



MUNI
ECON

Značka

MAKK Marketingová komunikace

Značka

- Soubor asociací a pocitů, které lidé přiřazují k výrobku, službě či organizaci

Značka

- Soubor asociací a pocitů, které lidé přiřazují k výrobku, službě či organizaci
- Jakou roli hraje pro zákazníka? Pro firmu?

Definic je spousta

the way a company, organization, or individual is perceived by those who experience it.

an identifying symbol, mark, logo, name, word, and/or sentence that companies use to distinguish their product from others.

the intangible sum of a product's attributes

a brand is a person's gut feeling about a product, service, or organization.

Brand is a promise



Pro zákazníka

- Zjednodušuje orientaci
- Signalizuje zákazníkovi kvalitu, standard
 - (globalizace / lokalizace)
- Zákazník něco signalizuje značkou kterou kupuje

Pro firmu

- Identifikace
- Odlišení od konkurence
- Legální ochrana
- Vyšší marže, efektivita kampaní, loajalita

Vize a mise

Vize a mise

Aby to drželo po hromadě

Vize: jak bude firma/značka vypadat za 5 let

Sen. Musí být motivující, aby se k ní chtěli lidé přidat

Mise (poslání): způsob, jak vize dosáhnout

Popisuje cílovou skupinu a hodnotu, kterou pro ni vytvářím

Vize a mise

Aby to drželo po hromadě

Vize: jak bude firma/značka vypadat za 5 let

Sen. Musí být motivující, aby se k ní chtěli lidé přidat

Mise (poslání): způsob, jak vize dosáhnout

Popisuje cílovou skupinu a hodnotu, kterou pro ni vytvářím

Vize a mise

S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.

Vize a mise

S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.



Vize a mise

Do roku 2024 chceme být československou jedničkou v gastru a impulsu, udržet postavení v retailu a nabídnout nápoje ve zdravější podobě.

S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.



- 2010: Misí skupiny Kofola je s nadšením vytvářet atraktivní značkové nápoje, které budou nabízet spotřebiteli takovou funkční a emotivní hodnotu, že se pro něj stanou významnou součástí životního stylu.
- 2015: Jsme Kofola. S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.

Mise/vize?

- A world without Alzheimer's disease.
- Create economic opportunity for every member of the global workforce.
- Connect with friends and the world around you on Facebook.
- Organize the world's information and make it universally accessible and useful

Vize

- A world without Alzheimer's disease.
- Create economic opportunity for every member of the global workforce.
- Connect with friends and the world around you on Facebook.
- Organize the world's information and make it universally accessible and useful

Slabá vize?

Slabá vize?

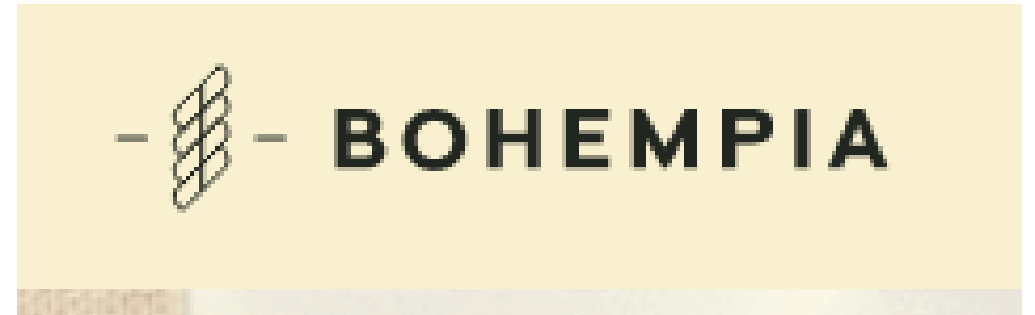
- Nedůvěryhodná
 - *To sell food in a fast, friendly environment that appeals to price conscious, health-minded consumers...*
- Prázdné kecy
 - *Profitable growth through superior customer service, innovation, quality and commitment.*
- Nedá se zapamatovat
 - Agentura UK Gov Nuclear má Vision Statement o 58 stranách
- Ignoruje zákazníka
 - to build a corporate culture that respects and values the unique strengths and cultural differences of our associates.

Idea značky, signál, branding

- Idea: jednoduchý, odlišitelný a relevantní význam značky. Vyjadřuje příslib značky cílové skupině
 - 5 WHY metoda.
 - (Dove obsahuje $\frac{1}{4}$ hydratačního krému)
 - Kdo je můj zákazník a co potřebuje?
 - Kdo je můj konkurent a na co zapoměl?
 - Čím nechci být?
- Signál značky: to, co vytváří (chtěné) asociace se značkou
- Branding: proces vytváření a řízení signálu

Idea značky, branding

- Idea: jednoduchý, odlišitelný a relevantní význam značky. Vyjadřuje příslib značky cílové skupině
 - 5 WHY metoda.
 - (Dove obsahuje ¼ hydratačního krému)
 - Kdo je můj zákazník a co potřebuje?
 - Kdo je můj konkurent a na co zapoměl?
 - Čím nechci být?
- Signál značky: to, co vytváří (chtěné) asociace se značkou
- Branding: proces vytváření a řízení signálu



“Ne”

HBO

“Ne”

HBO



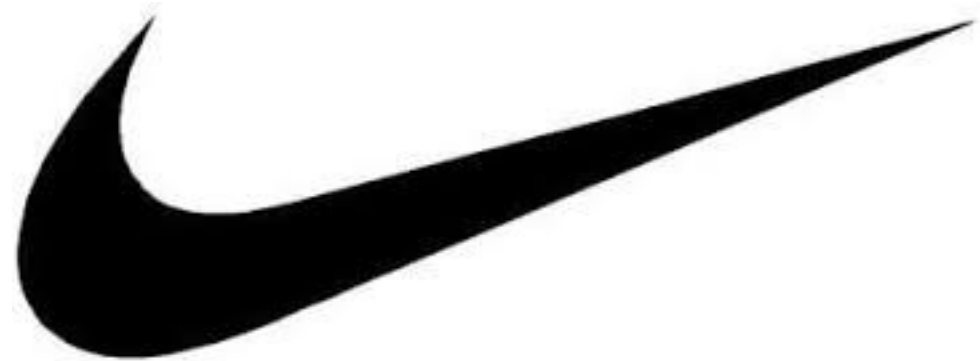
NE ZKRÁCENÍ
90 DNŮ LEŽENÍ



NE PŘESUNUTÍ VÝROBY
Z ČESKÝCH BUDĚJOVIC



NE NAHRAZOVÁNÍ
PŮVODNÍCH SUROVIN



JUST DO IT.

Signál



Maskot je signál



Tsukihashi Wataru (月橋渡くん)



Chobin-kun (ちよびんくん)



Jumonji Hayato (十文字ハヤト)







**STARTED HIS CAREER THE WAY
HE ENDED IT**



TRYING TO GET INTO SMALLER PANTS

Prodejna je signál



Ukázka mise (poslání)



Going further for health

Going: neustálý vývoj, snaha o posun, inovace

Further: být lepší, jiný

For Health: léčivé produkty. Prevence. Vědí, kam směřuje zdravotní péče.

Ukázka mise (poslání)

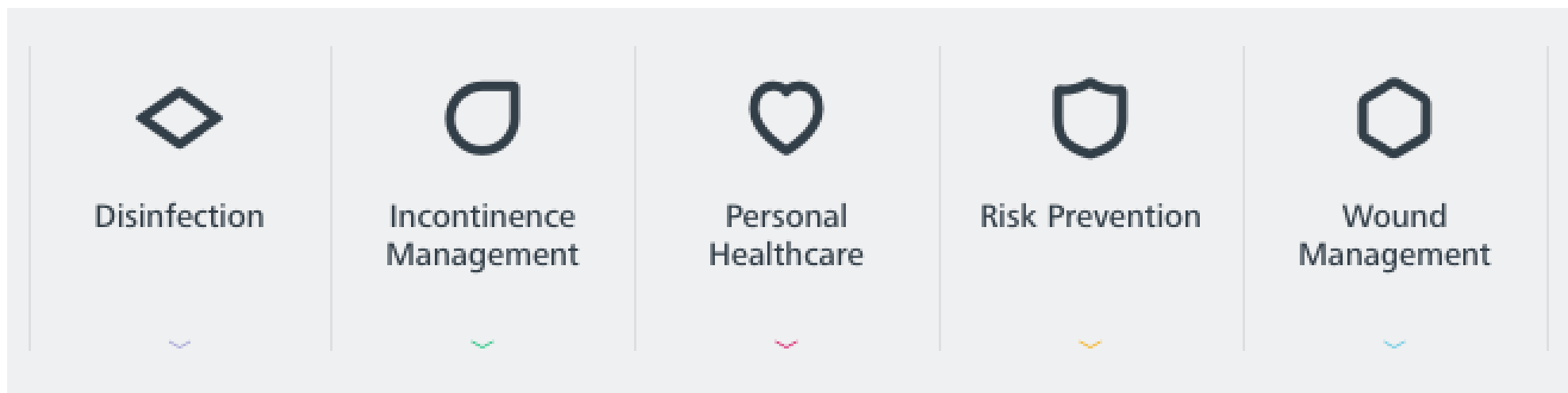


Going further for health

Going: neustály vývoj, snaha o posun, inovace

Further: být lepší, jiný

For Health: léčivé produkty. Prevence. Vědí, kam směřuje zdravotní péče.



Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?



1976

1977

1995

1998

2001

2007

2015



Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?



Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?

Dá se zapamatovat?

Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?

Dá se zapamatovat?

Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?

Dá se zapamatovat?

Může být v budoucnu omezující?

Topenářství Žamberk, s.r.o.

Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?

Dá se zapamatovat?

Může být v budoucnu omezující?

Jazyková kritéria

Nepodobá se známému názvu?

Jak funguje v různých jazycích?

Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?

Dá se zapamatovat?

Může být v budoucnu omezující?

Jazyková kritéria

Nepodobá se známému názvu?

Jak funguje v různých jazycích?



Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?

Dá se zapamatovat?

Může být v budoucnu omezující?

Jazyková kritéria

Nepodobá se známému názvu?

Jak funguje v různých jazycích?



FLUNDRA

Odkapávač na nádoby, bílá

Cena včetně DPH

★★★★★ (23)

49,-



Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?

Dá se zapamatovat?

Může být v budoucnu omezující?

Jazyková kritéria

Nepodobá se známému názvu?

Jak funguje v různých jazycích?

Je vyslovitelný?

Název značky

Strategická kritéria

Zachycuje název ideu značky smysluplně?

Souvisí s činností firmy?

Je vhodný pro cílovou skupinu?

Dá se zapamatovat?

Může být v budoucnu omezující?

Jazyková kritéria

Nepodobá se známému názvu?

Jak funguje v různých jazycích? Je vyslovitelný?

Právní kritéria

Lze registrovat obchodní známku a doménu?

DUCK & DOG WINERY

