

Projekt Marketing+Design

Podle posledních průzkumů české firmy stále podceňují budování firemní identity a značky. A tím, aniž by si možná byly toho firmy vědomi, nejenže přicházejí o peníze, ale především přicházejí o zakázky a zákazníky, ať už nové či stálé. Postavte své podnikání na firemní identitě a začněte vydělávat.

Začněme trochu netradičně jedním příkladem. Majitel firmy si pořizuje automobil a není mu líto investovat do nákupu větší finanční obnos, přestože auto s ohledem na jeho cenu nemá pro firmu žádný význam a hned v den koupě ztrácí svou původní hodnotu. Ale když má majitel malé a střední firmy takovou částku investovat do své firemní značky či identity, přijde mu investice ve většině případů vysoká, dlouho zvažuje, zda do této investice dát peníze, a v mnoha případech to nakonec buď neudělá, nebo se snaží na své investici ušetřit. Budování firemní identity a s tím související budování značky mu přitom vložené peníze zhodnotí – a hlavně se mu investice vrátí a na konec mu i významně vydělá. Pokud je vaše image nad zájmy vaší firmy, budeme rádi, když se nám ozvete, a [zdarma využijete poradenství](#), proč byste měli investovat do budování své značky a firemní identity a jakým způsobem na tom vydělat.

Tohle vše a mnohem víc, včetně kompletních služeb vám nabízí [Projekt Marketing+Design](#). V dubnu 2011 spouští projekt kampaň na podporu informovanosti českých firem v budování firemní identity a značky. [Projekt Marketing+Design](#), poskytuje mimo jiné výhodné spojení marketingové strategie a design strategie „pod jednou střechou“ a umožňuje tak účinně a efektivně realizovat strategii prodeje výrobků a služeb. Tato [kampaň](#) bude komunikována mailingem, direkt mailem a odbornými články ve vybraných médiích.

Cílem kampaně je zvýšit informovanost a konkurenceschopnost českých firem v reálném prostředí a zlepšit jejich povědomí o firemní identitě a budování značky. **„Současný marketing se cíleně zaměřuje na budování značky. Důležité je ale uvědomit si, že hlavním záměrem strategického marketingu malých a středních firem je budování identity firmy a to pak následně zahrnuje i budování značky. Strategickým marketingovým řízením firma cíleně posiluje svou identitu na trhu a tím získává větší pozornost zákazníků a efektivněji využívá marketingový rozpočet“**, říká Tereza Svobodová, specialistka na strategický marketing. **„Řada firem dělá stále chybu v tom, že nemá vybudovanou identitu a cíleně nebuduje svou značku. Díky tomu pak nemůže fungovat samotný obchod firmy, získávat nové zákazníky je těžké a cíleně pracovat s těmi stávajícími je pro firmu příliš složité nebo dokonce zcela nemožné. Čím déle funguje firma tímto způsobem, tím více přichází o své peníze, čas, image a hlavně o podíl na trhu“**, doplňuje informace Klára Voborníková, specialistka na strategický design.

Budování firemní identity musí procházet napříč celou firmou a hlavně její komunikací ven z firmy nejen směrem k zákazníkům, ale i k dodavatelům. A to od strategie, přes logo, samotnou image a marketingové nástroje až po obchod a firemní cíle a vize.

Kontakt: sl. Martina Ďaďová – koordinátorka projektu. Tel.: 605 187 004, 257 911 257,
e-mail: dadova@mplusd.cz, web: www.mplusd.cz.