

**Které značky doručují  
unikátní zážitky, na které  
nezapomenete?**

**Myslíte si,  
že je vaše značka  
unikátní?**

# PTALI JSME SE:

1. Existují značky, které zákazníky překvapují?
2. Které značky vidí zákazníci jako unikátní?
3. Které značky skutečně doručují to, co slibují?
4. Jak plní sliby značka Česká republika?

---

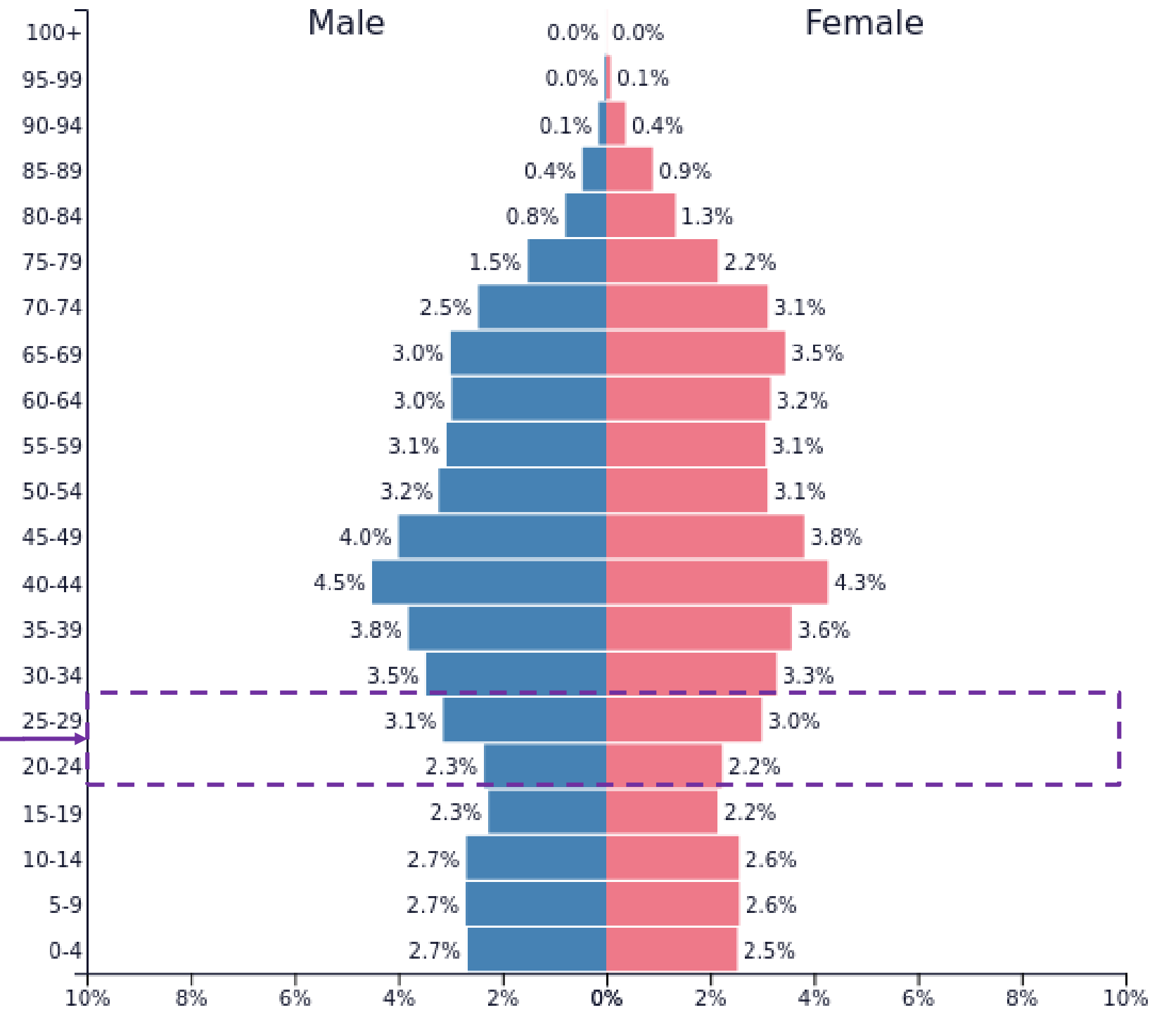
Výzkum: n=984, Věk 20-60, 7 kategorií, známé značky prezentující své mise a vize na webu

Jen 1/3 lidí překvapila v poslední době nějaká značka a nejčastěji jsou to mladí do 29 let – stačí to?

Překvapila vás v poslední době (nebo vůbec někdy) pozitivně nějaká značka?



Překvapována je hlavně ta nejmenší skupina

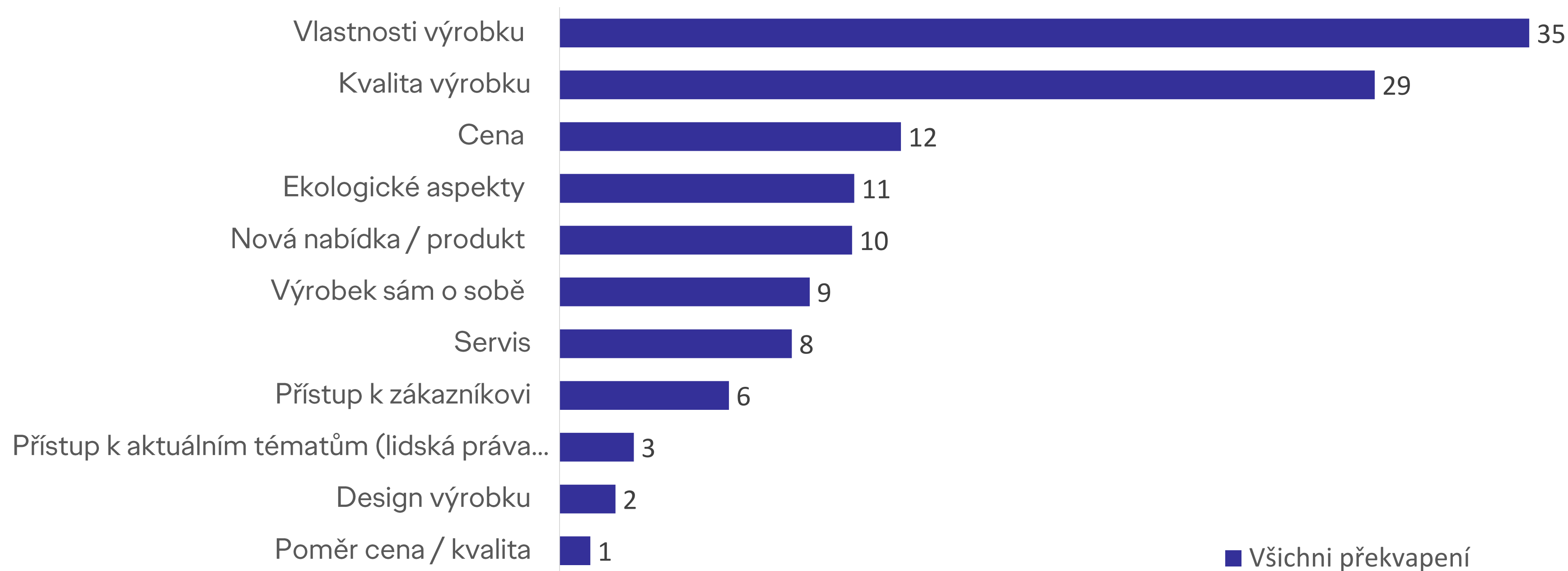


PopulationPyramid.net

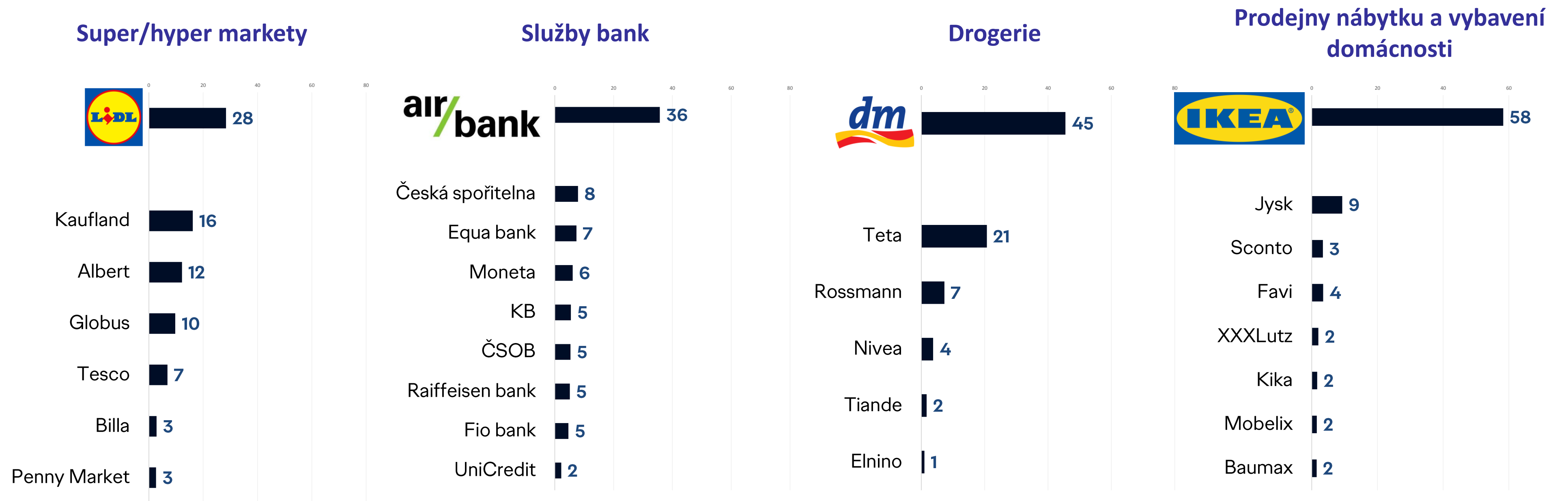
Czech Republic - 2019  
Population: 10,689,213

Většinou lidi mile překvapí, že výrobek dělá, co má a nebo že je produkt přesně takový, jaký má být (nebo dokonce lepší).

### Čím značky překvapily (nakódované spontánní odpovědi, v %)



Jen čtvrtina lidí vidí nějaké unikátní značky napříč kategoriemi, ale pokud dokážete být opravdu unikátní, jste v hlavách lidí přítomni velmi silně.



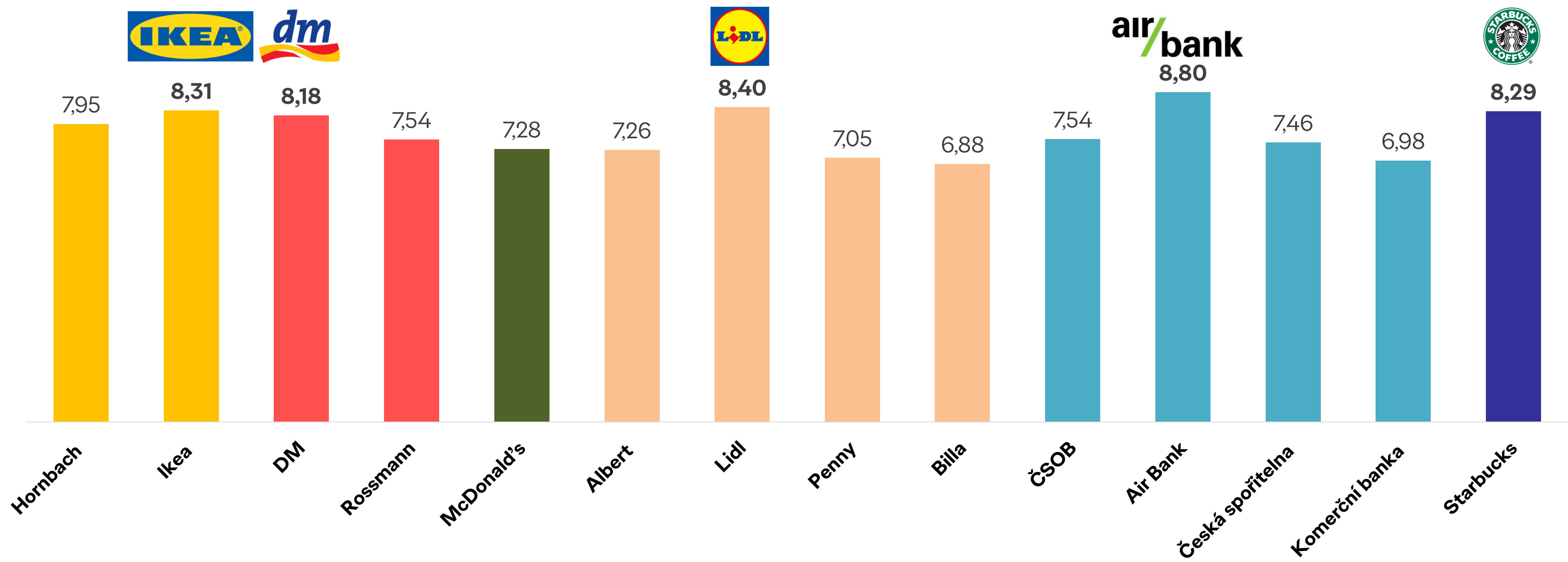
Spontánní odpovědi. Lidé, kteří uvedli, že některé značky mají unikátní přístup v kategorii, v %

**Většina značek není vnímána jako unikátní.**

**A jak vypadá doručení positioningů?**

Lídři nemají na první pohled před ostatními velký náskok v tom, jak své propozice naplňují. Rozdíly v síle značek (unikátnosti) je ale propastná. Proto pozor na bodová hodnocení.

Jak značky naplňují své propozice, o kterých tvrdí, že naplňovat chtějí?  
Známka od 0 do 10 (zcela naplňuje)





**Pár tipů jak může vaše značka  
doručovat co slibuje**

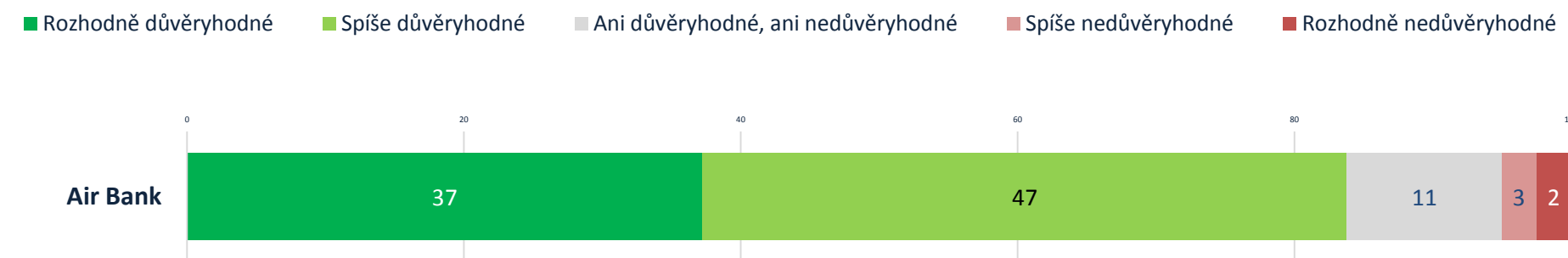
# Méně je více

## *BX propozice*

I banku můžete mít rádi

Na čem si zakládáme? Abychom drželi pořád stejný směr, řídíme se na své cestě čtyřmi hvězdami. Jejich jména jsou Jednoduchost, Odvaha, Pravdivost a Přátelskost.

nejdůvěryhodnější BX propozice ze všech sledovaných značek




## Známka (0-10)

<b>Jak to podle vás tato značka reálně naplňuje</b>	<b>8.80</b>
<i>Jednotlivé atributy BX</i>	
Svými službami naplňuje svůj slogan „i banku můžete mít rádi“	8.71
Svým přístupem ke klientům naplňuje svůj slogan „i banku můžete mít rádi“	8.75
Svými pobočkami naplňuje svůj slogan „i banku můžete mít rádi“	8.22
S klienty komunikuje otevřeně, pravdivě	8.74
Její služby jsou jednoduché	<b>9.17</b>

Pokud už dáváte důraz na ekologii, jasně ukažte, čím a jak se to prakticky projevuje (a ideálně relevantně pro vaši kategorii)

### Nakupte výrobky pro udržitelnější domácnost

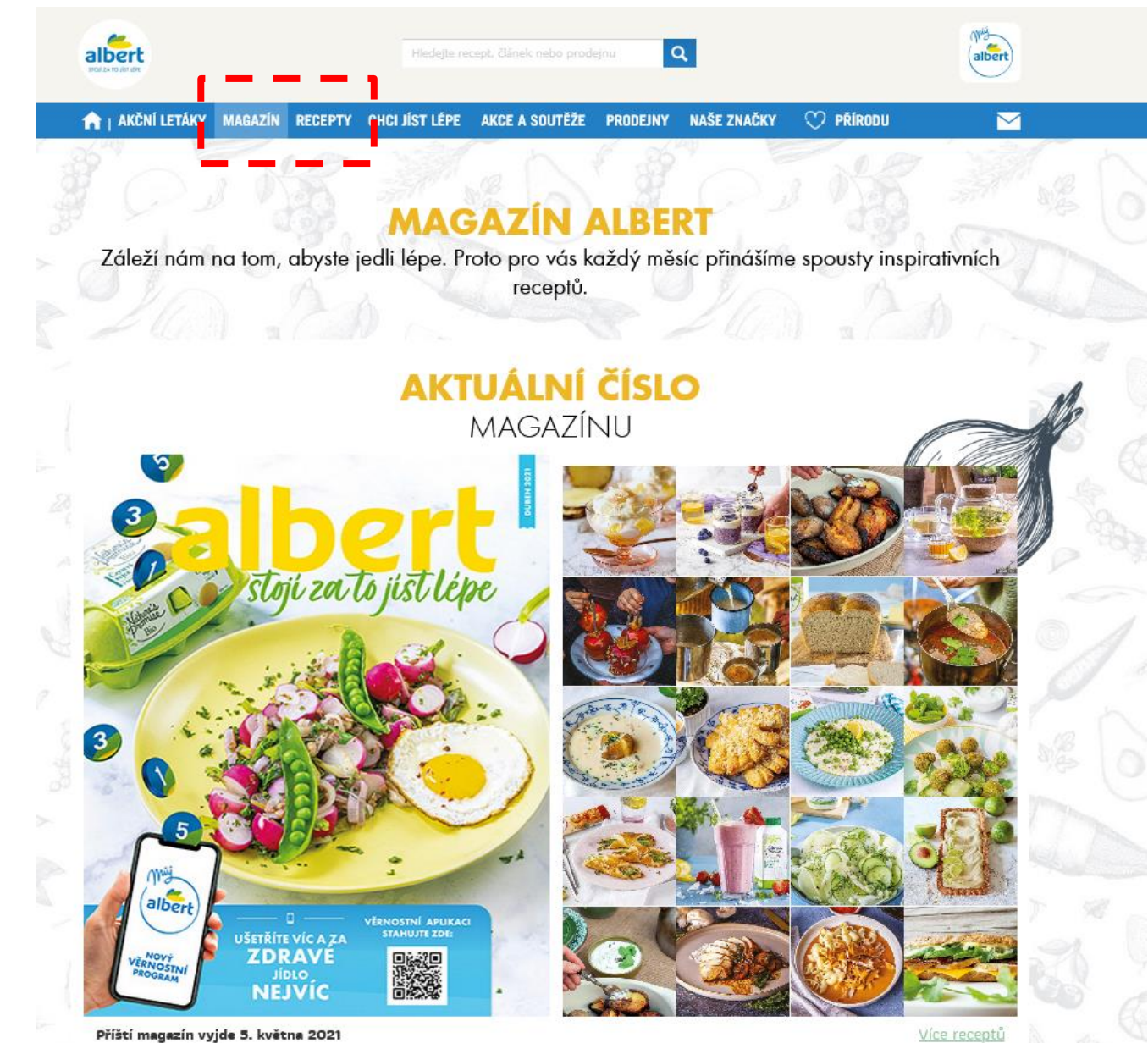
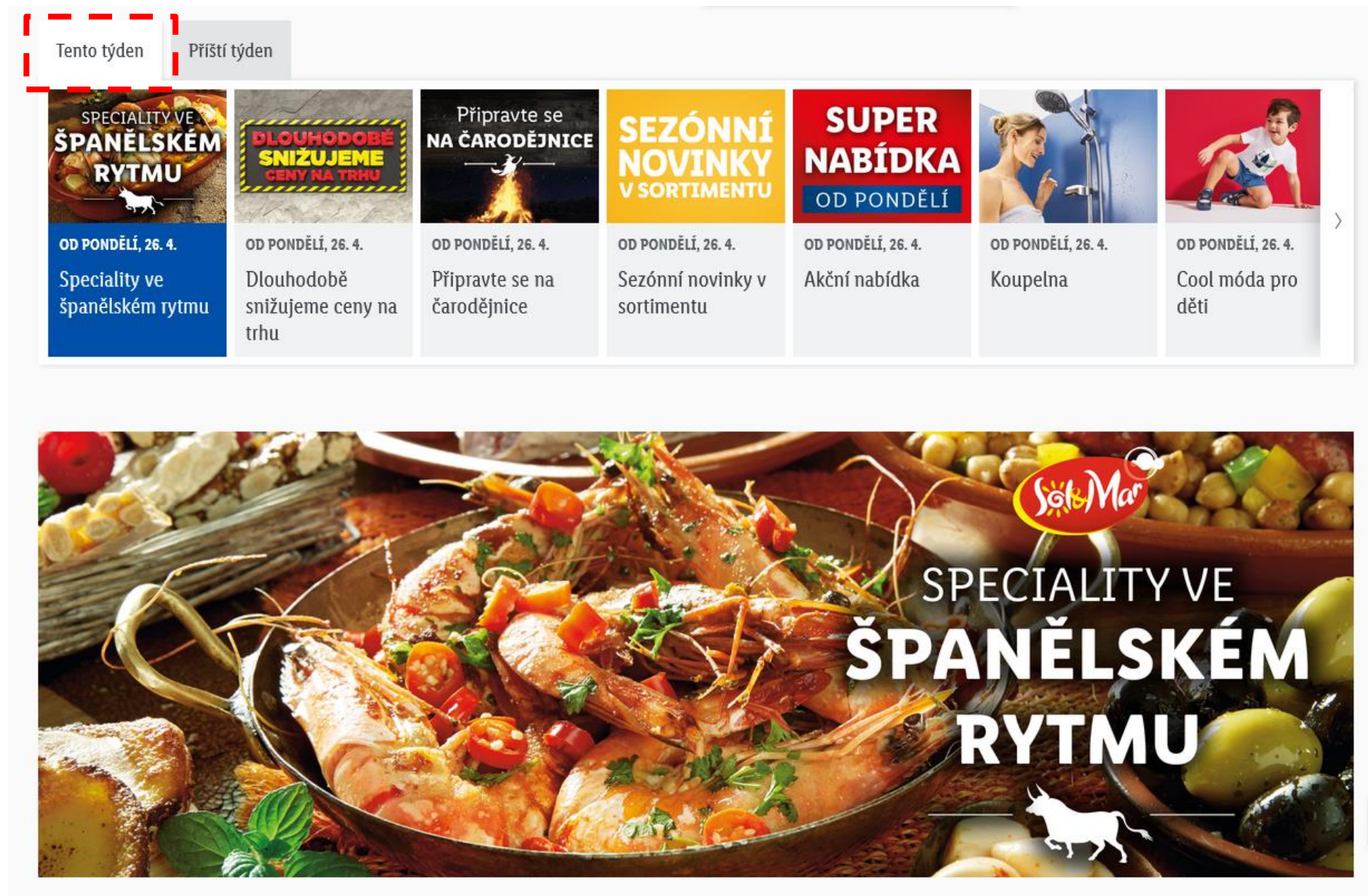
## PODNIKÁME UDRŽITELNĚ

Máme respekt k budoucnosti. Zmírňujeme náš dopad na životní prostředí a pomáháme také v sociální oblasti.

[VÍCE INFORMACÍ](#)

<i>Atributy brand promise</i>	
Produkty IKEA podporují dlouhodobou udržitelnost	7.72
KB se stará i o životní prostředí	6.29

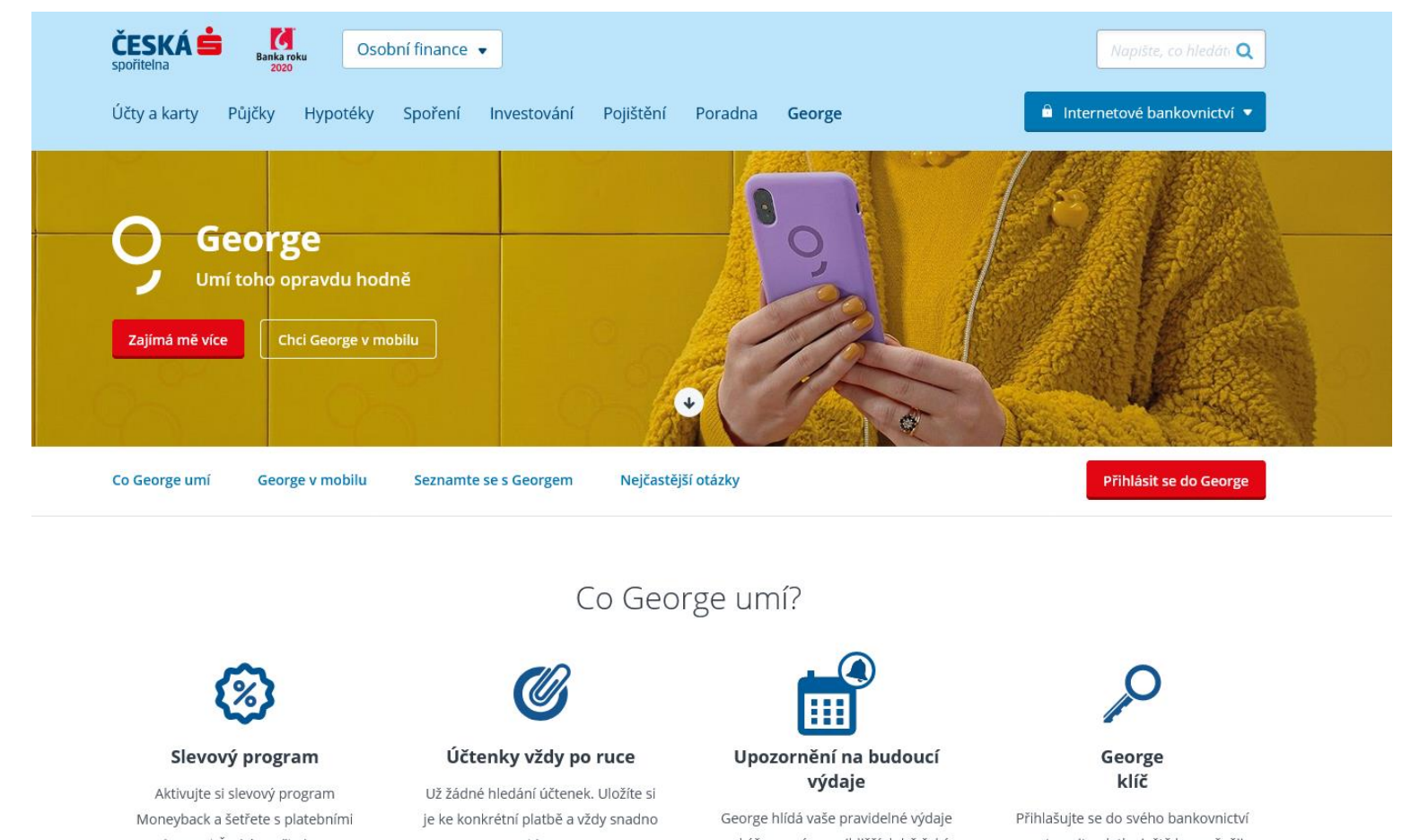
Pokud chcete inspirovat, konkrétně a jasně ukažte, co to znamená (čím, kde, jak).



Inspirovat chtějí například Lidl nebo Albert. Lidl má týdny, Albert na to jde víc ze široka.	Známka (0-10)
LIDL: Inspiruje své zákazníky	7.86
ALBERT: Inspiruje své zákazníky	6.99

Pokud chcete své klienty edukovat, klíčový je nějaký nástroj, který je dovede k cíli, na kterém vše demonstrujete.

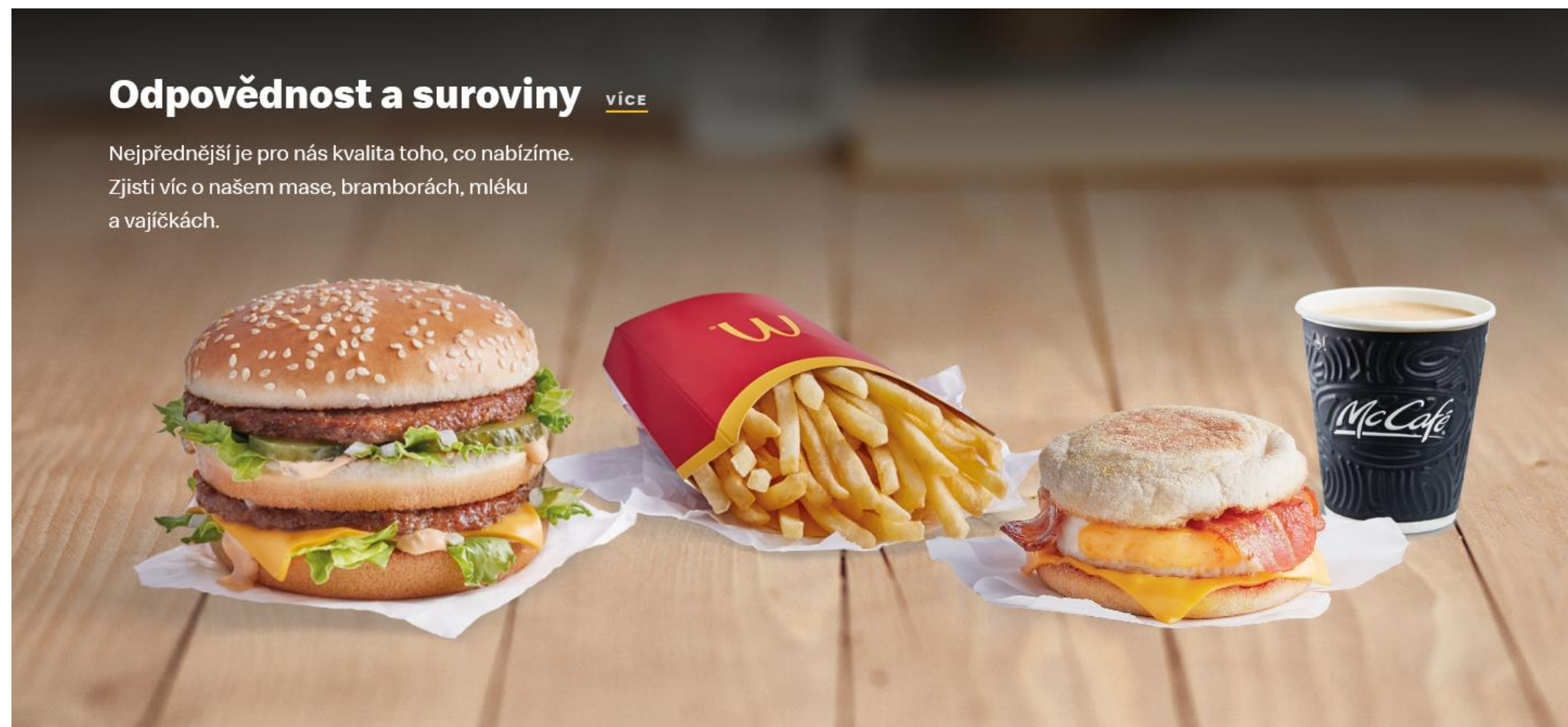
Česká spořitelna se snaží klást důraz na vzdělávání klientů, ale než obecné rady a dlouhé čtení, je to nakonec George, který lidé ocení nejvíc díky přehledu, který tak mají.



Česká spořitelna	Známka (0-10)
Pomáhá klientům zlepšovat jejich finanční zdraví	7.01
Pomáhá klientům lépe hospodařit s jejich rodinným rozpočtem	7.06
Vzdělává své klienty v oblasti financí	<b>6.80</b>
Díky jejímu internetovému bankovníctví mohou lépe hospodařit se svými financemi	<b>8.17</b>

# Dobrá konzistentní a srozumitelná komunikace značky má smysl.

Dokáže totiž vyvolávat lepší dojem z celkového naplnění BX, než jak ji pak lidé hodnotí v detailu (když se nad ní zamyslí 😊 )



Známka (0-10)

**Jak to podle vás tato značka reálně naplňuje (celkové hodnocení)**

**7.28**

<b>Vybrané atributy BX</b>	Používá jen kvalitní suroviny	<b>6.36</b>
	Personál je ochotný a příjemný	<b>7.43</b>
	Cení si svých zákazníků a dává jim to najevo	<b>6.54</b>
	Nabízí vysokou kvalitu za přiměřenou cenu	<b>6.11</b>

Na čem nám v McDonald's záleží?

## Kvalita

Začíná to výběrem dodavatelů a přísnou kontrolou kvality surovin.

Pokračuje přesně stanovenými postupy při přípravě pochoutek McDonald's.

Následuje stálá kontrola hotových výrobků předtím, než je naservírujeme.

A končí to pravidelnou údržbou a modernizací kuchyňského vybavení.

## Čistota

Naše restaurace jsou plně klimatizované.

Dbáme na maximální čistotu, úklid všech prostor probíhá neustále.

Neustále kontrolujeme všechny prostory.

## Obsluha

Jsme „tak trochu jiná restaurace“.

Náš úsměv a pozdravy nejsou vynucené.

Víme, že bez vás nejsme nic.

Ceníme si vaší přízně a dáme vám to najevo.

**Je tedy nutné, aby si značky  
vykolíkovaly vlastní prostor.**

**A ten naplňovaly.**

# Zaměření pouze na očekávání definované kategorií vede k *sea of sameness*

Bankovní účty bez poplatků

Rychlé dodání zásilky

Transparentní jednání

Inspirace

Poštovné zdarma

Zákaznická podpora

Nízké ceny

Rychlé vyřízení reklamace

Čerstvá zelenina

Ekologie

Přehledný web

Dostupnost

Krátká doba čekání

Kvalitní produkty



**Značky ztrácejí  
svou unikátnost**



Brand experience je diferenciátor



Propis brand propozicí  
do reálné zkušenosti

Zážitky a zkušenosti,  
které jsou unikátní  
**pouze** pro váš brand



**air/bank**

I banku máme mít rádi

posad'te se u nás

air/bank





**ÄRENPRIS**  
Polštář s výplní z PET lahví  
**199,-**

## NA JEDEN POLŠTÁŘ PADLO 16 LAHVÍ

Polštáře ÄRENPRIS jsou plněny materiálem z recyklovaných PET lahví. V IKEA se snažíme používat obnovitelné nebo recyklované materiály a minimalizovat odpad tak, abychom postupovali odpovědně vůči životnímu prostředí.

© 2017 IKEA Systèmes B.V. 2017.

**LEPŠÍ ŘEŠENÍ VIDÍME VŠUDE**  
[www.IKEA.cz/lepsireseni](http://www.IKEA.cz/lepsireseni)





www.akcniletaklidl.cz



# Italský TÝDEN



od pondělí 18. června



Správná volba



# Francouzský TÝDEN



OD PONDĚLÍ 28. LEDNA

www.akcniletaklidl.cz



720 ml  
**-33%**  
~~29.90~~  
**19.90**

PASÍROVANÁ RAJČATA / RAJČATOVÁ OMÁČKA S BAZALKOU  
1 l = 27,64 Kč

500 g  
**59.90**



MASCARPONE  
čerstvý sýr ze smetany.

0,75 l  
**79.90**

BÍLÉ VINO  
PERLÉ SUCHE  
PODÁVAT PŘI  
8-10 °C  
10,5% OBJ.



PROSECCO

Chuť vína: je středně plná, harmonická s pěknou ovocností. Dominují zde tóny žlutých mirabelk, jablek a bílých moruš. Dochuť je středně dlouhá a osvěžující.  
Doporučení k pokrmům: vhodné jako aperitiv nebo do Aperol Spritz.  
1 l = 106,53 Kč



SPECIALITES FRANÇAISES  
Dry Cured Salami  
with Trichinella

250g



SPECIALITES FRANÇAISES  
Salami with Walnuts  
Air Dried

250g

250 g  
**69.90**

SALÁM S VLAŠSKÝMI / LÍSKOVÝMI OŘECHY



Chèvre d'argent  
Petit chèvre doux  
Soft Goats' Cheese  
12 Slices

200 g

200 g  
**-28%**  
~~69.90~~  
**49.90**

KOZÍ SÝR  
100 g = 24,95 Kč

125 g  
**-43%**  
~~6.90~~  
**3.90**

FRANCOUZSKÁ BAGETA  
pšeničné pečivo.



Pouze značky, které svůj unikátní positioning naplňují unikátními činy jsou viděny jako unikátní



Brand

x



Experience

=



Unikátnost

Unikátní zážitky mají přímý vliv na business

44%

je ochotno platit prémiovou částku výměnou za unikátní zážitek

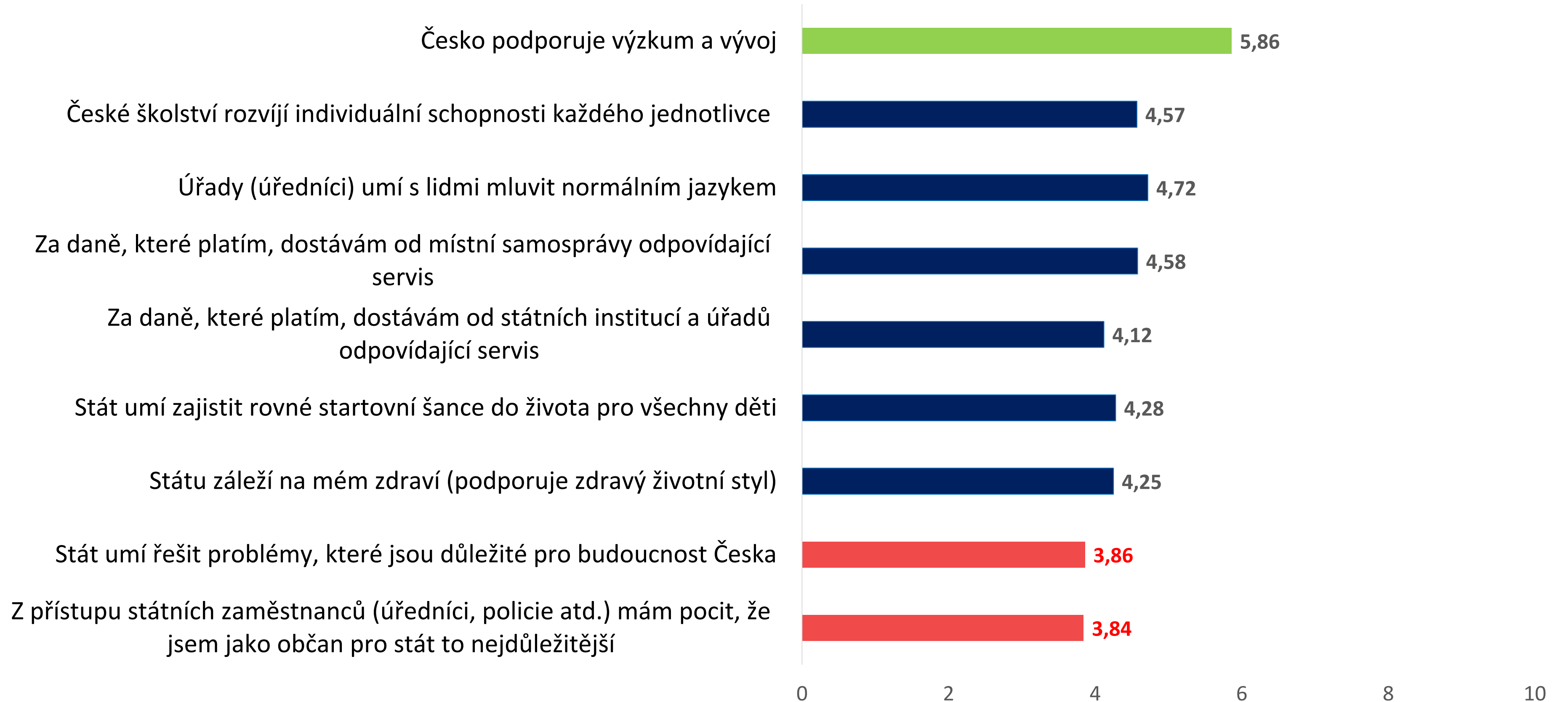
62%

souhlasí s tím, že „Předchozí unikátní zkušenost je velmi důležitá při rozhodování, které konkrétní značky budu v budoucnu kupovat.“

**A jak naplňuje svou vizi  
značka Česká republika?**



# A jak si stojí značka Česká republika?



**Stále si tedy myslíte, že  
je vaše značka unikátní?**