

1. Dotazník

OSOBNÉ ZRKADLO ZNAČKY

Čo vás vedie k založeniu značky?

Aký problém sa pokúšate vyriešiť?

Čo vám nedá spať?

Z čoho ste nadšení?

Moje očakávanie od značky

Chcem vlastnú značku, lebo...

Čo z toho máte?

Čo od toho očakávate?

Vaša vízia:

Čo považujete za svoj osobný úspech?

Vízia značky:

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

2. Dotazník

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:

Aké sú PSP (problémy, strach, predstavy) vašich zákazníkov na tejto ulici?
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?

Existujúca ulica značky	Nová ulica značky
Existujúce konkurenčné prostredie	Snaha vytvoriť si vlastný, nový trh
Preberanie zákazníkov	Vytváranie zákazníkov
Cieľ poraziť konkurentov	Konkurenti sú irelevantní alebo dokonca vítaní
Predávať cez existujúci dopyt	Predávať cez vytvorenie dopytu
Snaha ponúkať najnižšie ceny, negatívny vplyv na zisk a kvalitu	Snaha ponúkať vyššie ceny, pozitívny vplyv na zisk a kvalitu
Drobné zlepšenia produktov, služieb, spôsobov predaja, komunikácie	Produkty, služby, spôsoby predaja, komunikácie, ktoré iné firmy nemajú
Atraktívna a rýchlo rozpoznateľná značka	Atraktívna a rýchlo rozpoznateľná značka

3. Dotazník

MINÚTOVÉ PREDSTAVENIE

Čo? Komu? Ako? Prečo?

Čo robíme?

Komu sa snažíme pomôcť?

Ako to robíme? Čo nás odlišuje?

Prečo to robíme?

Extra:

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...

4. Dotazník

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, predvedzte jeho demo. Pridať môžete informácie, čo s ním ďalej plánujete.

Obchodný model:

Ako plánujete prosperovať?

Tím:

Povedzte príbeh svojich zakladateľov a kľúčových členov tímu.

Finančné údaje:

Ak nejaké máte, uveďte ich.

Vízia (Company vision):

Ak všetko pôjde dobre, čo vytvoríte za päť rokov?

5. Dotazník

CHAOS-PROOF BRAND V JEDNEJ MINÚTE

Čo, ako, prečo, s akým výsledkom robíme pre našich klientov?

Napr. „*Sme Mint.com, bezplatná a jednoduchá služba na správu financií online.*“

Problém, ktorý riešime

Naše riešenie tohto problému je

Keby nám teraz investor ponúkol milión, vo firme by sme ho využili na

Investori nám môžu dôverovať, lebo

6. Dotazník

SKÚŠKA SPRÁVNOSTI PREDSTAVENIA

CHAOS-PROOF ZNAČKY

Keby mal vyjsť článok o mojej osobe, ideálne by bolo, aby jeho nadpis bol:

Keby mal vyjsť článok o mojej firme, ideálne by bolo, aby jeho nadpis bol:

Keby mal vyjsť článok o našom produkte/službe, ideálne by bolo, aby jeho nadpis bol:

Keby mal vyjsť článok o tom, že sme získali investíciu, tak by jeho nadpis bol:

TIP: Napíšte si sami o sebe titulok článku v štýle: *This Startup Raised Millions To Make (Add anything) More Efficient And Sustainable.*

Tento startup získal milióny na to, aby ... viac ... a...

Napíšte si ešte raz odpovede na tieto dve otázky

Chceme, aby si ľudia o našej značke hovorili:

Chceme, aby sa s nami spájalo: