

Dr. Andrej Pompe

Česar ne zmore človek, to lahko stori znamka

20 november 2019



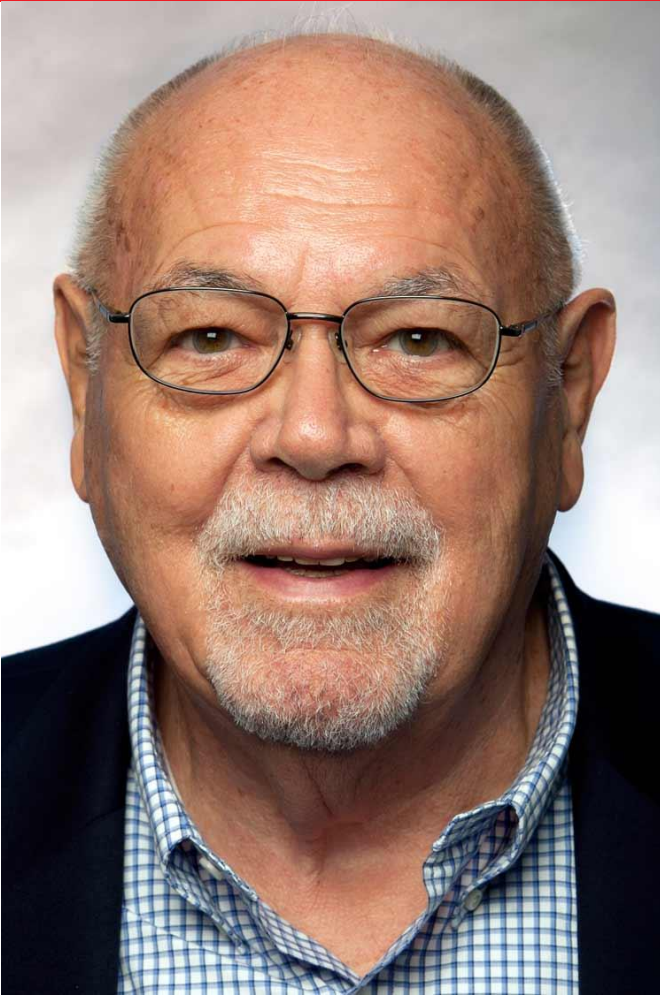
Znamka ali
označba?



“Tržna znamka sama po sebi nima nikakršnega objektivnega obstoja – je samo zbirka percepcij, ki jo imajo porabniki o znamki v svojih glavah.”

(Fournier, Susan. Consumers and Their Brands: developing Relationship Theory in Consumer Research, 1998)





“Znamka predstavlja odnos, ki ga sproži neki oznamčeni izdelek, storitev, podjetje, mesto, destinacija, država ...”

(parafraza trditve g. Dona Schultza:

“Brand predstavlja odnos, ki ga sproži nek trademark)”

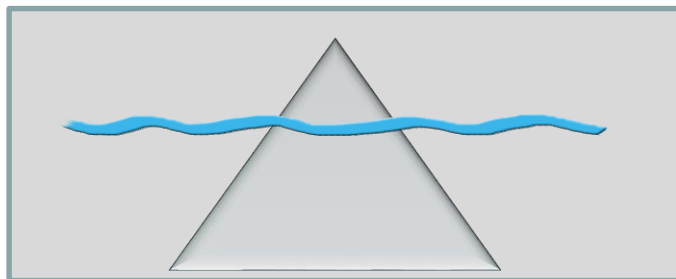
Paradoksi znamk



• *osebnost*



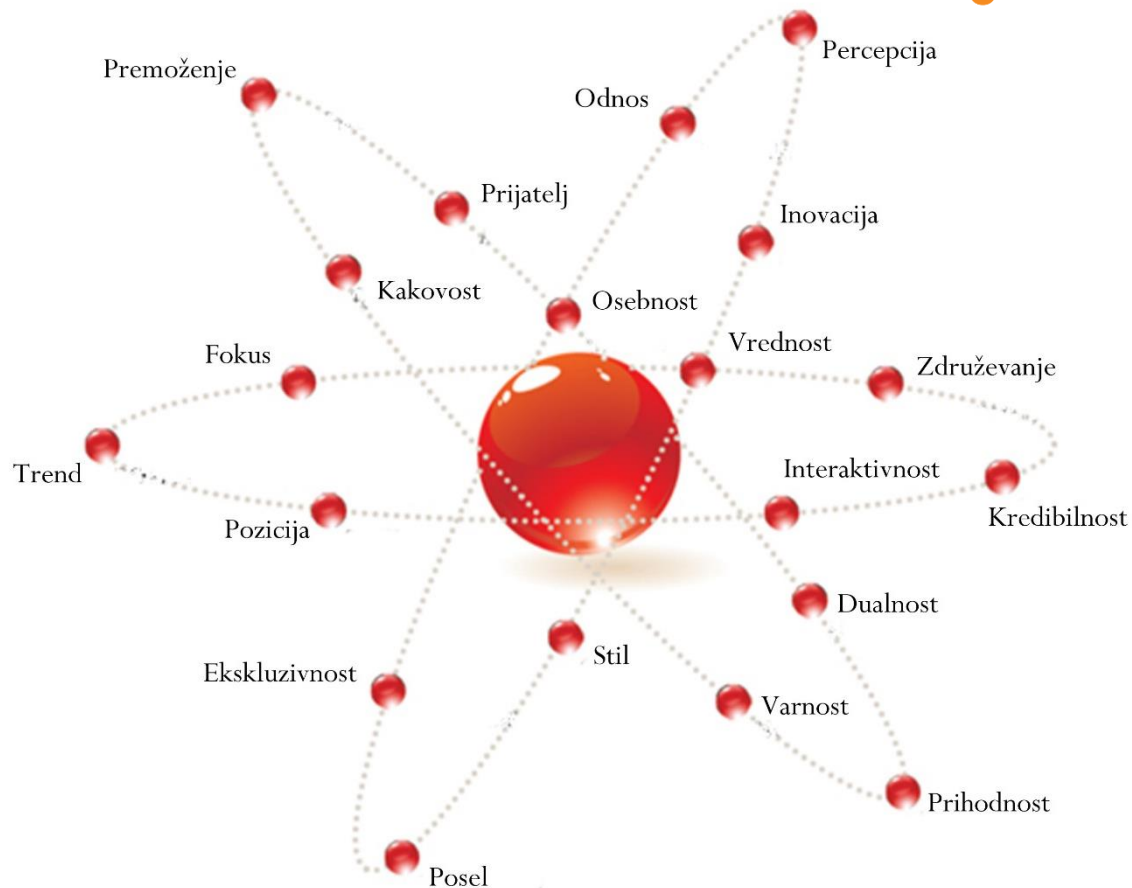
• *resnično »lastništvo« znamke*



• *vidni in nevidni del*

Bistvo znamke

*„Osebnost, ki dela
namesto nas!“*





-ŽEMLJARNA-

Oprostite, ali pri vas prodajate žemljice?



Retorična vprašanja

“Ali je znamka ključna za uspešno tržno realizacijo?”

Ali znamka v trenutku prikliče ugled izdelka, storitve, podjetja, mesta, destinacije, države ...?

Ali znamka dodaja izdelkov, storitvam, podjetjem, mestom, destinacijam, državi ... vrednost?

Ali je dovolj da znamka samo loči določene izdelke, storitve, podjetja, mesta, destinacije, države ... od konkurenčnih?

Kdo je Slovenija kot znamka?

Načelnež, ki je:

*priden
marljiv
preprost
neopazen
konformen
neodločen
sramežljiv
razdvojen
se drži zase*

...



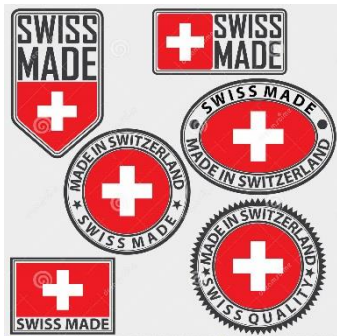
Sposobnež, ki je:

*inovativen
odprt
smel
dosleden
konkurenčen
izstopajoč
korajžen
se povezuje
verjame vase*

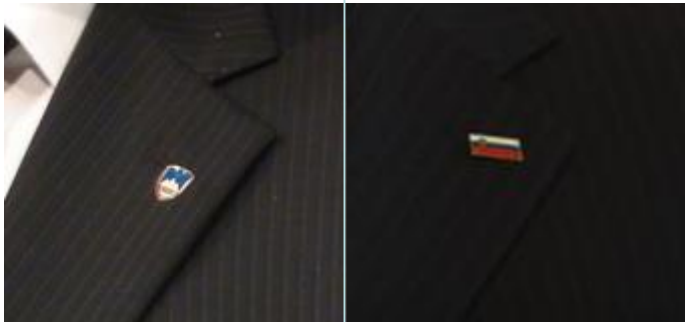
...



Švica kot znamka za gospodarstvo



Kdo je Slovenija kot znamka?



Kako bi razumeli Gorenje, če bi ...?



Kaj bi umestili na slovenski izdelek, če bi ga hoteli označiti s Slovenijo?



I FEEL
SLOVENIA





Zakaj večina slovenskega
gospodarstva ne uporablja
znamke Slovenija?

Zakaj so „I feel Slovenia“ doslej po 12 letih uspeli zares prepoznati kot znamko, ki dodaja vrednost le 2 sferi: turizem in šport?

Zakaj se nekateri bojijo besede LOVE v Sloveniji?

Ali sLOVEEnija ne sodi v znanost, kulturo, finance, gospodarstvo, logistiko, transport, kmetijstvo, industrijo, diplomacijo, politiko, šolstvo, manjšinsko politiko, državnost ...?

So to zgolj:

- žgoča vprašanja ali nerazumevanje ali
- nesamozavest ali
- zatajitev ali
- nezaupanje ali
- samopašnost ali
- sramovanje ali
- neznanje ali
- posledice zgodovine ali
- strah pred spremembami ali
- konformizem ...

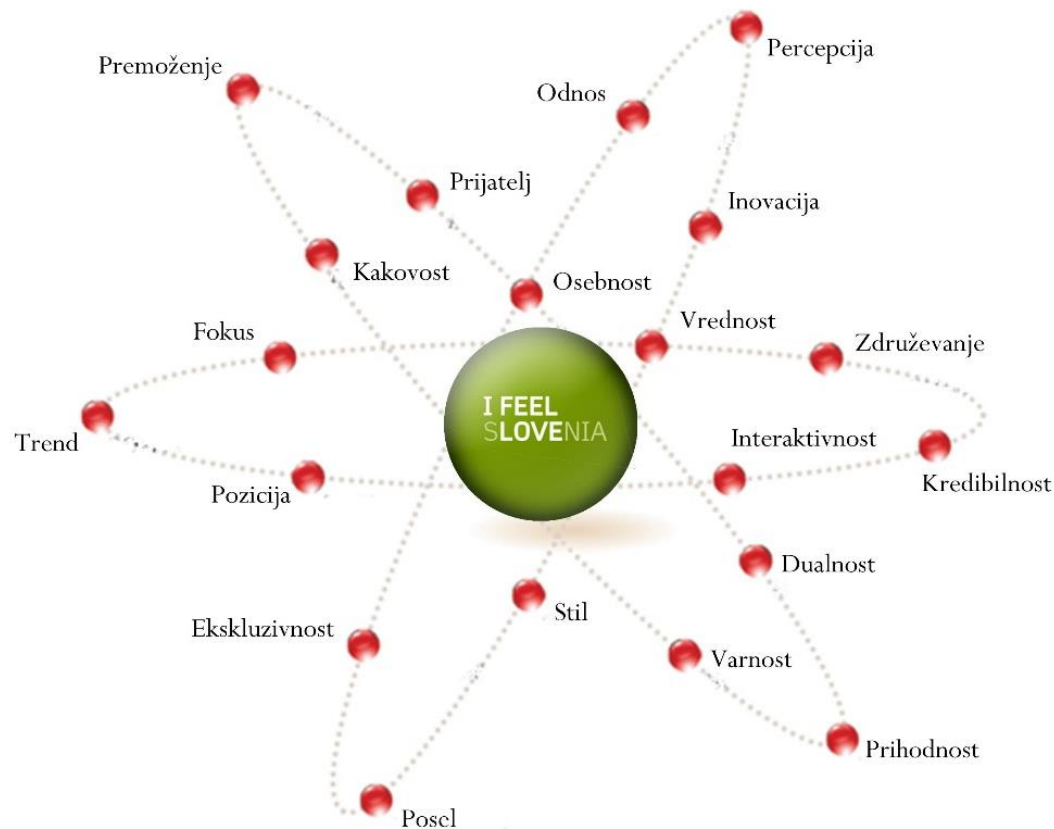
I FEEL
SLOVENIA


= Made In Slovenia = Slovenia Origin = Slovenia Made?



Če bi se moral
odločiti, potem me
bo vodilo mnogokrat
preverjeno dejstvo:

**skoraj 9/10 vseh
odločitev nastane na
podlagi čustev**





„Glej, glej, glej, glej sonce na vzhodu,
glej, glej, glej, glej Slovence na pohodu,
glej, glej, glej, čez hribe in doline,
glej, glej, glej, v slavo domovine,
v dobrem in v slabem za Slovenijo živimo,
ko je treba it do konca, mi ne popustimo.“



Dr. Andrej Pompe

This document is solely for presentation purposes. BrandBusinessSchool holds the copyright. The passing on of this document to third parties or use of it in whole or in part requires the explicit consent of BrandBusinessSchool and the author dr. Andrej Pompe.

Please contact:

Dr. Andrej Pompe, andrej.pompe@brand-business-school.com