

Mag. Janez Damjan

Janez Damjan

Znamka (*ang.* BRAND)

...blagovna, storitvena, trgovinska, tržna...

Upravljanje, znamčenje ali
učenje na napakah?

Razvoj znamke Nivea

Janez Damjan



1911



1920



1930



1940



1950



1960



1970



1980



1990



2000+

Razvoj slovenskih znamk

6

Pred I. sv. vojno

12

Med svet. vojnama

40

Državni
socializem

9

Liberaliza.
gospod.

8

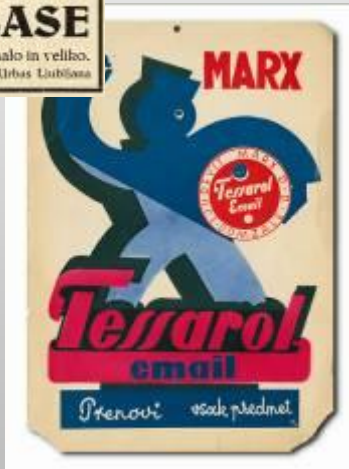
Samouprav.
socializem

35

Tranzicija

EU

z Damjan



1910

1920

1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

2000

6 Število registriranih znamk v določenem obdobju, ki se danes uvrščajo najvišje (top 1/3) na lestvice uglednih znamk

Opomba: Število močnih znamk na osnovi izbrane baze raziskav PGM, Mediana, Kline&Kline. Iz baze 200 znamk, je 110. bilo mogoče opredeliti čas/obdobje nastanka.

Vir: Development of Slovenian Brands: Older are the Best, Place Branding, 2005

ČAS, DENAR, VIZIJA

So dejavniki uspešnosti!

Časa ni več, ker se pričakujejo rezultati v istem letu.

Denarja je premalo še za idejne projekte, kaj šele za realizacijo, začetno promocijo.

Vizije izgine, ker se vodje znamke menjavajo vsakih nekaj mesecev, če so sploh določeni.

Pri uspešnih pozabimo napake!

Najboljši primer je Mobitel, kje so bila zagotovljena sredstva in vizija.



Od cca. 13.000 prijav znamk po letu 1992, se jih je uveljavilo nekaj deset (=1/1000).

Najboljše je učenje na lastnih napakah!