



# 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.

2025

2030

2035

2040

2045



# 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.**

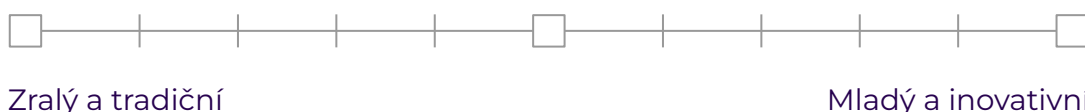
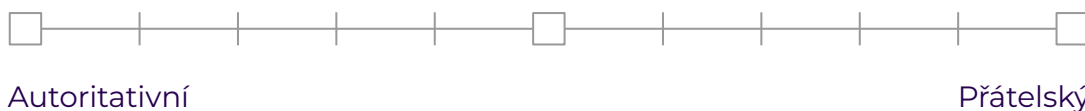
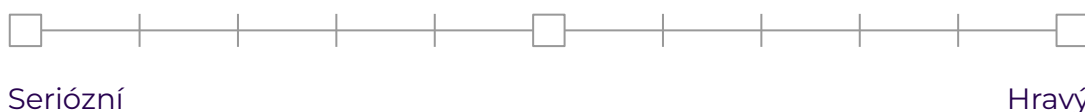
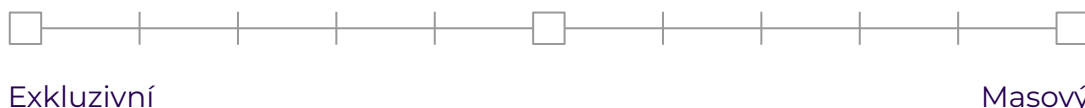
---

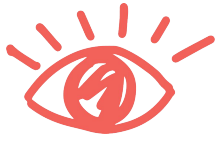
**Další**



# 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.

