

**Kako si postaviti (prava) vprašanja pri
oblikovanju identitete?
*Okoli primera Ilirijine Subrine***

Andrej Drapal, PRISTOP

Ljubljana, 28. september

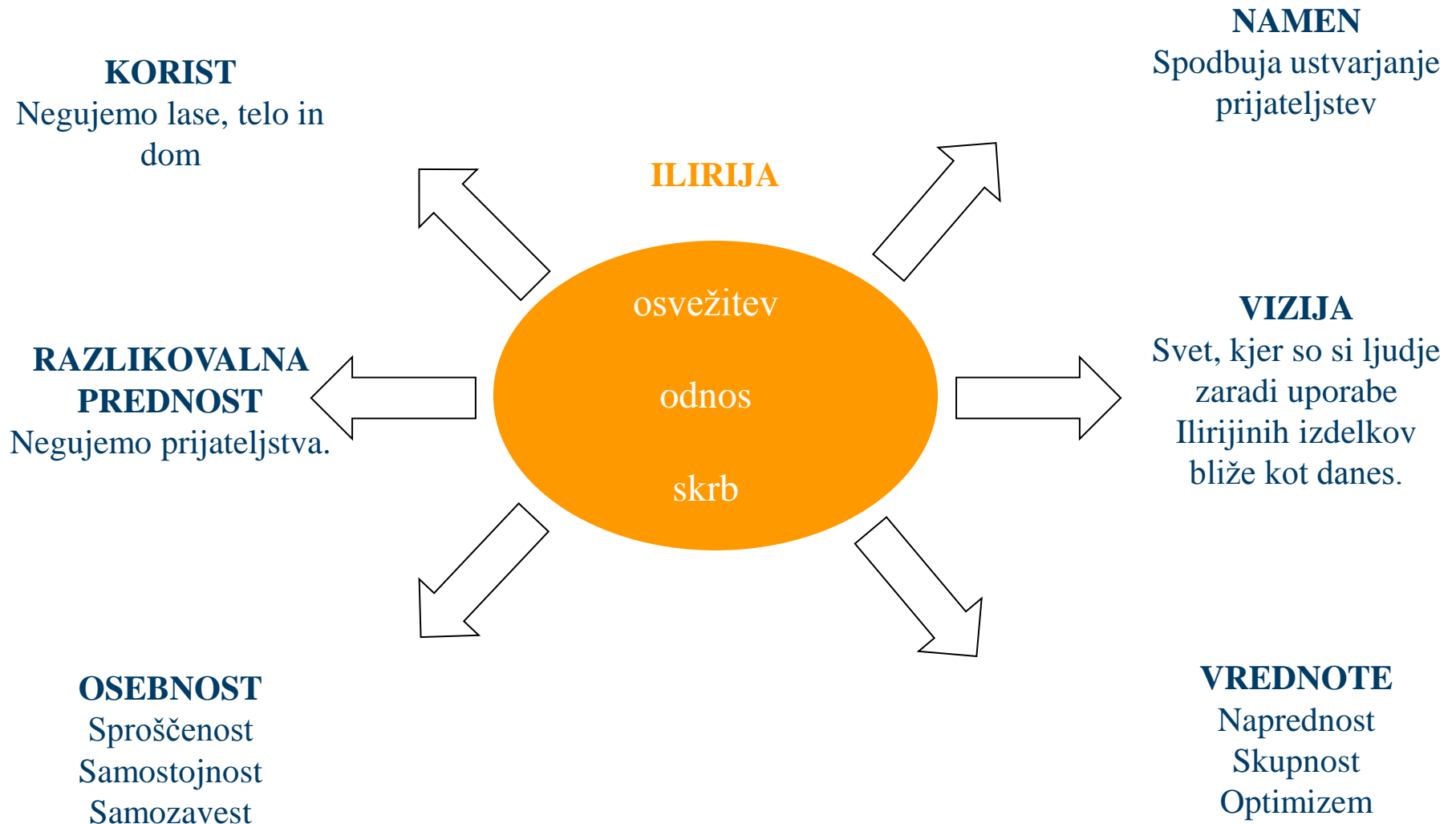
Potek predstavitve

- Predzgodba
- Kako se običajno začne avantura...
- Kaj tako ali tako organizacija že ve...
- Kako to, kar ve, uresničiti?
- Kje vse se vidi rezultate?

1. Predzgodba

- Imamo 150 znamk – kaj zdaj
- Zdnji oglas nam ni bil všeč
- Delavci štrajkajo
- Oddelki se zapirajo – ne sodelujejo
- Trgovine nas stiskajo s ceno
- ...

3. Kaj tako ali tako organizacija že ve...



3. Kaj tako ali tako organizacija že ve...

KORIST

Daje mi pristnost. Z njo spet postanem, kar sem v resnici.

NAMEN

Omogoča mi, da živim svoje življenje.

RAZLIKOVALNA PREDNOST

Najbolje pozna želje in potrebe svojih uporabnikov

OSEBNOST

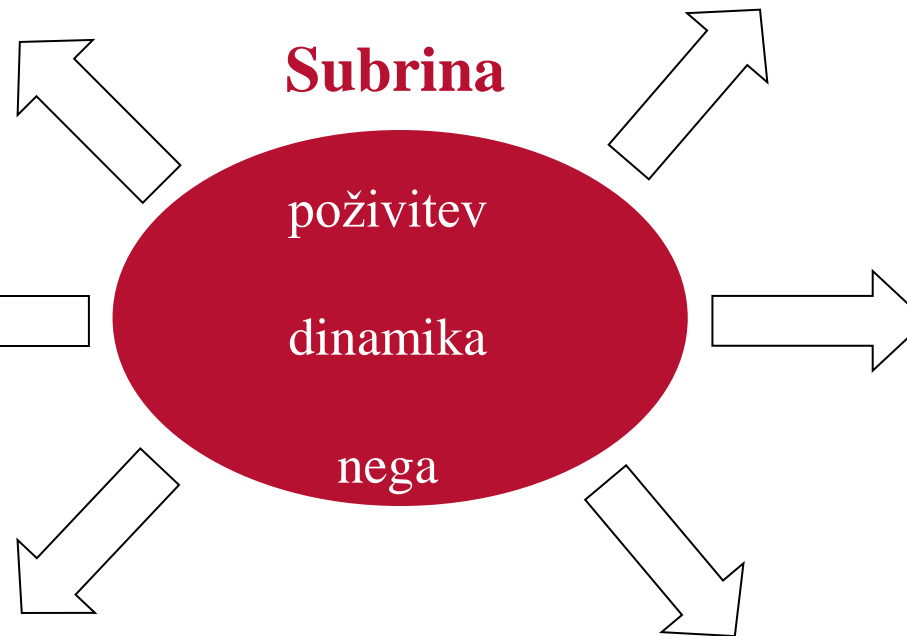
živahnost
drznost
samozavest

VIZIJA

PRIHODNOSTI
Je najbližje svojim uporabnikom.

VREDNOTE

optimizem
bližina
osredotočenost na uporabnika



4. Kako to, kar ve, uresničiti?

STANJE

- Stara stavba
- Povprečna starost kadrov med 40 in 45 let
- **Brez samoiniciative pri razvoju, sledijo drugim**
- Lastna trgovina ne izžareva Ilirije
- Majhna lojalnost znamki tudi znotraj podjetja

4. Uresničevanje

DINAMIKA



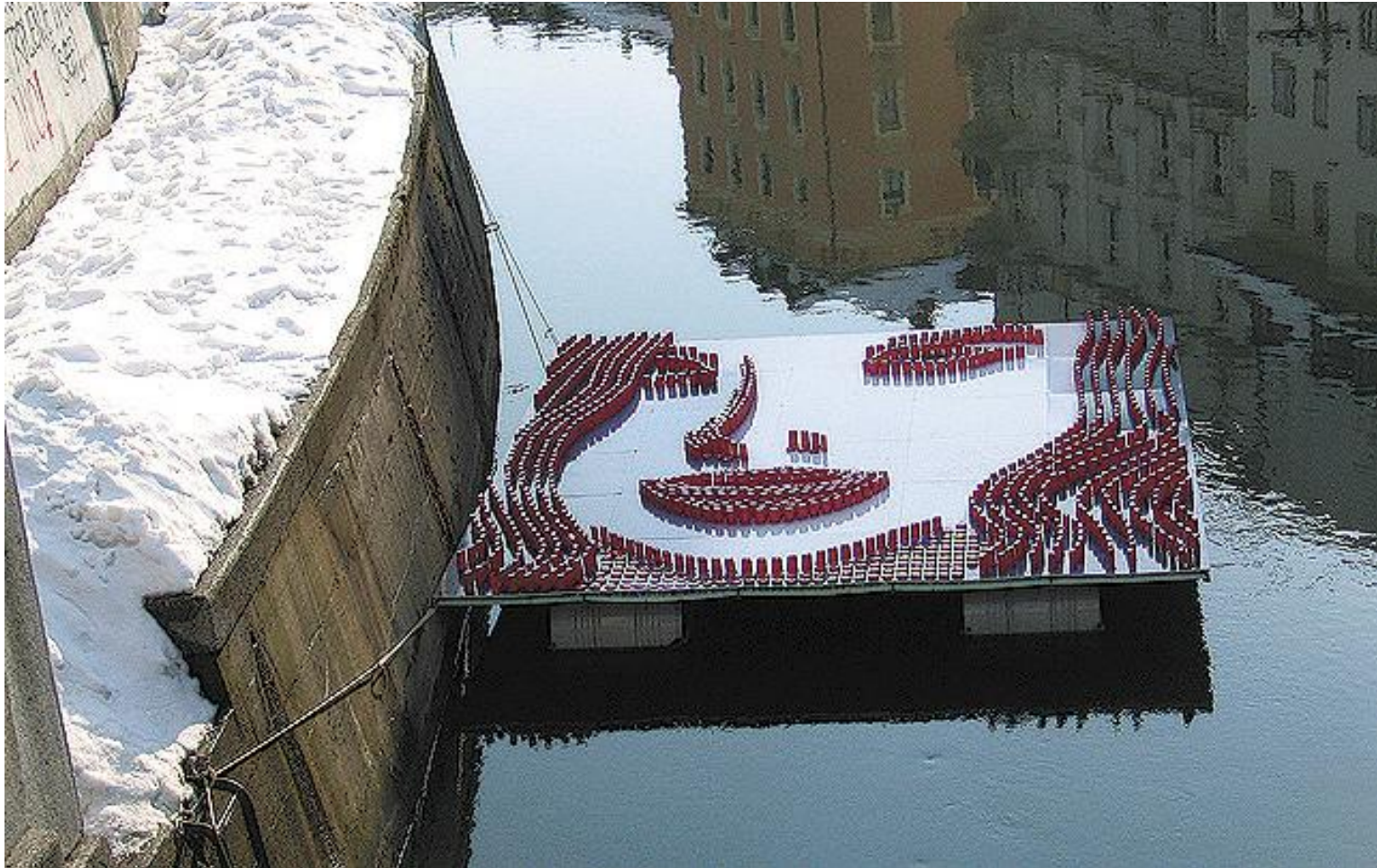
5. Uresničevanje



5. Uresničevanje



5. Uresničevanje



5. Uresničevanje



5. Uresničevanje



5. Uresničevanje

