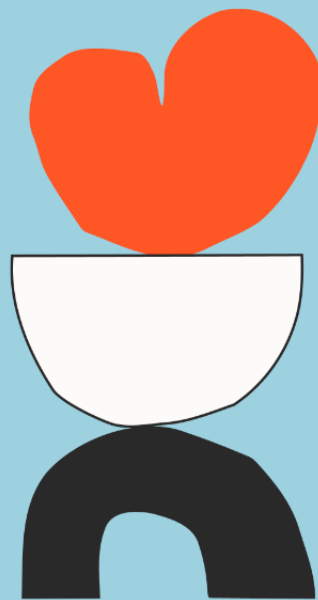


Interaktivni vprašalnik

Osebnost *tvoje* znamke

*Naj tvoja usklajena
prisotnost dela zate*



Osebnost tvoje znamke

Kakšna bi bila tvoja znamka, če bi bila oseba?

Stranke te ocenijo, še preden preberejo eno besedo. Če tvoji materiali delujejo razpršeno, izgubljaš zaupanje – in s tem prodajo. Preden izbereš barve, logotip ali pisavo, si vzemi čas, da **začutiš** svojo znamko od znotraj.

Ta vprašalnik ti pomaga ujeti vtis, vrednote in osebnost, ki že obstajajo – le poimenovati jih je treba. Pri vsakem vprašanju si predstavljal svojo znamko kot osebo, tudi če gre za produkt ali storitev. Važni so občutki.

Ko enkrat veš, kaj želiš izraziti, postane vse lažje. Ta korak ti da zaupanje, da ustvariš nekaj, kar ni le lepo – ampak ima jasnost, moč in pristnost.

Naloge lahko rešiš digitalno v tem dokumentu ali si ga natisneš in izpolniš ročno.

P.ostani edinstvena!

Helena
strateška oblikovalka
blagovnih znamk



1. Ko tvoja znamka vstopi v prostor, kakšen občutek pusti?

Primeri: varnost, samozavest, navdih, toplina, razvajanje, mir, presenečenje, profesionalnost ...

2. Kaj je zanjo res pomembno – čemu vedno ostaja zvesta?

Primeri: zaupanje, odprtost, kakovost, igrivost, srčnost, minimalizem, avtentičnost, drznost, stabilnost ...

3. Kako deluje na druge?

Primeri: radovedna, odločna, prijazna, neposredna, umirjena, karizmatična, igriva, skromna, strukturirana, zabavna ...

4. Kakšno vlogo ima v življenju svojih strank?

Primeri: mentorica, zaupnica, navdihovalka, strokovnjakinja, oblikovalka lepega, glas razuma, vodnica sprememb ...

5. Kako govori? Kakšen je njen glas?

Primeri: topel in oseben, samozavesten in jasen, igriv, umirjen, duhovit, spodbuden ..

6. Ob katerih materialih se dobro počuti?

Primeri: lan, les, svila, beton, marmor, kovina, volna, steklo, žamet, papir, juta ...

7. Kje je najbolj doma?

Primeri: gozdna kočica, eleganten hotel, svetel atelje, ustvarjalna delavnica, minimalistična oaza, plaža ...

8. Kakšne so njene barve?

Primeri: olivno zelena, peščena, zamolkla modra, zlatorjava, ultramarin, sivkina, pastelne, neonske barve ...

9. Če bila tvoja znamka fiktivni lik iz knjige ali filma, kdo bi bila?

Primeri: Gandalf, Amelie, Superman, Medvedek Pu, Tarzan, Sherlock Holmes, Mary Poppins, Dr. Doolittle, Scarlett O'Hara, Anna Karenina ...

10. Ime tvoje znamke

Ali se ime sklada z občutki, vrednotami in značajem, ki si jih opisala zgoraj?

Bi tvoja idealna stranka že iz imena začutila, kaj ponujaš in zakaj si drugačna?

Zdaj imaš niz besed, ki nosijo tvoj ton in tvojo energijo.

To niso samo opisi, so ključne besede. To je osnova, na kateri lahko zgradiš močno in prepoznavno podobo. Uporabi jih kot kompas pri vseh vizualnih in vsebinskih odločitvah.

V videu, ki sledi, ti pokažem, kako jih pretvoriš v konkreten izraz svoje znamke – brez preobratov, brez dodatnega hrupa.

Naj tvoja znamka govori že z enim pogledom.

S pomočjo ključnih besed lahko zdaj izdeláš vizualni okvir, *moodboard*, za tvojo znamko.

Sem *Helena*, strateška oblikovalka blagovnih znamk.

S podjetnicami ustvarjam vizualna in verbalna sporočila, ki niso le lepa – ampak jih zares predstavljajo in povezujejo s **pravimi** strankami. Pomagam jim izraziti bistvo. Znamke, ki govorijo v njihovem imenu: *jasno*, *pristno* in *samozavestno*. Da končno zasijejo – brez da morajo za to kričati.

S pomočjo strategije brandinga je mogoče je mogoče ustvariti dolgoročno in lahkotnejšo rast tvojega posla. In znamka, ki deluje – tudi, ko te ni zraven.

Rezultat? **Manj** garanja, **več** svobode. **Prave** stranke, **boljši** občutek.

Želiš, da ti pomagam uskladiti vizualno podobo s tem, kar si v resnici?

KONTAKTIRAJ ME TUKAJ →



Sem diplomantka grafičnih komunikacij in spikerka. Za svoje delo sem prejela **nagrade** in posebne omembe, med drugim za pisavo Burja. Mojo avtorsko animacijo je **odkupil Prirodoslovni muzej**. Moj sklop infografik na temo 12-letnega črpanja EU sredstev je bil predstavljen **na samostojnem dogodku v Kino Šiška**. Sodelovala sem na različnih razstavah, če izpostavim Typocraft 2019, del **Design Week-a Helsinki**. 10 let sem med drugim delovala tudi v programih RTV Slovenija. V oglaševanju pa kot spikerka nepretrgoma delujem več kot 20 let.

Vsebina tega e-vodnika je avtorsko zaščitena. Prepovedano je kopiranje, razmnoževanje, distribucija ali spreminjanje vsebine brez predhodnega pisnega dovoljenja. Vse informacije so pripravljene skrbno, vendar ne prevzemam odgovornosti za morebitne napake. Hvala za razumevanje.