



Lista Kontrolna

Co Wiem, a Czego Nie Wiem o Mojej Marce

Podstawowe Informacje o Marce

- Nazwa marki: Mam jasno określoną nazwę marki.
- Domena dla marki: Znam dostępną domenę dla marki.
- Krótki opis marki: Mam podstawowy krótki opis marki.

Usługi

- Spis wszystkich usług marki: Mam jasno określoną nazwę marki.
- Pricing – ceny usług/produktów: Znam dostępną domenę dla marki.
- Dostępność usług/produktów i miejsca sprzedaży: Mam podstawowy krótki opis marki.

Odbiorcy

- Kto jest odbiorcą marki – profil: Mam jasno określony profil odbiorcy marki.
- Co wiem o dotychczasowych odbiorcach marki: Mam informacje o dotychczasowych odbiorcach marki dzięki wywiadam z obecnymi klientami, a także obserwacjom z procesu zakupowego.
- Moja grupa docelowa: Wiem, do jakiej grupy docelowej aspirujemy, i znam ofertę, którą możemy jej zaoferować.

Rynek

- Kto jest moją konkurencją: Znam moją konkurencję.
- Analiza konkurencji: Przeprowadziłem/a, analizę konkurencji, uwzględniając SWOT lub opis cech, które doceniamy w komunikacji konkurencji.
- Moja przewaga konkurencyjna: Mam świadomość naszej przewagi konkurencyjnej.

Customer Journey

- Etapy interakcji klienta z marką: Mam zdefiniowane etapy interakcji klienta z marką, zidentyfikowane obszary poprawy.
- Punkty styku z klientem: Znam istotne punkty styku marki z klientem i wiem, jakie materiały komunikacyjne są potrzebne.

Wartości i Komunikaty

- Kluczowe wartości marki: Mam sprecyzowane kluczowe wartości marki.
- Komunikaty wspierające wartości: Znam komunikaty dotąd wspierające te wartości.

Komunikacja

- Co chcę powiedzieć grupie docelowej: Mam określone przekazy, które chcę przekazać grupie docelowej.
- Jak chcę komunikować (Tone of Voice): Zdefiniowałem/am ton i styl komunikacji marki.
- Gdzie następuje komunikacja (jakie media): Mam świadomość mediów, w których następuje komunikacja marki.

Cele Biznesowe

- Zdefiniowane cele biznesowe: Mam jasno określone cele biznesowe.
- Lista i harmonogram aktywności wspierających cele: Znam listę i harmonogram aktywności wspierających cele.
- Jak będę mierzył efekty działań: Mam sprecyzowany sposób pomiaru efektów działań zgodnie z celami biznesowymi.