

Značka není logo ani barvy - je to příběh, který lidé cítí, když se s vámi setkají. Budování značky je dlouhodobý proces, který spojuje autenticitu, konzistenci a emoce. Alfréd vám pomůže tento proces uchopit strategicky i kreativně.

Pomůže vám:

- **pojmenovat podstatu značky** - kdo jste, co nabízíte a proč to děláte,
- vytvořit **jasnou identitu a hlas značky**, který lidé poznají na první pohled,
- definovat **hodnoty, misi a vizi**, které rezonují s vaším publikem,
- přetavit příběh značky do **konkrétních formátů** - web, sociální sítě, prezentace,
- a vyprávět **autentické příběhy**, které budují vztah, ne jen pozornost.

S Alfrédem získáte strategického partnera i kreativního parťáka - pomůže vám značku nejen pochopit, ale skutečně žít.

JAK ZAČÍT ROZHOVOR S ALFRÉDEM

Než začnete tvořit, dejte si chvíli k zamyšlení: *Jak chci, aby mě lidé vnímali?* Alfréd vám pak pomůže tuto představu převést do konkrétních kroků.

1. Vyčistěte stůl

„Chceme mít jasněji v tom, kdo jsme jako značka a jak se chceme prezentovat. Pomůžeš nám to definovat?“

2. Sdílejte kontext

Popište svou historii, osobnost, cílové publikum a to, co chcete, aby lidé cítili, když vás poznají.

„Jsme značka zaměřená na osobní rozvoj a zdraví. Chceme, aby lidé cítili klid, důvěru a inspiraci.“

3. Otevřete téma identity

„Jak bychom mohli jednoduše popsat, čím jsme jiní?“

„Jak převést náš příběh do komunikace, která zanechá dojem?“

POSTUP, JAK TÉMA PROZKOUMAT

1 DEFINUJTE DNA ZNAČKY

Začněte od jádra - proč značka existuje, jaký má účel a komu slouží. Alfréd vám pomůže tyto odpovědi formulovat do jasných a inspirativních vět.

Ukázkové otázky:

- Jaká myšlenka stála u zrodu naší značky?
- Jaký problém lidem pomáháme řešit?
- Co bychom chtěli, aby si lidé spojovali s naším jménem?

2 URČETE HLAS A OSOBNOST ZNAČKY

Každá značka má svůj tón, styl a energii. Společně s Alfrédem vytvoříte slovník značky, který zajistí konzistenci v komunikaci.

Ukázkové otázky:

- Jak by naše značka mluvila, kdyby byla člověk?
- Jaký tón chceme používat (inspirační, přímý, přátelský, odborný)?
- Jaké slova nebo fráze jsou pro nás typické - a jakým se naopak chceme vyhnout?

3 VYPRÁVĚJTE PŘÍBĚH, KTERÝ ZAPAMATUJÍ

Dobré značky vyprávějí příběhy, skvělé značky se stávají jejich součástí. Alfréd vám pomůže vytvořit strukturu příběhu, který se přirozeně promítne do každého textu i vizuálu.

Ukázkové otázky:

- Jak bychom mohli převyprávět naši cestu od začátku po současnost?
- Jaké momenty formovaly naši značku?
- Jaký archetyp (průvodce, rebel, pečovatel, inovátor...) nejlépe vystihuje naši roli?

4 PŘEVEĎTE STORYTELLING DO MARKETINGU

S Alfrédem dokážete z příběhů vytvořit obsah pro sociální sítě, e-maily i web - včetně série příspěvků, které postupně budují důvěru.

Ukázkové otázky:

- Jak můžeme přetvořit příběh zakladatele do série příspěvků?
- Jak vyprávět o produktu tak, aby působil lidsky a přirozeně?
- Jaké příběhy z praxe klientů můžeme bezpečně a eticky sdílet?

5 VYTVÁŘEJTE KONTINUITU A DŮVĚRU

Značka se nerodí přes noc. Společně s Alfrédem můžete nastavit dlouhodobou komunikaci, která udržuje pozornost a posiluje vztah se zákazníky.

Ukázkové otázky:

- Jak udržet konzistenci napříč kanály a týmem?
- Jak můžeme ve vyprávění přirozeně ukazovat naše hodnoty?
- Co dělat, když se značka vyvíjí a potřebuje nový směr?

CO MŮŽETE ZKUSIT DÁL

- Požádejte Alfréda o vytvoření **Brand DNA dokumentu** - shrnutí hodnot, hlasu a vizuálního směru značky.
- Vytvořte společně **příběh zakladatele** ve třech formátech: text, video a sociální příspěvek.
- Zeptejte se:

„Jaký příběh bychom mohli sdílet, aby se lidé cítili součástí naší značky?“

- Nebo:


„Jak by vypadala naše značka, kdyby se zhmotnila do postavy?“

SMYSL TOHOTO POSTUPU

Tento guideline vám pomáhá proměnit značku v živý organismus - s jasnou osobností, emocí a smyslem.

S Alfrédem se naučíte:

- vnímat značku jako vztah, ne marketingový nástroj,
- vyprávět příběhy, které spojují a inspirují,
- a vytvářet identitu, kterou lidé nejen poznají, ale i cítí.

 Každý rozhovor s Alfrédem o značce by měl skončit **hlubším pochopením, kým jste, a jistotou, jak to vyjádřit světu.**



BONUS: MINIPROMPTY NA ZKOUŠKU

- *„Pomoz nám vytvořit příběh značky, který zaujme během 30 sekund.“*
- *„Jaký archetyp by nejlépe vystihoval naši značku a proč?“*
- *„Jak bychom mohli přepsat naši misi tak, aby působila inspirativněji?“*
- *„Pomoz nám vytvořit sérii příspěvků, které vyprávějí příběh naší cesty.“*