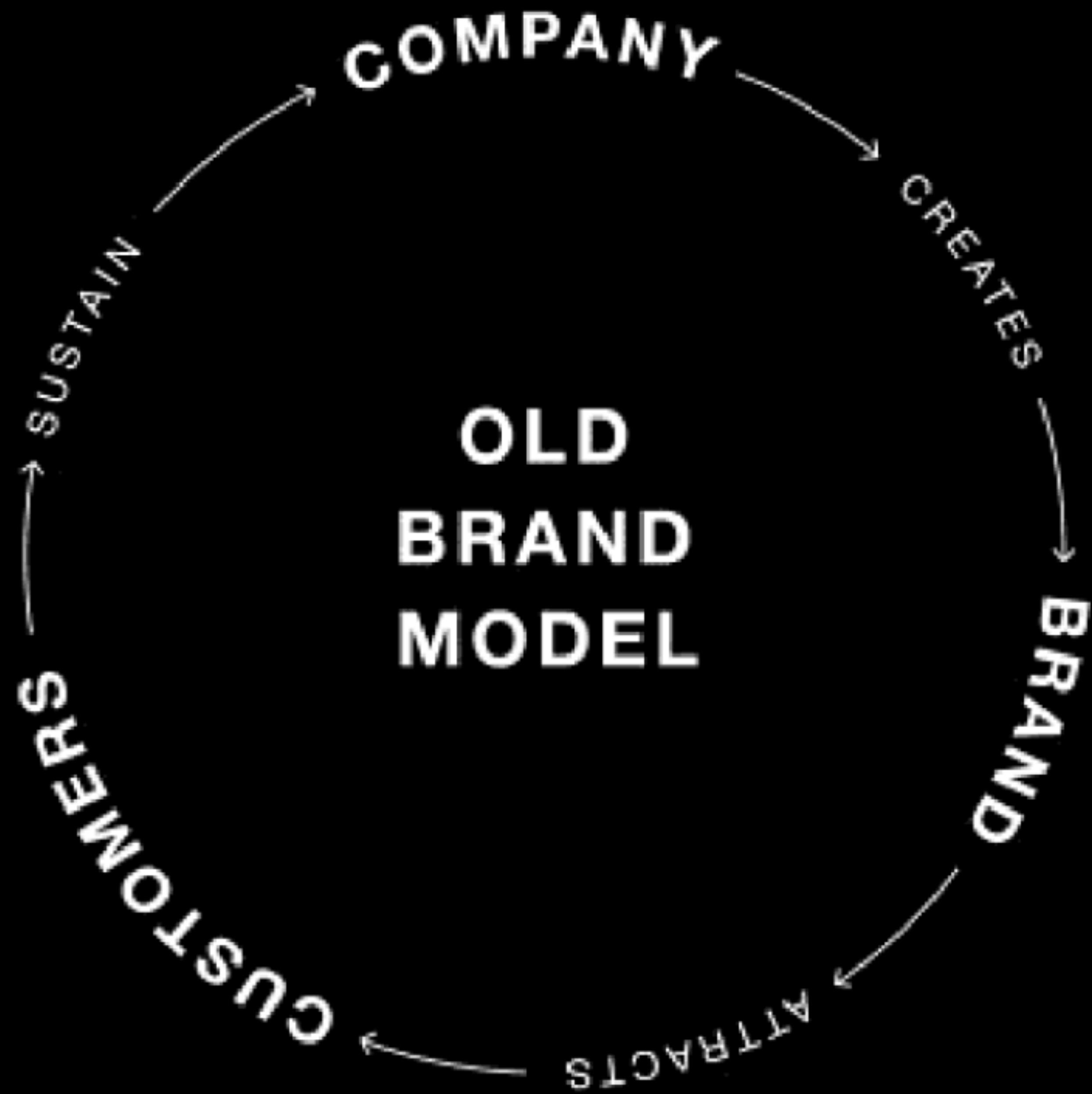
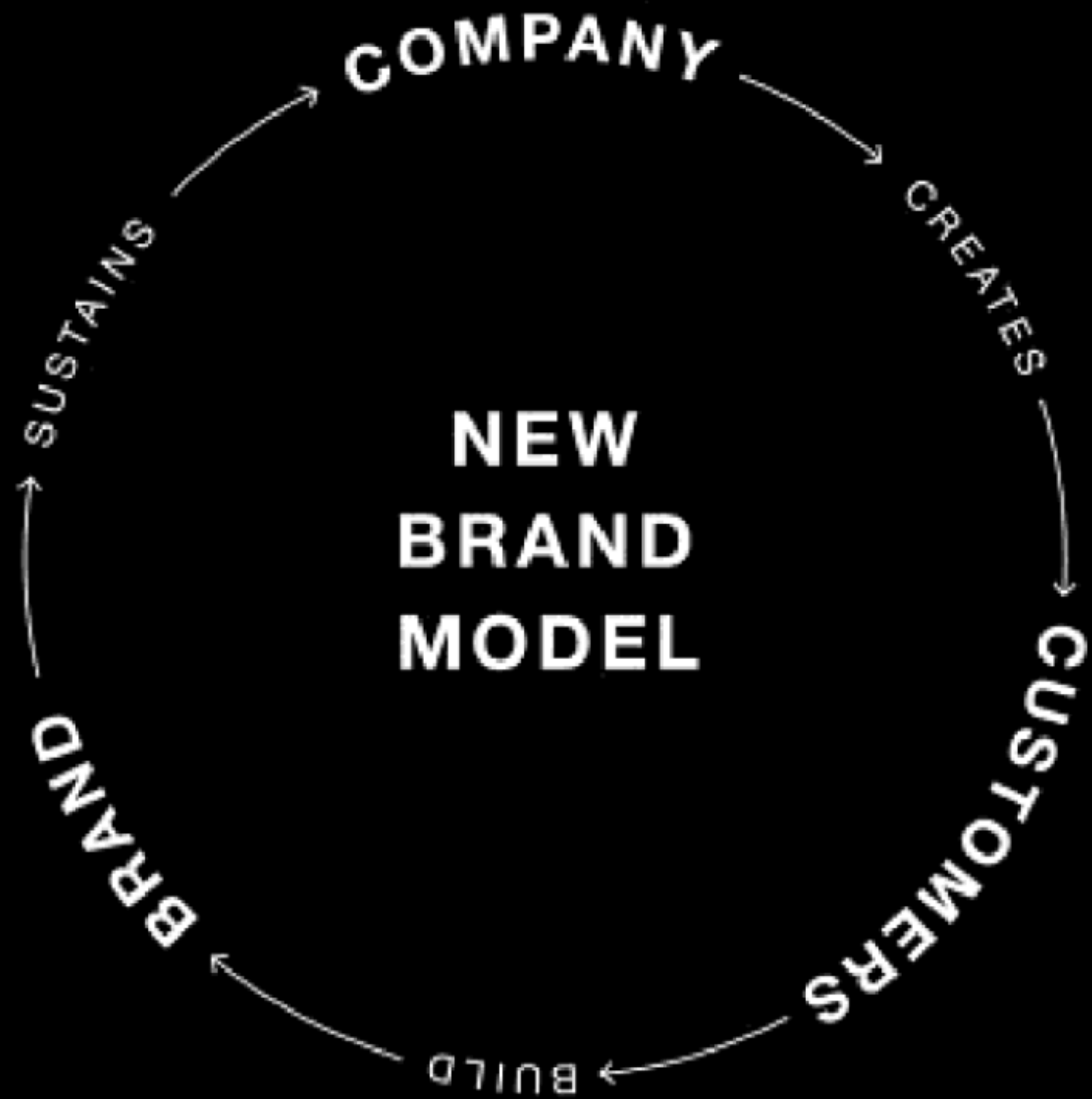


BRAND FLIP / převrat značky





1

Moc se přesunula od firem k zákazníkům

2

Lidé se nezaměřují na produkty, ale na význam

3

Zákazníci si kupují produkty, aby budovali své identity

4

**Nesnášejí, když jim někdo něco nutí, ale
přitom rádi nakupují**

5

Nákupem se přidávají k určitému kmeni, aby se cítili bezpečně a úspěšně

6

Nadále mezi sebou nesoupeří firmy, ale
kmeny

7

Firma s nejsilnějším kmenem vítězí

8

Kmeny jsou propojené díky technologiím

9

Značky potřebují protékat skrze různé technologie

10

Nejúspěšnější značky nejsou statické, ale tekuté

Doporučená kniha

Neumeier, Marty: BRAND FLIP