

Jsem

Pavel CAHLÍK

A jsem na značky!



**Jak bych investoval
200 000 CZK
do marketingu
nového byznysu?**



- Podnikatelský plán
- Právní služby
- Registrace a licence
- Pojištění
- Pronájem kancelářských prostor nebo prostor pro podnikání
- Kancelářské vybavení (stoly, židle, počítače, tiskárny)
- Webové stránky a doména
- Marketingové materiály (vizitky, brožury, letáky)
- Reklama a marketing (online a offline)
- Software (účetní software, CRM systémy, atd.)
- Zásoby a materiál
- Zaměstnanci a jejich školení
- Bankovní účet a finanční služby
- Vývoj produktů nebo služeb
- Výzkum a analýza trhu
- Účetnictví a daňové poradenství
- IT infrastruktura a zabezpečení

- Dopravní prostředky (pokud je potřeba pro podnikání)
- Komunikace a telefonní služby
- Náklady na networking a členství v profesních organizacích
- Profesionální fotografie a grafický design
- Náklady na branding a firemní identitu
- Systémy řízení kvality
- Skladové prostory
- Ochrana duševního vlastnictví (patenty, ochranné známky)
- Konzultační služby
- Právní dokumenty a smlouvy
- Sociální média a obsahový marketing
- Náklady na školení a rozvoj dovedností
- Asistentské služby nebo virtuální asistenti
- Náklady na cestování a dopravu
- Péče o zákazníky a podpora
- Ochranné prostředky a bezpečnostní vybavení (pokud je potřeba)

- Rozvoj firemní kultury a zaměstnanecké benefity
- Investice do udržitelnosti a ekologických opatření
- Údržba a servis zařízení
- Aktualizace a inovace technologií
- Analyza dat a reporting
- Investor relations a komunikace s partnery
- Náklady na dodavatele a externí partnery
- Reprezentační náklady (setkání s klienty, partnery)
- Náklady na pracovní pomůcky a ochranné vybavení
- Antidepresiva
- ...







200 000,-





leden únor březen duben květen červen červenec srpen září říjen listopad prosinec



Brand!

Nebo aspoň jeho minimum.



Proč?



ZNAČKA

=

**ŘEŠENÍ
MÉHO
PROBLÉMU**



Taky protože...



**Prodeje
z kampaní**

**Performance
Plateau**

**Brandové
aktivity**

**Synergické
efekty
na „výkon“**

Stálé výkonnostní kapaně



Takže jak na brand?

Nebo na jeho minimum



Otázka č. 1

Co je vlastně
můj byznys/produkt?

**Jak můj produkt nebo značka
pomáhá lidem?**

Jaký problém jim řeší?

Jakou pro ně má hodnotu?



**Zákazníci vnímají hodnotu
na základě ceny a vnímaného přínosu.**





koorka



**Problém
Výzva
Situace**

koorka

Hlad



Nehlad



Klasický rohlík



Hipster Rohleek

Random mouka



Lokální mouka
mletá za úplňku

Kafe doma



Kafe na cool místě

Doma o tom nikdo neví



Ví to celej Instagram

140 Kč za chleba



To musí být kvalita!



Otázka č. 2

Kdo je můj zákazník
a jak vypadá trh?

Češi, kteří alespoň občas zajdou do kavárny nebo cukrárny

https://atlascechu.cz/results/leisure_activity_monthly_3-cafe



Pekařství **Přepočítávají ceny na váhu** **Věci pro volný čas nakupují online**

Lékárna **Slevové letáky** **Spíš šetří** **Hobby market** **Osvědčené značky**

Elektroniku nakupují online **Předem vědí, co chtějí koupit** **Studují zemi původu potravin online**

Nakupují impulzivně **Ovoce a zelenina** **Věci pro děti nakupují online**

Čtou obsah nezdravých látek **Pro domácí mazlíčky nakupují online**

Sportovní věci nakupují online **Platí mobilem** **Věci pro dům a zahradu nakupují online**

Spíš utrácí **Sportovní potřeby** **Řeznictví** **Večerka** **Knihkupectví**

Online slevové kupóny **Studují etickou stránku potravin** **Oblečení**

Čtou nutriční složení **Potraviny nakupuje (skoro) denně** **Slevové poukazy**

Mají kreditku **Bio kvalita** **Řeší podmínky zvířat** **Pokaždé jiné značky**

Fair Trade **Platí stravenkami** **Trhy** **Zdravá výživa** **Second hand**

Platí náramkem nebo hodinkami **Používají kontokorent** **Odložené platby**

Nakupují na splátky **Skrýt**

Dávají peníze na charitu **Důraz na domácí politiku** **Spokojeni s životem**

Rutina je horší než stres **Pozitivní emoce z Havla**

Mohou přispět k řešení problémů své obce **Zásadní vliv lidí na klimatickou změnu**

Homosexuální páry mají mít možnost adopce dětí **Mohou přispět k řešení problémů této země**

Spokojeni s prací **Souhlasí s fyzickým trestáním** **Smysl v práci je víc než plat**

Mluví o politice **Cítí se**



Aktuálně.cz **ČT SPORT** **ČT 2** **Prima CNN** **Blesk.cz**

Seznam TV **Extra.cz** **Reflex** **Blesk** **Metro** **MF DNES**

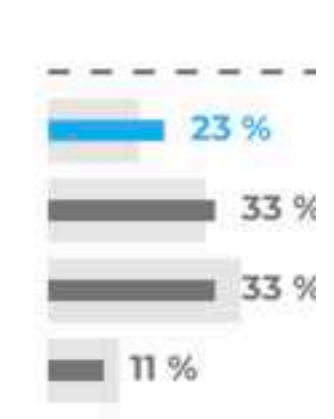
Refresher **Denik** **Forum24** **PRIMA Love** **National Geographic**

super.cz **TV Barrandov** **Echo24** **Óčko** **iSport.cz** **Epocha**

Sport.cz **iRozhlas.cz** **Deník N online** **Lidovky.cz** **Expres.cz**

Rytmus života **Žena a život** **Respekt** **e15.cz** **5+2**

videlně sledovaná média



Nakupování

Zákaznické karty **Drogerie** **Platí kartou** **Kosmetiku nakupují online**

Oblečení nakupují online **Platí hotovostí** **Věci pro zdraví nakupují online**

Pekařství **Přepočítávají ceny na váhu** **Věci pro volný čas nakupují online**

64 % z nich (narozdíl od 57 % z celé online populace) nakupuje v pekařství aspoň jednou týdně.

[Zobrazit skupinu](#) [Přidat jako podskupinu](#)

Živ

Čtou obsah nezdravých látek **Pro domácí mazlíčky nakupují online**

Sportovní věci nakupují online **Platí mobilem** **Věci pro dům a zahradu nakupují online**

Spíš utrácí **Sportovní potřeby** **Řeznictví** **Večerka** **Knihkupectví**

Online slevové kupóny **Studují etickou stránku potravin** **Oblečení**

Čtou nutriční složení **Potraviny nakupuje (skoro) denně** **Slevové poukazy**

Mají kreditku **Bio kvalita** **Řeší podmínky zvířat** **Pokaždé jiné značky**

Fair Trade **Platí stravenkami** **Trhy** **Zdravá výživa** **Second hand**

Platí náramkem nebo hodinkami **Používají kontokorent** **Odložené platby**

Nakupují na splátky **Skrýt**

28 % z nich (narozdíl od 21 % z celé online populace) kupuje alespoň občas sladkosti Lindt.

Hudba

Český rock **Světový rock** **Světový pop** **Česká lidová hudba**

Čeští popoví zpěváci **Indie rock** **Klasická hudba**

Jazz a swing **Hip-hop** **Elektronická hudba**

Mediální kanály

Seriály **Pořady o dění ve světě** **Weby o vaření** **Pořady o přírodě**

TV online **Pořady o historii** **Weby pro ženy** **Pořady o sportu**

Pořady o bydlení a zahradě **Pořady o politice** **Zobrazit další**

Životní styl a volný čas

Procházky **Řidičák na auto** **Nákupní centrum**

Výlet ven **Chodí do fastfoodů** **Klasické divadlo**

Hospoda **Muzikál** **Zobrazit další**

Občasný nákupní koš

Lidl **Dr. Max** **DM** **Android** **Albert** **Kaufland**

Milka **Sportisimo** **Penny** **Obi** **Kinder** **Decathlon**

Benu **Kofola** **Teta** **Tesco** **Coca-cola** **České dráhy**

McDonald's **H&M** **Orion** **Billa** **Energie od ČEZ**

Plzeňský prazdroj **New Yorker** **KFC** **Datart** **Nike**

C&A **Škoda** **Kozel** **Rossmann** **Hornbach** **Jacob**

Pepsi **Kooperativa** **Nescafé** **Mobil Samsung** **Generali**

Radegast **Lindt** **Mobil Xiaomi** **Baumax** **Zalando**

Tchibo **Mobil Apple (iPhone)** **Globus** **Bauhaus**

RegioJet (Student Agency) **COOP** **Notebook Lenovo** **Rohlík**

Reserved **Puma** **Gambrinus** **Česká spořitelna**

Notebook HP (Hewlett-Packard) **Energie od E.ON** **Figaro** **ČSOB**



**Mladí
profesionálové**

**Studenti
vejšky**

**Hipsteři
a kreativci**

**Turisté
a zbloudilci**



**Zájem o autenticitu a originalitu.
Důraz na kvalitu a lokální produkty.
Moderní a zdravý životní styl.
Ocenění stylového a inspirativního prostředí.
Zájem o komunitu a kulturu.
Flexení.**

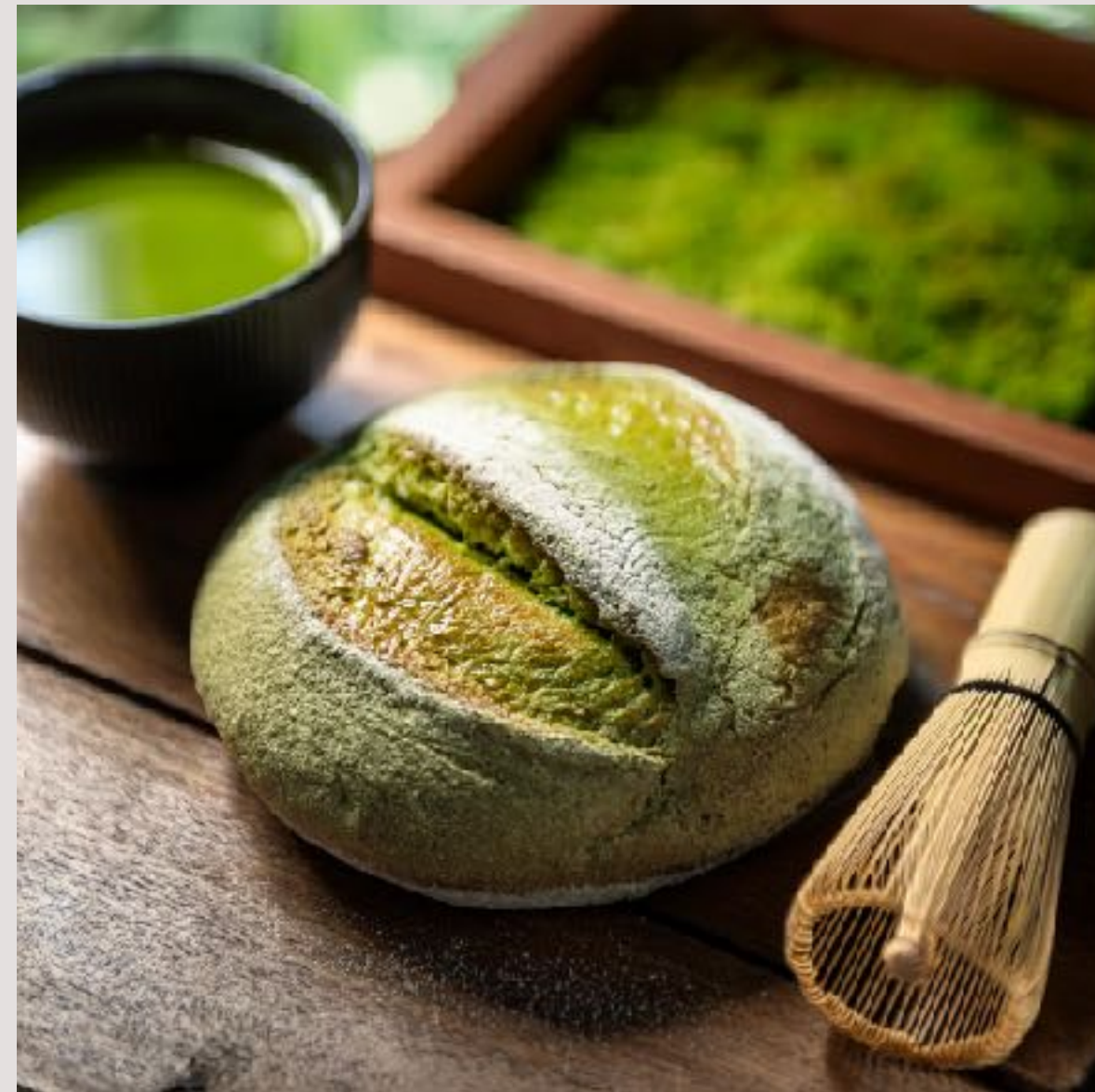




- Řemeslné pečivo z lokálních surovin.
- Originální a přitažlivý interiér
- Kulturní akce, workshopy a spolupráce s místními umělci.
- Příběhy za produkty a procesy výroby na sociální síť.
- Zdravé a ekologické alternativy



Artisan Fusion Bread



Kváskový s matchou



S aktivním uhlím



Křupavé koorcky

Konkurence!





Konkurence

Místní pekárny

Řetězce

Kavárny a bistra



Konkurence

Místní pekárny

Řetězce

Kavárny a bistra

Autenticita

Odlišit se

Inovace

Značka



Konkurence

Místní pekárny

Řetězce

Kavárny a bistra

Autenticita

„V naší brněnské pekárně jsme vzali staré rodinné recepty, které se předávají po generace, a spojili je s **odvahou experimentovat** – výsledkem je pečivo, které **chutná jako domov**, ale s **překvapivými příchutěmi**, které jste ještě neobjevili.

Každý bochník a každý koláč v sobě nese příběh o vášni k řemeslu a o úctě k lokálním surovinám, abyste se u nás vždy cítili jako součást naší rodiny.“



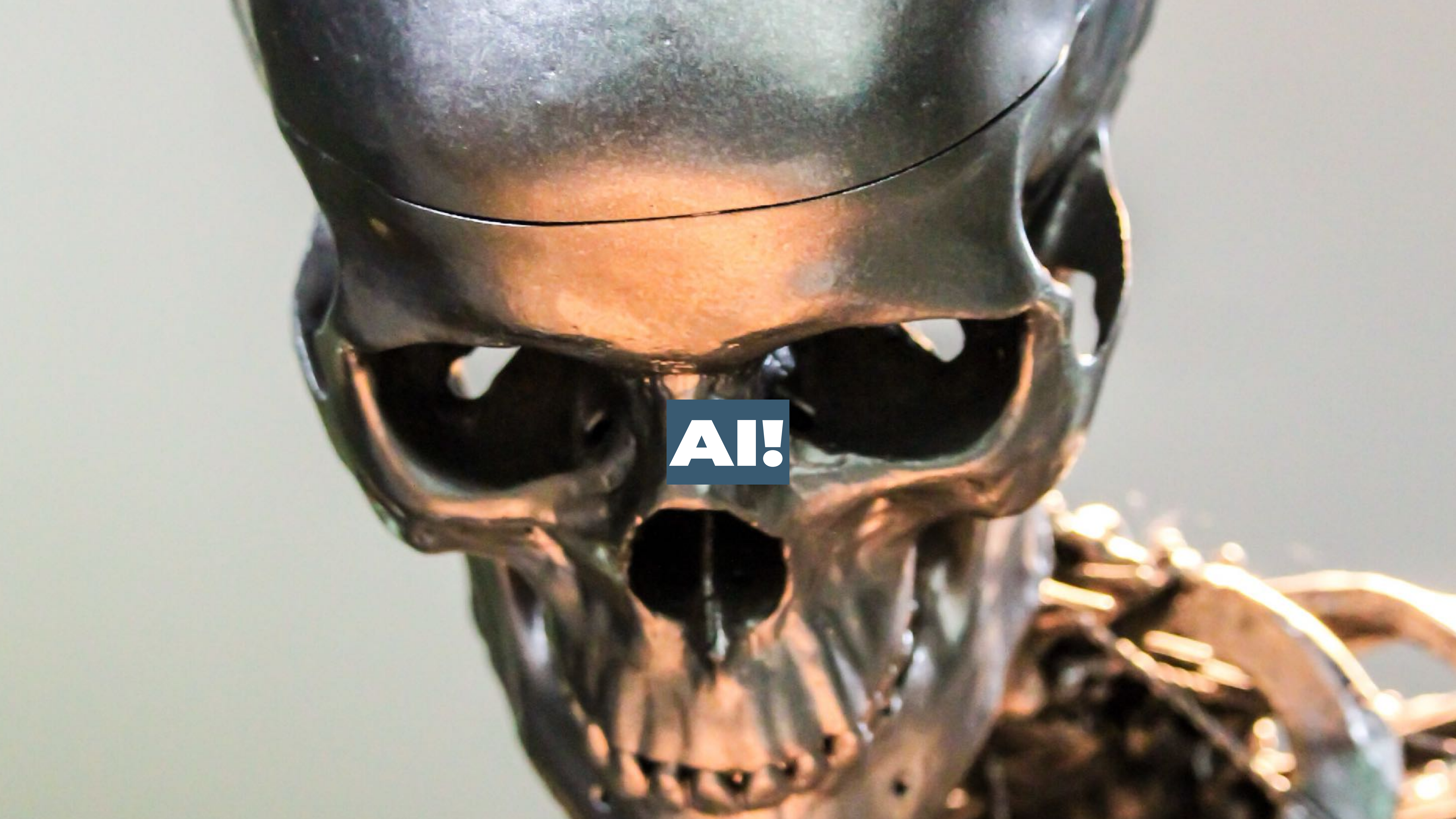
Konkurence

Workshopy
Školy vaření
Degustační večery



Otázka č. 3
Marketing





AI!





Vím, co je můj produkt
Vím, kdo je můj zákazník
Vím, co je moje výhoda

= mám „**MVB**“ 💪




ChatGPT, can you take on the role of an experienced **art director**? I'd like you to suggest two style directions for a newly opened artisan bakery in Brno.

Our target customers are young professionals, college students, and hipsters who value authenticity, originality, and stylish, modern spaces. We pride ourselves on using traditional recipes passed down from our grandmothers, but with a contemporary twist—like artisan bread infused with matcha.



ChatGPT, can you take on the role of an experienced art director? I'd like you to suggest two style directions for a newly opened artisan bakery in Brno. Our target customers are young professionals, college students, and hipsters who value authenticity, originality, and stylish, modern spaces. We pride ourselves on using traditional recipes passed down from our grandmothers, but with a contemporary twist—like artisan bread infused with matcha.

 Absolutely! Here are two style directions that could capture the essence of your bakery and appeal to your target customers:

1. Rustic-Industrial Chic

Concept:

This style blends the warmth of a traditional bakery with the edgy, urban feel that resonates with young professionals and hipsters. It's about creating a space that feels both timeless and contemporary, where the past meets the future in a harmonious blend.

Design Elements:

- **Materials:** Use raw, natural materials like exposed brick walls, reclaimed wood, and metal accents. Incorporate vintage bakery tools as decor to emphasize the traditional roots.
- **Color Palette:** Earthy tones like warm browns, deep greens, and soft creams, contrasted with industrial grays and blacks. Add subtle pops of color through plants or modern art pieces.
- **Furniture:** Opt for a mix of wooden communal tables with metal chairs, possibly with mismatched vintage seating to add character. Include cozy nooks with leather or fabric seating for a relaxed vibe.
- **Lighting:** Use a combination of industrial pendant lights with warm Edison bulbs and natural light to create an inviting atmosphere. Consider adding candle-like sconces for evening hours.
- **Branding:** Your logo and packaging could feature a hand-drawn style with an emphasis on artisanal craftsmanship. The signage could be a mix of metal and wood, with a modern, clean font that still feels handcrafted.



Poslat zprávu ChatGPT





1. Rustic-Industrial Chic

Concept:

This style blends the warmth of a traditional bakery with the edgy, urban feel that resonates with young professionals and hipsters. It's about creating a space that feels both timeless and contemporary, where the past meets the future in a harmonious blend.

2. Minimalist Nordic-Inspired

Concept:

This direction focuses on clean lines, minimalism, and a Scandinavian-inspired aesthetic. It's perfect for a customer base that values simplicity, functionality, and a touch of sophistication in their daily lives. This style highlights the purity of your ingredients and the clarity of your vision.





Hi Midjourney, Dall-e, Adobe Firefly, etc...

Can you generate **moodboard**?



koorka





Hi Midjourney, Dall-e, Adobe Firefly, etc...

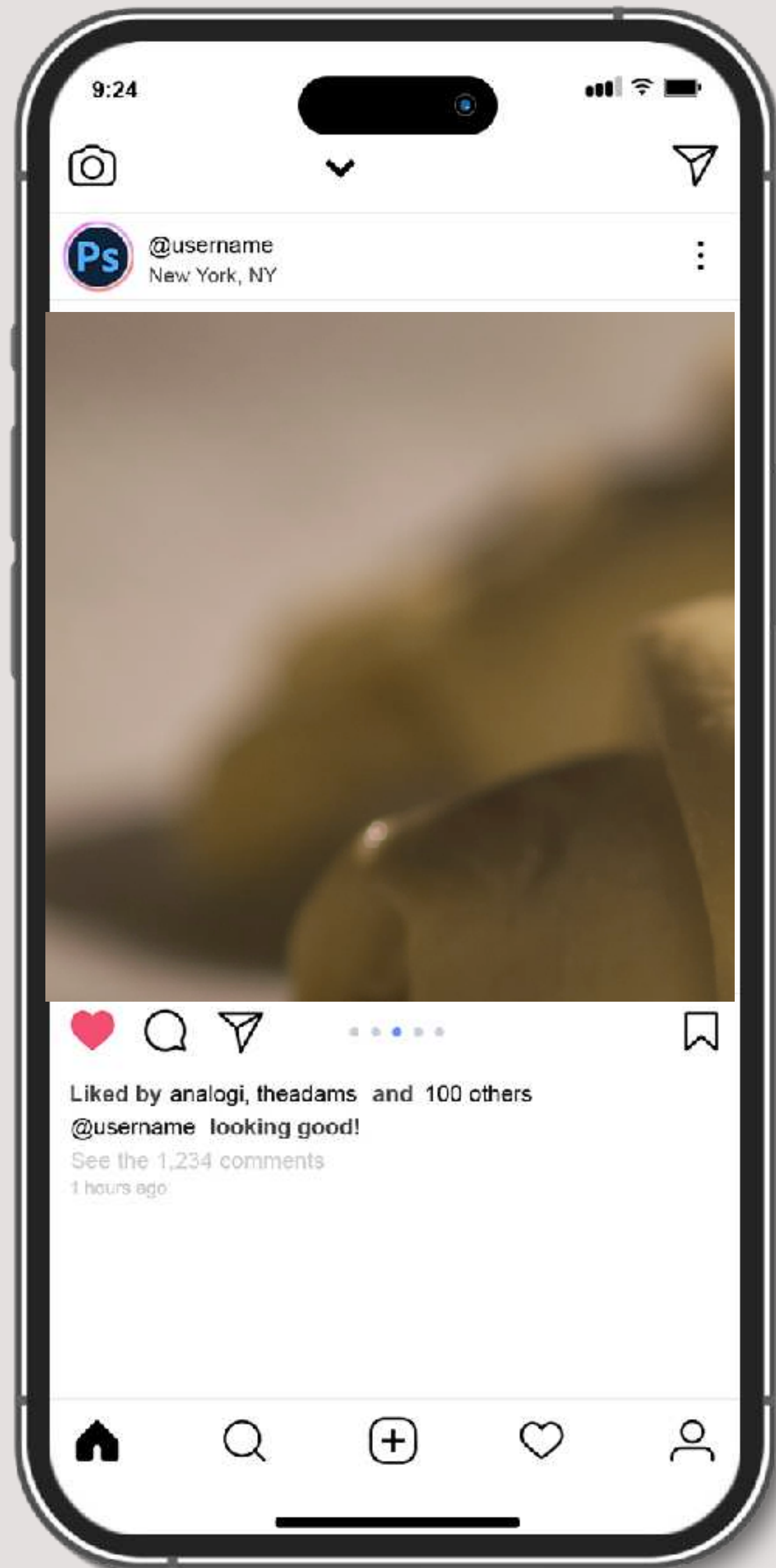
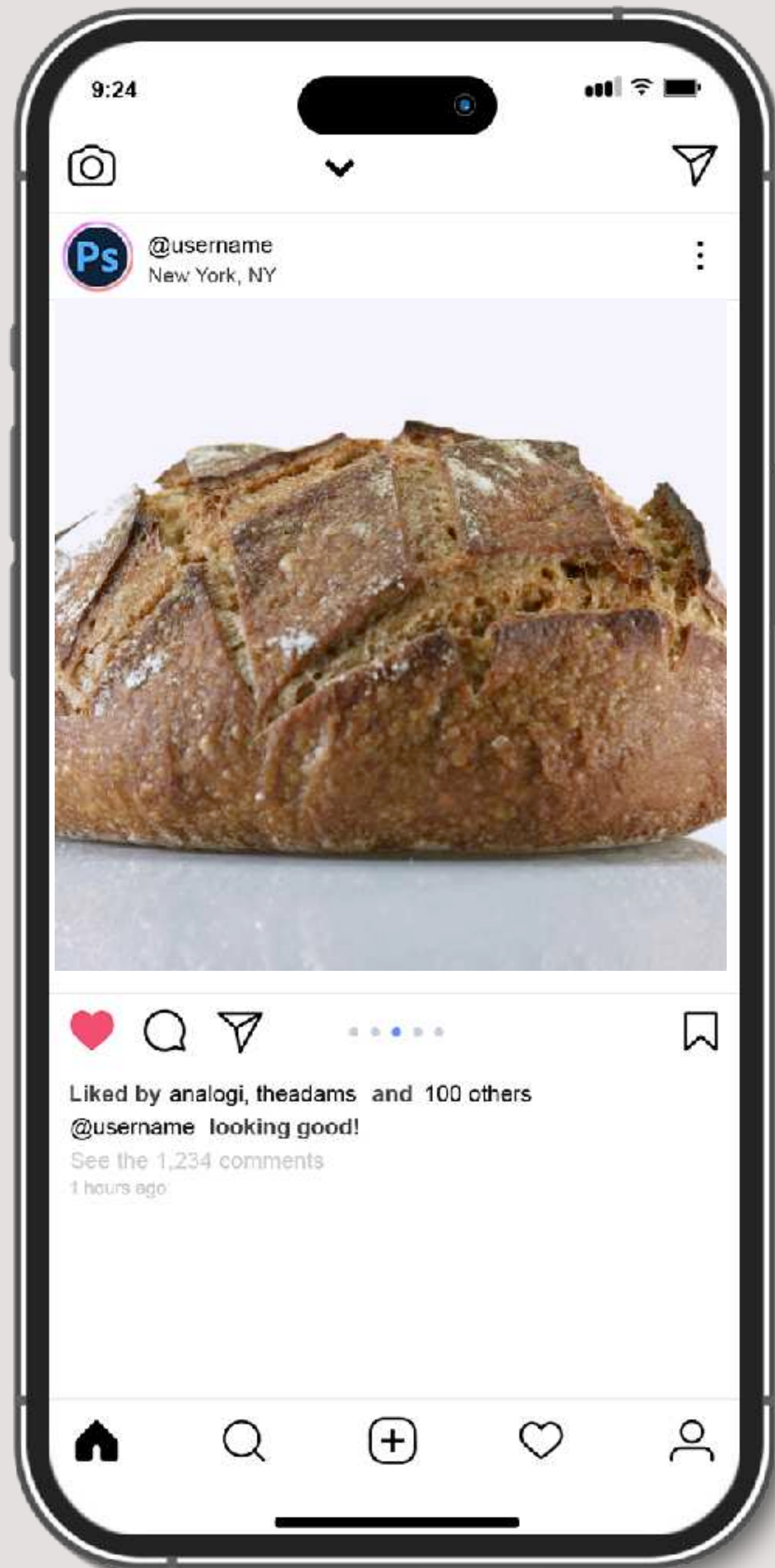
Can you generate

- + Branding elements
- + Lifestyle images
- + Product photography
- + Interior shots
- + Video
- +





koorka





Hi ChatGPT, me again, can you perform as an experienced copywriter?





Hi WordPress, Elementor, Canva...



No, start dobrej, ale...





**Bude to fungovat?
Fakt to mám správně?
Mám tam všechno?
Z čeho to čerpalo?**

...





Poradte se s odborníkem...







Trpký konec?



Pečeme z lokální mouky, chutnáme světově – to je rohleek od koorcky!

Lokální marketing

Letáky a brožury	10 000.-
Billboardy a plakáty	20 000.-

Online marketing

Startovací web	50 000.-
PPC, SEO a obsah	20 000.-
Foto produktů	10 000.-

Sociální sítě

Budget	30 000.-
Správa	10 000.-

Zákaznické akce a promoce

Ochutnávky a akce	25 000.-
Lokální události a trhy	15 000.-
Obaly	10 000.-

200 000.-



Co si z toho odnést?





**Řešte lidem
jejich problémy
Nevyvolávejte
je!**

**Jen
výkonem
to neurvete**

**Poznejte trh
a konkurenci**

**Bud'te
sví**

**AI
s Mírou**





Dík!



Pojďme se propojit!



 LinkedIn

Přijďte na kurz!



Z nuly na brand
za jeden den

Přidejte se ke komunitě



branding.community

