



**Lead
Magnet**



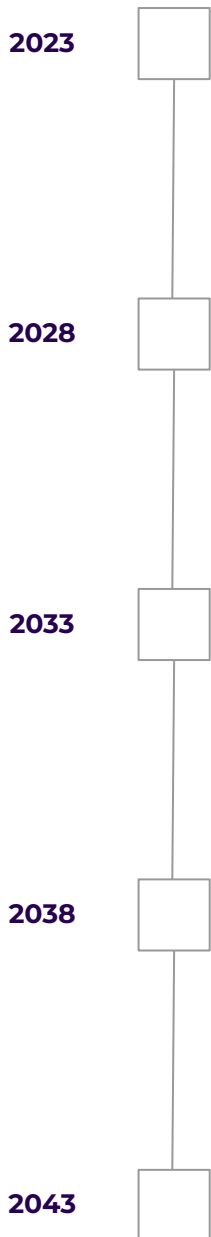
Brand Sprint





Roadmapa na 20 let

Zapřemýšlejte na tím, co bude Vaše společnost dělat za 5, 10, 15 a 20 let, v kontextu toho, jak se změní trh. Vepište svoje predikce bodově přímo pod jednotlivé roky.





Zlatý kruh

Podívejte se na váš business v širším kontextu a zkuste zapřemýšlet. Co děláte? (např. opravujete auta). Jak to děláte? (např. s důrazem na kvalitu a prozákaznický přístup).
A proč to děláte? (protože pomáháte dostat se lidem tam, kam potřebují).



Proč?

Jak?

Co?



Hlavní hodnoty

Jaké jsou hlavní hodnoty (např. inovativnost, důvěryhodnost, zkušenost) vaší značky? Zkuste je seřadit od té podle Vás nejdůležitější. Stačí vyjmenovat 3-4 hlavní, pokud vás jich napadne více, dopište si je.

1.

2.

3.

4.

Další



Hlavní publika

Jaká jsou hlavní publika (např. zákazníci, zaměstnanci, odborná veřejnost) vaší značky?
Zkuste je seřadit od toho podle Vás nejdůležitějšího. Stačí vyjmenovat 3-4 hlavní,
pokud vás jich napadne více, dopište si je.

1.

2.

3.

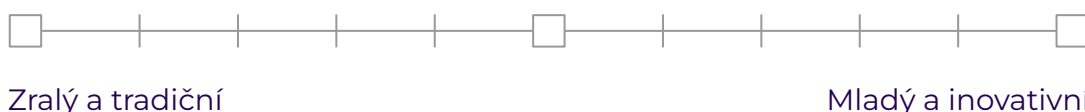
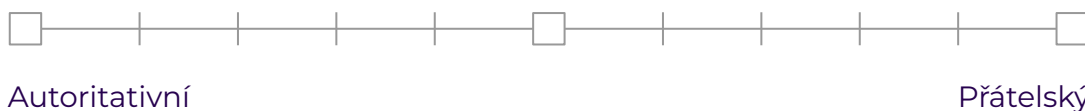
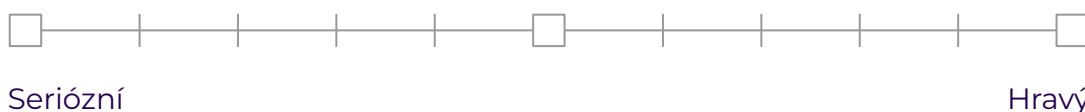
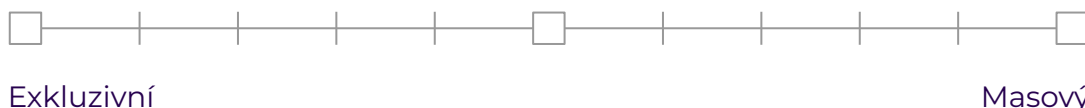
4.

Další



Profil značky

Vyprofilujte svou značku podle uvedených vlastností. V každém řádku využijte kterýkoliv z 11 bodů včetně středu a krajních bodů. Zaměřte se čistě na svou značku a hodnoty, nikoliv na to, co děláte nebo jak vy sami smýšlíte.





Konkurenční osa

Zmapujte svoji značku a svoje konkurenty (jako automobilky) na této ose. U svojí značky, pokud se liší, označte aktuální i očekávaný stav. Hodnoty jako důvěra a spolehlivost jsou v levém dolním rohu, inovace a zapálení v pravém horním.

