych i złych kreacji.

Agencja, która *rośnie* razem z klientami

LetGrow to agencja marketingowa z siedzibą w Szczecinie, pracujemy z firmami z całej Polski. Prowadzimy kampanie Google Ads i Meta Ads, pozycjonujemy strony, projektujemy strony internetowe i dbamy o spójną komunikację marek. Nazwa mówi, o co chodzi: pozwolić firmie rosnąć.

Księga znaku pilnuje, żeby LetGrow wyglądał tak samo na stronie, w reklamie, w ofercie i na kubku w biurze klienta.

Jak mówimy

- Konkretnie: liczby, wyniki, terminy zamiast obietnic.
- Prostym językiem, bez branżowego żargonu.
- Po partnersku, bez nadęcia i bez wykrzykników.

Jak wyglądamy

- Czerń i krem jako baza, żółty jako akcent.
- Dużo powietrza, mocne nagłówki, krótkie akapity.
- Prawdziwi ludzie i prawdziwe dane. Generator obrazów tylko do przedmiotów i teł.

Logo *podstawowe*



To wersja, której używamy zawsze, gdy tło na to pozwala: jasne tło, pełny kolor. Logo jest jednym znakiem. Sygnetu, napisów LET i ROW nie przestawiamy, nie rozdzielamy i nie składamy na nowo.

Budowa *znaku*



A · sygnet

B · logotyp

A Sygnet

Duża litera G. Jej górna część to żółty łuk, który odrywa się od litery i idzie w górę jak wykres wzrostu. To najbardziej rozpoznawalny element marki.

B Logotyp

Napis w dwóch wierszach: żółte LET nad czarnym ROW. G sygnetu jest jednocześnie pierwszą literą słowa GROW, więc całość czyta się jako LET GROW.

Kolory znaku

W wersji kolor łuk i LET są żółte, a G i ROW czarne. W negatywie na ciemnym tle G i ROW są żółte, a łuk i LET białe.

Proporcje

Logo ma proporcje 3 : 1 (szerokość do wysokości). Sygnet zajmuje 1/3 szerokości, a litery LET 1/3 wysokości logo.

Wersje *kolorystyczne*



Kolor · podstawowa, na jasnych tłach



Negatyw · na czarnych i ciemnych tłach



Czarna · druk jednobarwny, pieczątki, grawer, na żółtym tle



Biała · na zdjęciach i kolorowych tłach, gdzie żółty ginie

Sygnet *samodzielnie*

Sygnet zastępuje pełne logo tylko tam, gdzie brakuje miejsca albo marka jest już przedstawiona obok.

- ikona strony (favicon) i aplikacji,
- zdjęcie profilowe w social mediach i w Google,
- znak wodny na zdjęciach i wideo,
- małe elementy: przypinki, naklejki, gadżety.

Na zdjęciu profilowym sygnet stoi na środku koła, z marginesem minimum 20% średnicy.



Pole ochronne i *minimalny* rozmiar



Pole ochronne

Jednostka x to wysokość liter LET. Z każdej strony logo zostawiamy wolne pole równe x. Nie wchodzi w nie tekst, zdjęcie, inne logo ani krawędź strony.

Minimalny rozmiar



Logo: 30 mm · 120 px **Sygnet: 8 mm · 24 px**

Przy 120 px szerokości litery LET mają 13 px wysokości. Mniejsze logo traci czytelność, więc wtedy używamy samego sygnetu. Wyjątek: favicon 16 i 32 px, gdzie sygnet stoi sam na pełnym, ciemnym tle.

Czego nie robić z *logo*



Nie rozciągaj i nie spłaszczaj



Nie zmieniaj kolorów



Nie dodawaj cieni, poświaty i efektów



Nie obracaj



Nie stawiaj wersji kolorowej na żółtym (łuk i LET znikają)



Nie przepisuj nazwy innym krojem i nie dorysowuj znaków

Logo na *różnych* tłach



Biel · wersja kolor



Krem · wersja kolor



Czerń i ciemny gradient · negatyw



Żółty · wersja czarna



Ciemne zdjęcie · negatyw



Średnia szarość i jasne, ruchliwe zdjęcia · za słaby kontrast

Kolory *główne*

Żółty LetGrow

HEX	#FFC700
RGB	255 199 0
CMYK	0 22 100 0

Akcent: logo, przyciski, wyróżnienia

Czerń

HEX	#000000
RGB	0 0 0
CMYK	60 40 40 100

Logo, duże ciemne płaszczyzny

Grafit

HEX	#111111
RGB	17 17 17
CMYK	0 0 0 93

Tekst, nagłówki, ciemne sekcje

Krem

HEX	#FAF8F3
RGB	250 248 243
Druk	papier

Tła sekcji zamiast czystej bieli

Wartości CMYK są orientacyjne (przeliczenie z RGB). Przed pierwszym drukiem dobierzcie z drukarnią żółty na próbniku i dopiszcie go tutaj. Czerń w druku jako czerń składana (60 40 40 100). Kremu nie drukujemy farbą: w druku to biały albo kremowy papier.

Kolory pomocnicze i *proporcje*

Kolory pomocnicze

#FFB516
przycisk po najechaniu

#5A5A5A
tekst, podpisy

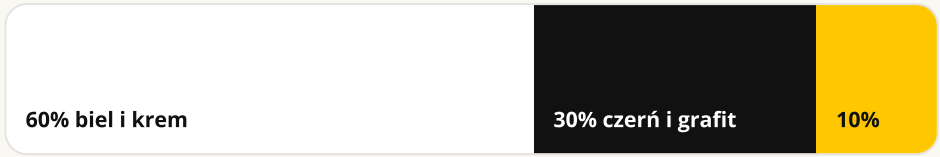
#D0D0D0
linie, ikony

#E5E3E0
ramki

Ciemny gradient

Panele i karty: #262626 → #141414 → #0A0A0A pod kątem 160° z delikatnym jasnym rozbłyskiem w lewym górnym rogu. Bez żółtej poświaty.

Proporcje (orientacyjnie)



- Żółty to akcent: najwyżej dwa żółte elementy na stronie lub kreacji, np. przycisk i jedno wyróżnienie w nagłówku. Logo się nie liczy.
- Żółtego tekstu nie stawiamy na jasnym tle (kontrast 1,5 : 1). Na jasnym tle wyróżnia żółty pędzel pod czarnym słowem.
- Tekst na żółtym zawsze czarny. Na ciemnym tle biały albo żółty, nigdy szary.
- Drobny tekst na jasnym tle najjaśniej #5A5A5A (kontrast 6,5 : 1).
- Nie dokładamy nowych kolorów marki. Zielony i czerwony tylko w danych i komunikatach.

Kroje *pisma*

NAGŁÓWKI

Aa

Funnel Display

ExtraBold 800

Nagłówki sekcji (H2-H4), liczby, przyciski na grafikach.

TYTUŁ STRONY

Aa

Work Sans

ExtraBold 800

Tylko tytuł strony (H1) i tytuły dokumentów.

TEKST

Aa

Open Sans

Regular 400 · SemiBold 600 · Bold 700

Akapity, listy, formularze, podpisy i etykiety.

AKCENT

Aa

Georgia Italic

Tylko jedno słowo w nagłówku

Słowo-klucz na żółtym pędzlu. Nie piszemy nią zdań.

Kroje i rozmiary zgodne z motywem letgrow.pl. Funnel Display, Work Sans i Open Sans są bezpłatne (Google Fonts, licencja SIL Open Font License). Georgia jest w systemach Windows, macOS i iOS, na Androidzie zastępuje ją systemowy krój szeryfowy.

02 TYPOGRAFIA

Hierarchia *tekstu*

H1	Work Sans ExtraBold, 42 px, interlinia 1,3
H2	Funnel Display ExtraBold, 28 px (w sekcjach strony głównej 46 px)
H3	Funnel Display ExtraBold, 26 px
H4	Funnel Display Regular, 22 px
Tekst	Open Sans Regular, 16 px, interlinia 1,8, #5A5A5A
Przycisk	Open Sans Medium, 15 px, na żółtym tle

Wartości z motywu strony letgrow.pl (Blocksy). W druku zachowujemy te same proporcje.

01 · USŁUGI

Trzy sposoby, żeby klienci Cię *znaleźli*

Kampanie Google Ads, pozycjonowanie i strony, które zamieniają ruch w zapytania. Krótkie akapity, jedna myśl na akapit.

Umów rozmowę Zobacz usługi

Elementy *graficzne*

Żółte pociągnięcie pędzla · pod jednym słowem nagłówka

Tło z drobnymi kształtami · plusy, kółka, trójkąty na kremie

5,0 ★
16 opinii w Google

Ciemny panel · gradient, żółta liczba



Szkło · przezroczyste, jasna ramka, na ciemnym zdjęciu

CASE STUDY

Biała karta wpisu z kategorią

Czytaj →

Biała karta · miękki cień, żółty znacznik kategorii

01 02 03

Kroki procesu · czarne koło, żółty numer

Styl *zdjęć*

- Prawdziwy zespół zamiast zdjęć ze stocku.
- Jasne, jednolite tło studyjne i czarne koszulki. Zdjęcia same trzymają kolory marki.
- Portrety w jednym kadrze: na wprost, na wysokości oczu, z luzem nad głową.
- Kadry z charakterem (np. rozmowa przez telefon) w czerni i bieli.
- Bez poświaty, świecących obwódek i filtrów. Tekst nigdy nie wchodzi na twarze.
- Generator obrazów tylko do przedmiotów, teł i makiet. Nigdy do ludzi.











Materiały *firmowe*



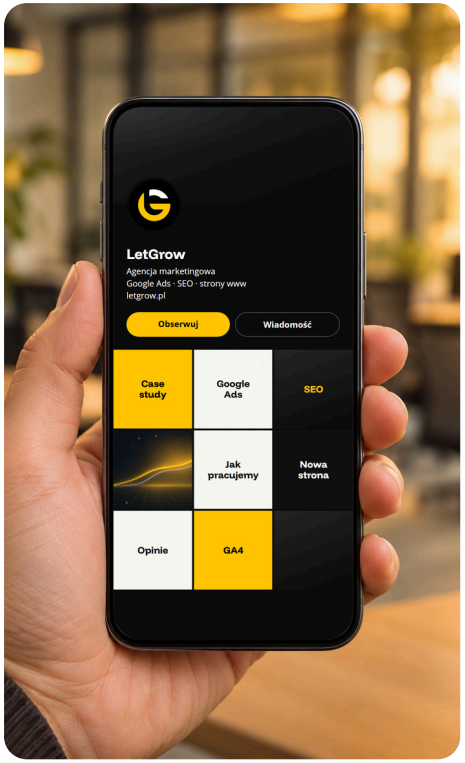
Papier firmowy i wizytówki · logo kolor na bieli, negatyw na czerni, żółty tylko jako cienka linia



Teczka i notes · negatyw na czarnym, sam sygnet tam, gdzie mało miejsca

Logo stoi w jednym z rogów albo na środku, zawsze z pełnym polem ochronnym. Na papierze firmowym w lewym górnym rogu.

Social media, gadżety i *oznakowanie*



Profil w social mediach · sygnet na czarnym kole



Ściana biura · logo kolor jako litery przestrzenne

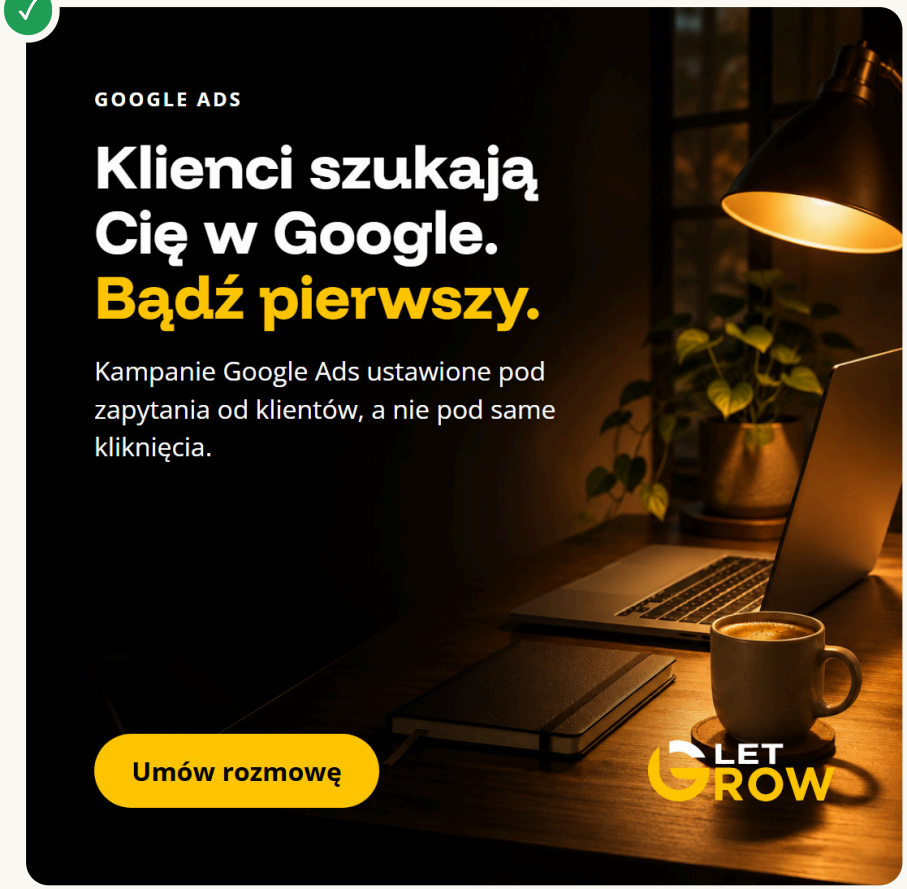


Kubek · negatyw na czarnym



Koszulka · sam sygnet na piersi

Kreacje: *tak* i nie



Tak: jeden przekaz, dwa żółte elementy (wyróżnienie w nagłówku i przycisk), biały tekst na ciemnym, logo z pełnym polem ochronnym.



Nie: krzykliwy nagłówek, żółty filtr na całym zdjęciu, szary tekst, przypadkowe kolory i fonty, logo rozciągnięte i ucięte w rogu.

Cover na *Facebooka*



Wariant ciemny · przyciemnione zdjęcie biura, biały tekst, logo negatyw



Wariant biały · krem z drobnymi kształtami, czarny tekst, logo kolor

Format

1200 × 630 px (1,91:1), plik JPG. To obraz, który Facebook, Messenger, WhatsApp i LinkedIn pokazują po wklejeniu linku do strony.

Strefa bezpieczna

Logo, nagłówek i przycisk mieszczą się w środkowym kwadracie 630 × 630, bo część widoków przycina cover do kwadratu. Tekst ma minimum 24 px.

Układ

Na środku logo, nagłówek w maksymalnie dwóch liniach, krótki podtytuł i żółta pigułka z adresem. Boki są dowolne: tło, zdjęcie tematu albo zespół. Jeśli są ludzie, to prawdziwi i bez poświaty.

Cover bez *zdjęć* ludzi



Wariant ciemny · zdjęcie związane z tematem wpisu, przyciemnione pod tekstem, logo negatyw



Wariant biały · jasne zdjęcie tematu, przedmioty tylko po bokach, logo kolor

Kiedy

Wpisy na blogu, poradniki i aktualności, czyli wszędzie tam, gdzie temat jest ważniejszy niż twarze.

Środek bez zmian

Logo, etykieta kategorii, nagłówek w maksymalnie dwóch liniach i żółta pigułka z adresem. Tak samo jak w coverze z zespołem.

Tło

Zdjęcie tematu bez ludzi i bez napisów, z pustym środkiem pod tekst. Bez smug światła, neonów i grafik 3D.



Pliki logo (SVG i PNG we wszystkich wersjach) przekazujemy razem z księgą. Masz pytanie o użycie znaku? Napisz do nas przed drukiem.

letgrow.pl