

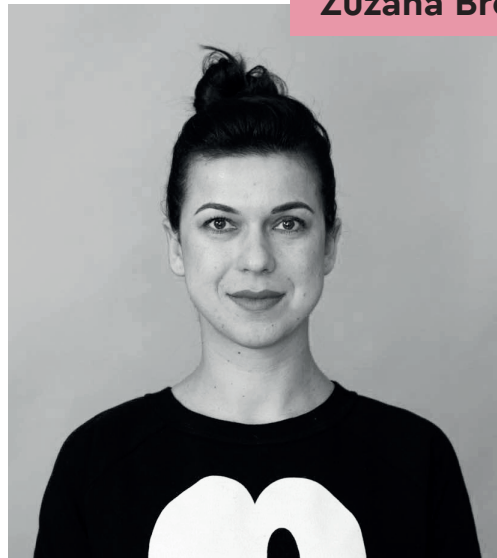
Implementace značky:

Co se může po*





Honza Páv



Zuzana Brečanová



Lidi vám novou značku nevěří



Lidi nám novou značku nevěří

(= Nepoznání současného stavu značky)

1. Zjistěte, zda jde o existující problém.
2. Udělejte si průzkum mezi zákazníky i zaměstnanci.
3. Dobře zvažte, jak moc odlišná může nová značka být.



**Změnu, kterou se chystáte udělat,
si musíte před lidmi obhájit.**



Zaměstnanci to mají na párku



Zaměstnanci to mají na páрку

(= Nevzbudili jste zájem zaměstnanců o značku)

1. Dotazník na problémy v týmu a Mapa bolavých míst.
2. Dotazník na vnímání značky zaměstnanci.
3. Principy spolupráce.



**Zájem o lidi musí být vždy upřímný.
Pokud tým odhalí, že děláte jen zjišťná
gesta, je s vámi amen!**



Máte práce nad hlavu
a značka stojí



Máte práce nad hlavu a značka stojí (= Projektové problémy)

1. Ujistěte se, že máte v týmu všechny důležité kompetence.
2. Najděte si čas, není to jen o sezení na workshopech.
3. Spočítejte si celkové náklady projektu.



**Uvedení značky se neděje
ve vzduchoprázdnu, řiďte ho jako projekt.**



Rychle jste blafli
a stejně rychle vyhořeli



Rychle jste blafli a stejně rychle vyhořeli

(= Nesmí vás opustit síla)

1. Než se do toho pustíte, zeptejte se 5× proč.
2. Udělejte z práce na strategii téma.
3. Realizujte postupné kroky.



**Do práce na strategii namoňte
i zbytek týmu. Až vám dojde síla, nenechají
vás to vzdát.**



Máme novou definici značky
a ono to nefunguje



Máme novou strategii a ona nefunguje

(= Zjistili jste, že ve strategii není vše platné)

1. Uvědomte si, že jste se nemuseli trefit na první dobrou.
2. Dejte prostor kritickým myšlenkám (pozor na groupthink!).
3. Vyhrňte si rukávy a pusťte se do nápravy.



**Problém v definici značky je jako
podomní prodejce. Vyhodíte ho dveřmi
a vrátí se vám oknem.**



Ředitel všehomíra



Ředitel všehomíra

(= Do procesu přišel nový člověk)

1. Zapojte vznikající značku do náborového procesu.
2. Nepodceňte předání strategie.
3. Vytvořte pro něj bezpečné prostředí.



**Ryba smrdí od hlavy. Pokud si za značkou
nestojíte vy, těžko to můžete chtít
po nováčkoví.**





MAKEVISION

Honza Páv

honza@makevision.cz

**Taste
Lovebrand**

Zuzana Brečánová

zuzana@lovebrand.cz

makevision.cz/brandstorming