

TVOJ BREND OD IDEJE DO PREPOZNATLJIVOSTI

**JEDAN
DOBAR
BREND**

STRUKTURA OSNOVNE STRATEGIJE

UVOD

- Kratko predstavljanje brenda
- Trenutna faza razvoja
- Šta strategija pokriva i kome je namenjena

BREND OSNOVE

- Misija i vizija
- Vrednosti koje brend živi
- Lična motivacija osnivača
- Glavna poruka brenda
- Ton komunikacije
- Vokabular i stil izražavanja

CILJNA GRUPA I POZICIONIRANJE

- Ko su postojeći i idealni kupci
- Psihološke i emotivne potrebe
- Problemi koje brend rešava
- Brend persona (profil ciljnog korisnika)

TRŽIŠNA ANALIZA

- Gde se brend nalazi u odnosu na konkurenciju
- Šta ga čini drugačijim
- Tržišna prilika i potencijal
- Arhetip brenda

STRUKTURA PONUDE (ZA USLUGE) ILI KORISNIČKO ISKUSTVO (ZA PROIZVODE)

KOMUNIKACIJA I SADRŽAJ

- Plan komunikacije: koje teme, u kom tonu, kroz koje formate kako bi brend postao prepoznatljiv i relevantan publici.
- Predlozi za sadržaj, komunikaciju i sledeće faze

ZAKLJUČAK

- Sažetak ključnih uvida i preporuke za sledeće korake u razvoju brenda, uz potencijalne pravce za nastavak saradnje.

Finalni dokument sadrži u proseku 18-20 strana, sa jasnim i konkretnim smernicama za izgradnju Brend.

Rok izrade od potvrde saradnje: **do 10 radnih dana**