

# The Ultimate Brand Clarity Checklist



Vítejte. Tento jednoduchý, výkonný a snadno použitelný nástroj je navržen ke kultivaci a přesnému vyjádření DNA vaší značky - jejího poslání, mise, hodnot, cílového publika a celkového výkonu.

---

# Tato příručka je důležitým vodítkem pro všechny brand owners. **Jasná a jednotná definice značky stabilizuje a usnadňuje:**

---

- \\ **Chápání značky** napříč všemi skupinami nejen uvnitř firmy
- \\ **Zaměření aktivit** (klientské, celospolečenské, zaměstnanecké, partnerské, procesní i finační)
- \\ **Strategické & Obchodní plánování značky** - nastavení priorit
- \\ **Nastavení pozice na trhu tak**, aby dobře oslovovala cílové skupiny a odlišovala značku od konkurence
- \\ **Měření zdraví značky**
- \\ **Navíc nabízí základnu, inspiraci, argumenty a emocionální tonalitu pro vytvoření autentického příběhu značky, ale i reklamy a PR**



## 1. POPIŠTE POSLÁNÍ VAŠÍ ZNAČKY

**Otázka:** Proč existuje vaše značka?

**Úkol:** Jasně a stručně popište poslání vaší značky. Jaká je její přidaná hodnota. Jaký impakt chce zanechat ve světě.

---

## 2. NASTIŇTE MISI ZNAČKY

**Otázka:** Jaké každodenní aktivity a cíle vedou vaši značku k naplnění jejího poslání?

**Úkol:** Popište stručně, co vaše značka dělá. Jde spíše o každodenní operativu a cíle, kterými se řídíte, abyste naplnili poslání značky.

---

## 3. IDENTIFIKUJTE SVÉ ZÁKLADNÍ HODNOTY

**Otázka:** Jakými principy se řídíte?

**Úkol:** Uveďte 3–5 základních hodnot, které rezonují s étosem vaší značky.

---

## 4. URČETE SVOU CÍLOVOU SKUPINU

**Otázka:** Koho se snažíte oslovit?

**Úkol:** Podrobně popište svou cílovou skupinu, včetně demografických, psychologických a behaviorálních charakteristik.

---

## 5. ZHODNOŇTE VÝKON SVÉ ZNAČKY

**Otázka:** Jak se vaší značce daří naplňovat vytyčené cíle?

**Úkol:** Identifikujte klíčové ukazatele výkonu (KPI) a nastavte si měřitelné cíle.



# BĚŽNÉ MÝTY O BUDOVÁNÍ ZNAČKY

---

## MÝTUS 1: STAČÍ MÍT SKVĚLÝ PRODUKT

### Pravda

I když je skvělý produkt nezbytný, budování značky zahrnuje vytvoření emocionálního pouta se zákazníkem, vybudování důvěry a odlišení vaší značky od konkurence skrze konzistentní komunikaci a silnou vizuální identitu.

---

## MÝTUS 2: NEOPRAVUJME TO, CO FUNGUJE

### Pravda

Značky se často dostávají do pasti, když se spoléhají na to, co fungovalo v minulosti. To vede k uvíznutí v komfortní zóně. Na neustále se vyvíjejícím trhu může takové uvažování bránit růstu i inovacím, které jsou pro schopnost značky neustále se přizpůsobovat potřebám trhu zcela zásadní.

---

## MÝTUS 3: ZÁKAZNÍCI MAJÍ O ZNAČKU OPRAVDOVÝ ZÁJEM

### Pravda

Zákazníci se zajímají především o to, jaký prospěch jim značka vnese do života. Spíše než značka samotná je zajímavá hodnota, zážitek či řešení, která značka nabízí nebo poskytuje. Efektivní budování značky se zaměřuje na poskytování hodnoty a zprostředkování pozitivní zkušenosti.



#### **MÝTUS 4: BRANDING JE JEN LOGO A SLOGAN**

**Pravda**

Branding je mnohem obsáhlejší, pokrývá celkové vnímání značky, včetně zákaznické zkušenosti, firemní kultury, komunikace a vizuální identity. Je to závazek, který dáváte svým zákazníkům včetně toho, jak jej hodláte naplnit.

---

#### **MÝTUS 5: BUDOVÁNÍ ZNAČKY JE DRAHÉ**

**Pravda**

I když rozsáhlé imageové kampaně mohou být vcelku nákladné, efektivního budování značky lze dosáhnout s jakýmkoli rozpočtem. Konzistentní komunikace, vynikající zákaznický servis a dobře definované poslání značky mohou mít výrazný dopad aniž by se narušila rovnováha firemního účtu.

---

#### **MÝTUS 6: BRAND BUILDING JE JEN PRO VELKÉ ZNAČKY**

**Pravda**

Brand Building je zásadní pro podniky všech velikostí. Dokonce i malé podniky a startupy potřebují silnou značku, aby se odlišily se na trhu, vybudovaly si loajalitu zákazníků, a dokázaly růst.

---

#### **MÝTUS 7: REPOSITIONING JE ZNAMENÍM NEÚSPĚCHU A SELHÁNÍ**

**Pravda**

Repositioning je strategickým krokem, který reflektuje potřebu změny směřování značky, zacílení na nové publikum atd. Je jasným manifestem evoluce a modernizace značky. Je znamením inovativního přístupu, snahy o udržení relevance a stimulace růstu.

---

**Tyto mýty často vedou k mylným představám o tom, co účinné budování značky zahrnuje. Pochopení reality, věci takových, jaké opravdu jsou, vám může pomoci udělat skutečný impakt a vytvořit působivější a silnější značku.**



**weareginger**

---

Nyní, když jste se vybaveni lepšími insighty a nástrojem ke zpřesnění poslání, mise a hodnot vaší značky, je čas podniknout další krok, abyste dosáhli jasného zacílení a zajistili své značce růst.

## **JSTE ROZHODNUTI POSUNOUT SVOU ZNAČKU?**

---

Napište na [jirka@weareginger.com](mailto:jirka@weareginger.com) a naplánujte si **bezplatnou 30minutovou strategickou schůzku**. Společně vytvoříme funkční plán, jak pozvednout vaši značku a zajistit jí jedinečnou pozici na trhu.

**Pamatujte, že potenciál vaší značky je neomezený, ale vše začíná správnými kroky – a ty první teď máte ve svých rukou.**

**Pojďme z tohoto kontrolního seznamu udělat akční plán!**

