



Značka

Značka = jméno, název, výtvarný projev n. jejich kombinace

Brand management – Aaker – 10 bodů:

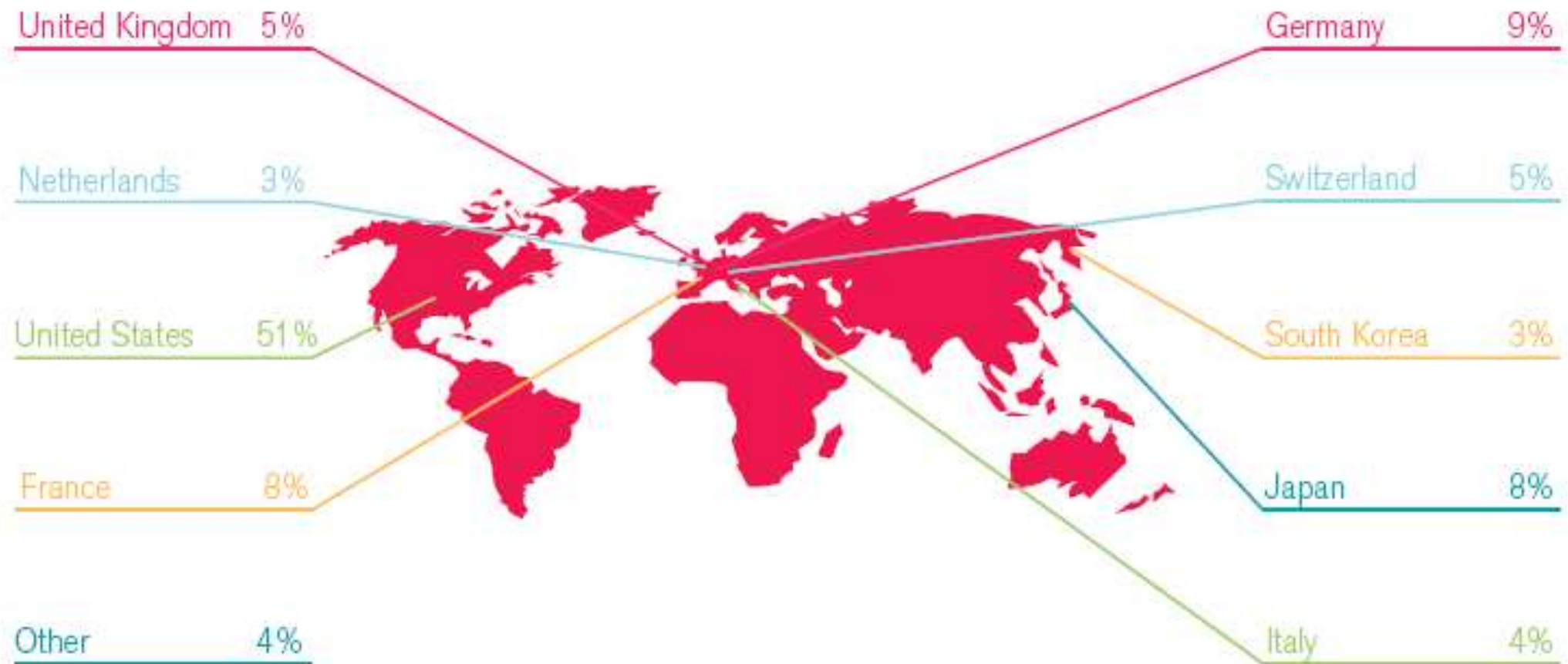
- identita značky
- nabídka hodnoty
- pozice značky
- provedení
- konzistence v čase
- systém značek
- využití značky
- monitorování hodnoty značky
- odpovědnost za značku
- investice do značky

Interbrand

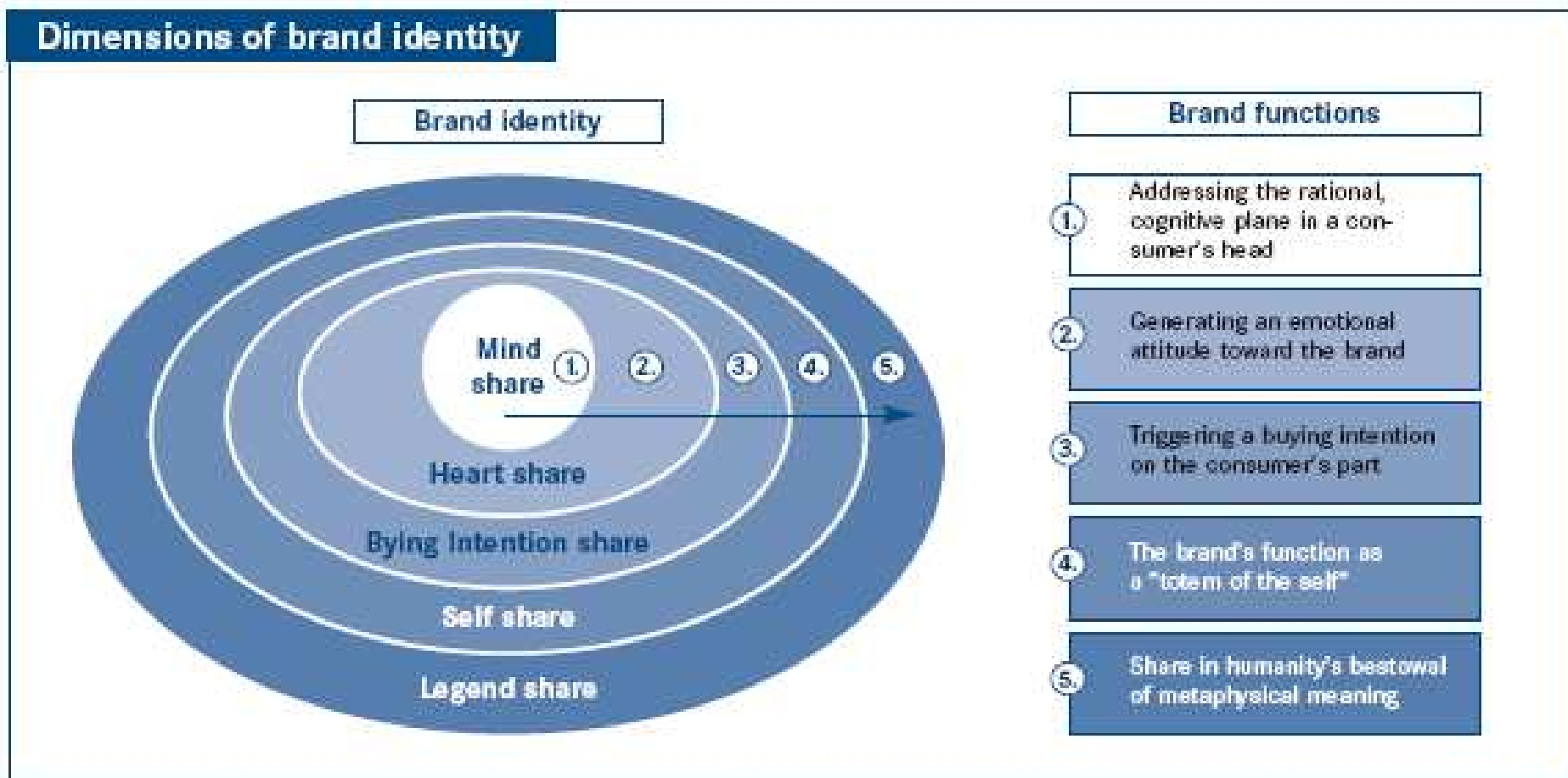
Nejlepší globální značky - 2006

Rank	Brand	Country of origin	Sector	2006 Brand Value (\$m)	Change in brand value
1	Coca-Cola	US	Beverages	67,000	-1%
2	Microsoft	US	Computer Software	56,926	-5%
3	IBM	US	Computer Services	56,201	5%
4	GE	US	Diversified	48,907	4%
5	Intel	US	Computer Hardware	32,319	-9%
6	Nokia	Finland	Telecom Equipment	30,131	14%
7	Toyota	Japan	Automotive	27,941	12%
8	Disney	US	Media/Entertainment	27,848	5%
9	McDonald's	US	Restaurants	27,501	6%
10	Mercedes	Germany	Automotive	21,795	9%
11	Citi	US	Financial Services	21,458	7%
12	Marlboro	US	Tobacco	21,350	1%
13	Hewlett-Packard	US	Computer Hardware	20,458	8%
14	American Express	US	Financial Services	19,641	6%
15	BMW	Germany	Automotive	19,617	15%

Nejlepší globální značky podle země



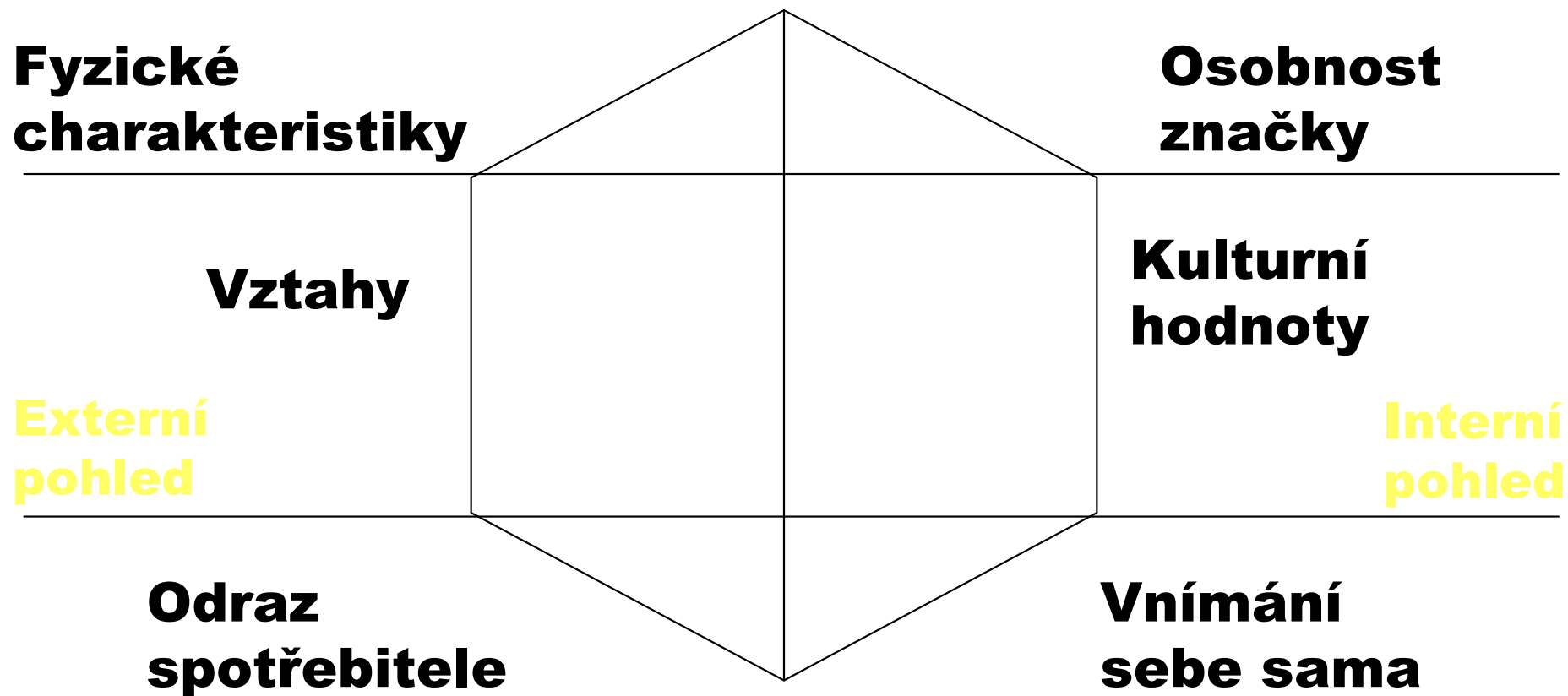
Identita podle Aakera: unikátní sada asociací, které reprezentují to, co značka představuje a naznačují určitý slib vůči zákazníkům



Zdroj: BBDO Group

Identita značky

Obrázek vysílajícího informaci
(tvůrce značky)



Obrázek příjemce informace

Vizuální identita

- identita monolitická

<http://www.vlasy.lybar.cz/vyrobyky.htm>

- identita sdílená

ČESKÁ
SPORITELNA



LEASING
ČESKÉ SPORITELNY

- identita unikátní

Coca-Cola



Značka – tvarová struktura

- značky obrazové



- značky typografické

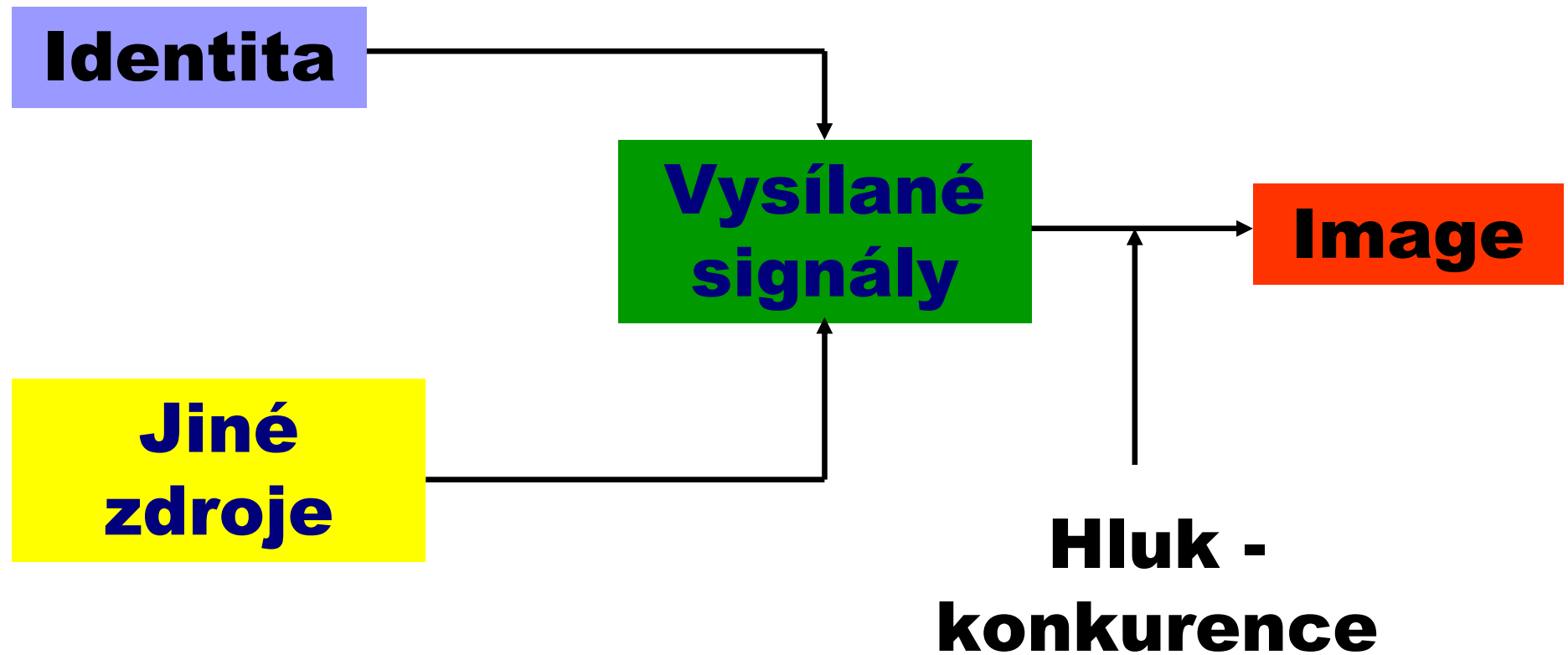
Bata

SONY

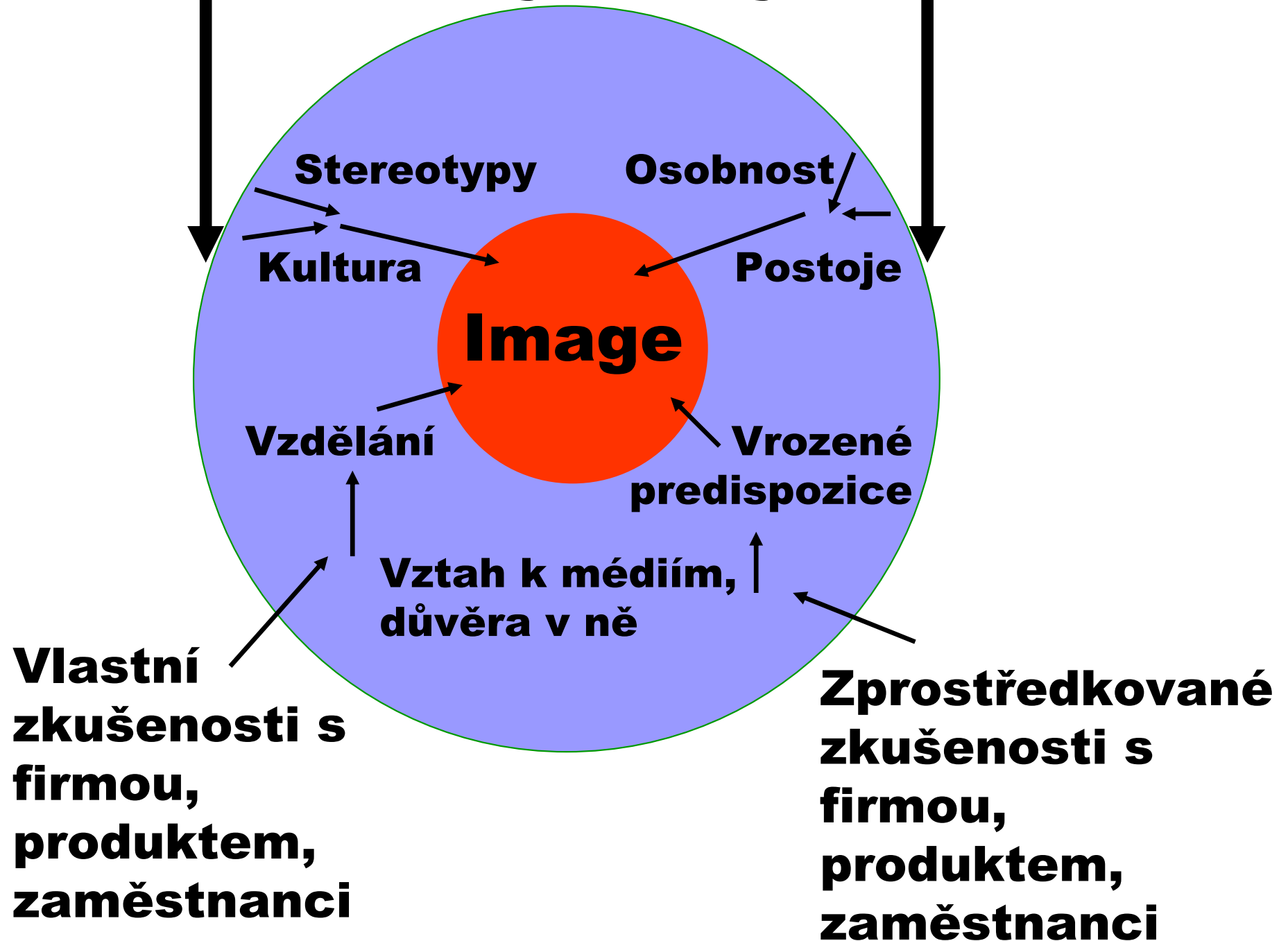
- značky kombinované

Manuál

Identita a image



Marketingová komunikace firmy/značky



Nabídka hodnoty

= je v rámci značky prohlášení o:

- **Funkčních požitcích**

založeny na vlastnostech výrobku, které může zákazník funkčně využít

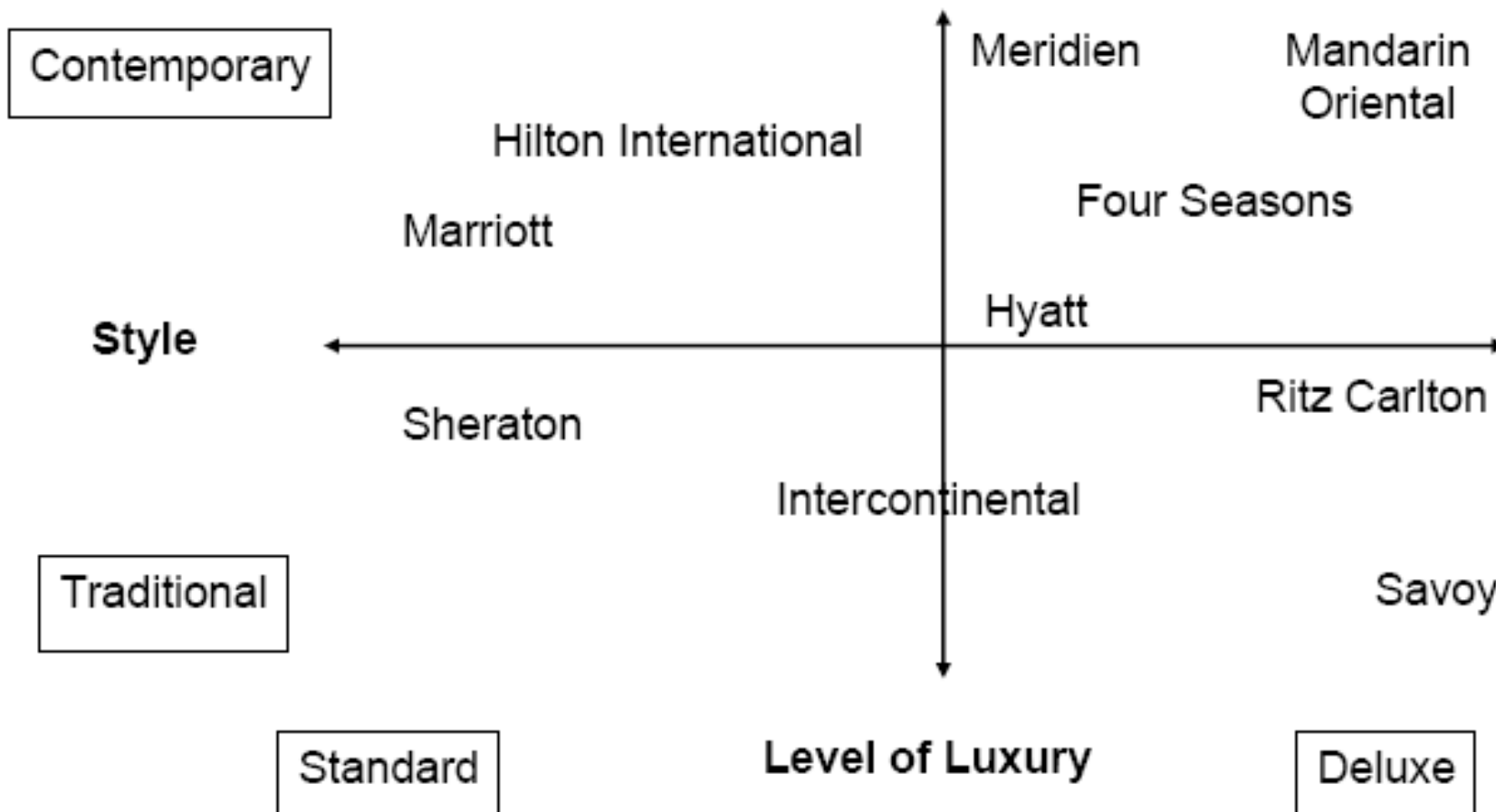
- **Emočních požitcích**

založeny na poskytnutí příjemného pocitu z nákupu n. užívání

- **Požitku sebevyjádření**

založen na nabídce způsobu, jak vyjádřit svou představu o sobě samém

Pozice značky



Osobnost značky – J. Aaker

Poctivost

- racionální
- spravedlivý
- užitečný
- optimistický

Vzrušení

- odvážný
- temperamentní
- nápaditý

Kvalifikovanost

- spolehlivý
- inteligentní
- úspěšný

Sofistikovanost

- vyšší třída
- okouzující

Odolnost

- vytrvalý

Strategie řízení multiznaček

- **single brand**

Ex: Tide, Cheer, Bold

- **umbrella**

Ex: Sony

- **multi-brand categories**

Ex: pro polévky Campbell's, pro džusy V8

- **family of names**

Ex: Nescafé, Nesquik, Nestea

Pojmy

- **master brand (MB)**

Ex: 3M ve značce 3M Accuribbon

- **endorser brand**

Ex: General Mills podporuje Yoplait

- **subbrand**

Ex: Škoda má podznačku Fabia

- **descriptors**

- **product brand**

Ex: MB + subbrand n. MB + descriptor

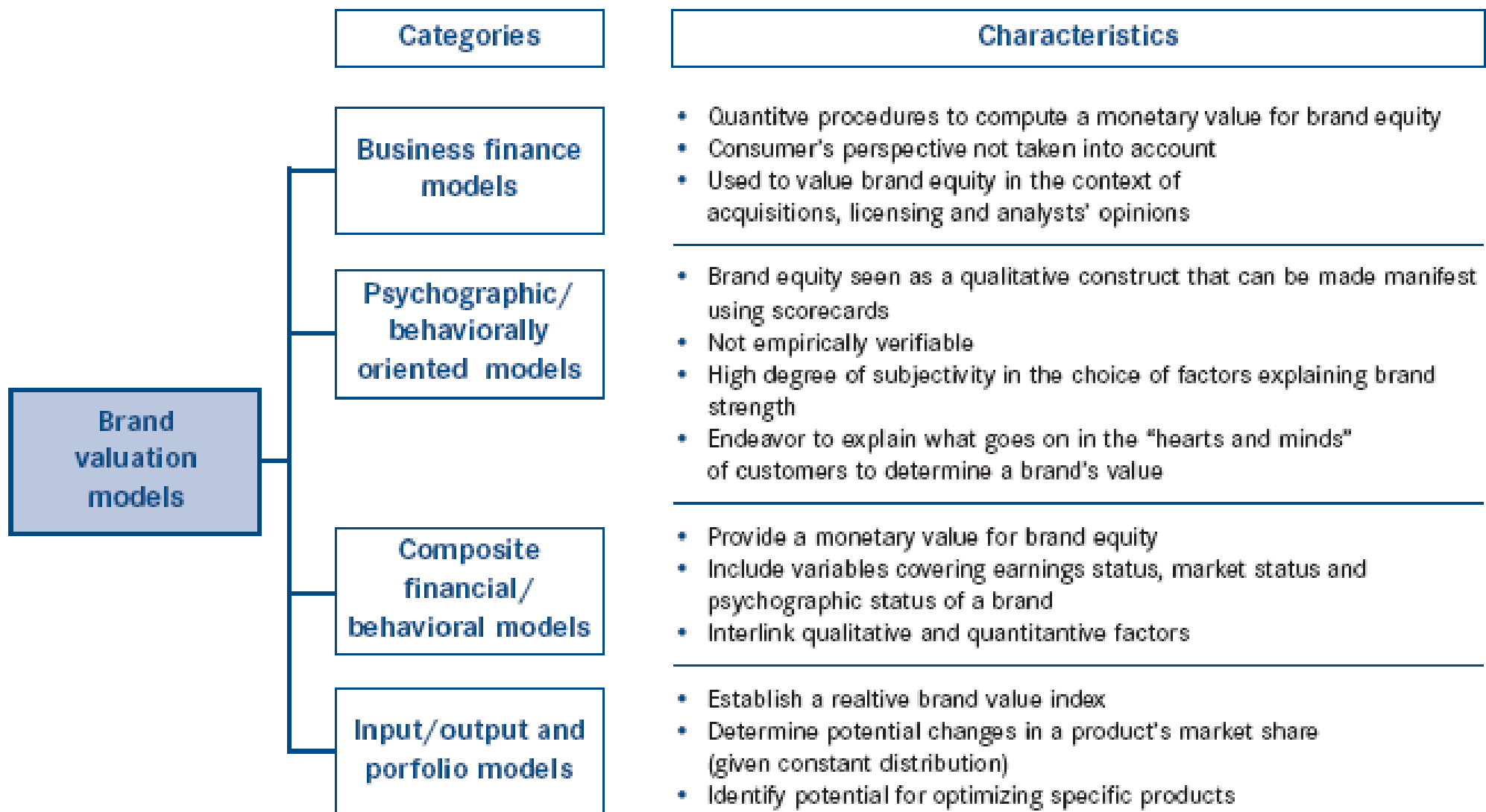
Co-branding

- = any pairing of 2 brands in a marketing context such as advertisements, product, product placement and distribution outlets
- = combination of 2 brands to create single, unique product

Park et al. **Godiva** (fine chocolates) – **Slim Fast** (weight-loss product) OK

Coca-Cola and **Nutrasweet**

Hodnota značky



Pravidla podle MaM

- p. barev
- p. bratrství
- p. firmy
- p. hranice
- p. jména
- p. kategorie
- p. kvality
- p. publicity
- p. reklamy
- p. slova
- p. soudržnosti
- p. sourozenectví
- p. specializace
- p. subbrandů
- p. benefitu
- p. expanze
- p. extenze
- p. tvaru
- p. všeobecného použití

10 ikon reklamy

- 1. The Marlboro Man**
- 2. Ronald McDonald**
- 3. The Green Giant**
- 4. Betty Crocker**
- 5. The Energizer Bunny**
- 6. The Pillsbury Doughboy**
- 7. Aunt Jemima**
- 8. The Michelin Man**
- 9. Tony the Tiger**
- 10. Elsie**

Kovboj Marlboro



Produkt: cigarety Marlboro

Rok zavedení: 1955

Tvůrce: Leo Burnett Co.

Ronald McDonald



Produkt: restaurace McDonald's

Rok zavedení: 1963

**Tvůrce: Franšizant O. Goldstein
a jeho místní reklamní agentura**

Králíček Energizer



Produkt: baterie Energizer

Rok zavedení: 1989

Tvůrce: Chiat/Day

Panáček Michelin



Produkt: pneumatiky Michelin

Rok zavedení: 1898

Tvůrce: idea formulována

E. Michelinem

Tygr Tony



**Produkt: Kellogg's Sugar Frosted
Flakes (později Frosted Flakes)**

Rok zavedení: 1951

Tvůrce: Leo Burnett Co.