

## BRAND

### Pohľad na vlastnú značku

Aký problém sa pokúšate vyriešiť?

Z čoho ste nadšení?

Čo z toho máte a čo očakávate ?

Vaša vízia:

Čo považujete za svoj osobný úspech?

Čo považujete za úspech svojej značky?

### **Hodnoty značky (manifest):**

Ako značka si stojíme za tým, že

Nikdy nebudeme stáť za tým, že...

Nikdy neprestaneme...

Vždy sa sústredíme na...

Naším záväzkom je...

### **Osobnosť našej značky**

Aký charakter a aká tonalita našej značky majú šancu zaujať zákazníkov:

formálna	neformálna
praktická	kreatívna
luxusná	dostupná
profesionálna	priateľská
tradičná	moderná
seriózna	hravá
priemyselná	remeselná
maskulínna	feminínna
skromná	líderská
etická	pragmatická
transparentná	tajomná

Čo chceme, aby zákazníci zo značky/jej názvu/komunikácie cítili?

Pohodu	Skromnosť	„Coolovosť“
Radosť	Priamosť	Nezávislosť
Sebaistotu	Nadradenosť	Trendovosť
Humor	Autoritatívnosť	Férovosť
Nadšenie	Priateľskosť	Sofistikovanosť
Energiu	Hravosť	Šarmantnosť
Pokoj	Majstrovstvo	Tvrdosť
Tajomno	Serióznosť	Neprístupnosť
Cynizmus	Pracovitosť	Jednoduchosť

Naša značka chce zákazníkov primárne:

Zabaviť

Očariť

Poučiť

Inšpirovať

Motivovať

Upokojiť

Informovať

Aktivizovať

Povzbudiť

## **ULICA NAŠEJ ZNAČKY**

Toto je zoznam názvov priamych a nepriamych konkurentov, od ktorých sa treba odlíšiť. Nemusia byť teraz na našom trhu, rátajte s tým, že budete rásť, a zahrňte doň aj budúce krajiny:

Opíšte si vizuálny svet svojich konkurentov. Ich farby, symboly, štýl fotografií... Čo ich spája:

Najčastejšie problémy zákazníkov sú:

Najčastejšie strachy zákazníkov sú:

Najčastejšie predstavy o dobrej značke v našej kategórii sú:

P. S.: Ako ich riešia vaši konkurenti a kde majú medzery?

## MINÚTOVÉ PREDSTAVENIE

**Čo? Komu? Ako? Prečo?**

Čo robíme?

Komu sa snažíme pomôcť?

Ako to robíme? Čo nás odlišuje?

Prečo to robíme?

Aký problém riešime?

Aké je „naše“ riešenie tohto problému?

Keby nám teraz niekto ponúkol milión, tak by sme ho vo firme využili na...

Môžete nám dôverovať, lebo...

## SEQUOIA FRAMEWORK PREDSTAVENIA

### Účel/poslanie spoločnosti (Company purpose)

Definujte svoju spoločnosť jednou oznamovacou vetou. Je to ťažšie, ako to vyzerá. Je ľahké nechať sa uniesť zoznamom funkcií namiesto skoncentrovania svojho poslania.

### Problém

Popíšte bolesť vášho zákazníka. Ako sa dnes rieši a aké sú nedostatky súčasných riešení?

### Riešenie

Vysvetlite svoj heuréka moment. Prečo je vaša „value proposition“ jedinečná a presvedčivá? Prečo vám vydrží? Ako bude pokračovať?

### Prečo teraz? (Why now?)

Najlepšie spoločnosti majú takmer vždy jasné „prečo práve teraz“. Príroda nenávidí vákuum – prečo nebolo vaše riešenie vytvorené skôr? Presvedčíte ostatných, že vidíte to, čo iní nevidia.

### Trhový potenciál:

Identifikujte svojho zákazníka a svoj trh. Niektoré z najlepších spoločností vymýšľajú svoje vlastné trhy.

### Konkurencia/alternatívy:

Kto sú vaši priami a nepriami konkurenti? Ukážte, že máte plán vyhrať.

### Produkt

Popíšte produkt a jeho funkcionality, architektúru, vlastnosti alebo, ešte lepšie, ukážte ho, predvedte jeho demo. Pridať môžete informácie, čo s ním ďalej plánujete.

### Obchodný model:

Ako plánujete prosperovať?