

**Funkcionalna, emocionalna in
izkustvena urejenost znamke**

PRISTOP

Primer: Festival Ljubljana

Izhodišče

- Festival Ljubljana obstaja in deluje že 53 let
- Spreminjal se je v vseh funkcionalnih dimenzijah:
 - ◆ Programsko
 - ◆ Terminsko
 - ◆ Cenovno
 - ◆ Po prodajni poti
 - ◆ Po imenu
- Leta 1999 Ljubljanski Grad
 - ◆ Topologija prireditev
 - ◆ Časovna razporeditev prireditev
 - ◆ Nove funkcionalnosti prireditev (kino...)

Vprašanja na funkcionalnem nivoju ne dajejo možnosti odgovora

- Ali je FL še poletni? (LPF)?
- Ali je poletni del festivala samostojen sklop (brand)?
- Kakšno je razmerje med Gradom in FL?
- Kakšno je razmerje med Gradom in Križankami?
- Ali so delavci na Gradu graščaki, delavci v Križankah pa menihi?
- Ali je Kino pod zvezdami vreden ugleda FL?
- ...

Znamke vs. programski sklopi

P

9

Festival Ljubljana

```
graph TD; Festival[Festival Ljubljana] --- kino(kino); Festival --- LPF["LPF (zvezde)"]; Festival --- Drugi["Drugi dogodki"]; Festival --- Slovenski["Slovenski glasbeni dnevi"]; kino --- Drugi; LPF --- Drugi; Drugi --- Slovenski;
```

kino

LPF
(zvezde)

Drugi
dogodki

Slovenski
glasbeni dnevi

FESTIVAL LJUBLJANA

KORISTI

Zaradi dragocenih socialnih stikov pridobim občutek pomembnosti, hkrati pa sem neobremenjen.

RAZLIKOVALNE PREDNOSTI

Tradicija v kombinaciji s sproščenostjo in izbranostjo ter osebni stik z nastopajočimi ustvarja posebno vzdušje, zaradi česar sem dobre volje.

OSEBNOST

Zanesljivost
Drznost
Sproščenost



NAMEN

Z najboljšimi kulturnimi vsebinami bogatimo in izobražujemo slovensko družbo, zaradi česar ustvarjamo večjo kulturno osveščenost in izobraženost.

VIZIJA PRIHODNOSTI

Najboljši/vodilni ustvarjalec (trendsetter) kulturnih potreb v Sloveniji.

VREDNOTE

Zaupanje
Priateljstvo
Družabnost
Samovšečnost

Obljuba

Izkustvena
obljuba:
izbranost

Emocionalna obljuba:
sproščенost

Funkcionalna obljuba:
Kulturno-umetniški dogodek

Izbranost

Večer Arnolda Schönberga

Orkester Akademskega državnega Bolšoj teatra

Razstava grafik

Plesni teater Ljubljana

Musical Chichago

The Conga Kings

Kino pod zvezdami

Sproščенost

Izkušnje

- Vsaka organizacija, ne glede na velikost ali tip, je podvržena nuji notranjega in zunanjega rebrandinga
- Fokusiranje na funkcionalne dimenzije znamke (hierarhijo) je najpogostejši vzrok shizofrenije (vir: Slovenski inštitut za mentalno zdravje)
- Znamke ni mogoče uvoziti