

hit
universe of fun

Hit, d. d., Nova Gorica
Delpinova 7a
5000 Nova Gorica
Slovenija

www.hit.si

KLJUČNA VPRAŠANJA PRENOVE TRŽNIH ZNAMK

Primer skupine Hit

Andrej Sluga
mag. Majda Vodopivec

A. PRIPRAVA PRENOVE

1. Kaj sploh prenavljamo-obseg prenove oz. projekta?
2. Ali je že primeren čas za prenovo?

A. PRIPRAVA PRENOVE

3. Ali imamo na voljo potrebne resurse?
4. Kako sestaviti projektni tim?

B. SNOVANJE REŠITEV

1. Na kakšen način priti do rešitev?
2. Je za pravo rešitev važnejši zunanji ali notranji pogled?

B. SNOVANJE REŠITEV

3. Več pragmatizma ali več pravovernosti?
4. Prenova za sedanost ali za bodočnost?
5. Kako rešitev prodati odločevalcem?

C. IZVEDBA PRENOVE

1. Big Bang ali faznost?
2. Začeti izvedbo prenove pri vrhu ali pri dnu?

C. IZVEDBA PRENOVE

3. Kako rešitev prodati notranjim strankam?
4. Kako učinkovito upravljati prenovljeni sistem?

HITOVO POJAVLJANJE PRED
PRENOVO ARHITEKTURE
TRŽNIH ZNAMK

HIT CASINOS

• HIT CASINOS
ONLINE

IGR. ZAB. CENTRI:

- HIT HOTEL CASINO PERLA
- HIT HOTEL CASINO PARK
- HIT HOTEL CASINO
KRAJNSKA GORA
- AURORA
- COLOSEUM CLUB
- MAESTRAL
- Šentilj

IGRALNICE IN SALONI

- HIT CASINO
ROGAŠKA SLATINA
- HIT CASINO OTOČEC
- CASINO DAMA
- CASINO DOJRAN

- HIT HOTEL SABOTIN
- HIT HOTEL LIPA
- HIT RESTAVRACIJA MARK
- HIT RESTAVRACIJA TRIGLAV
- HIT SAMPOSTREŽNA
RESTAVRACIJA VRTNICA
- HIT GOSTILA ROŽNA DOLINA
- HIT GOSTILNA PRI HRASTU
- HIT BACCHUS BAR
- HIT OKREPČEVALNICA
PICEPIJA SOČA
- HIT OKREPČEVALNICA HITRO

HTP GORENJKA

- GRAND HOTEL PRISANK
- HOTEL LARIX
- APARTMAJI PRISANK
- HOTEL ŠPIK

- HIT TOURS
- HIT KEMIČNA ČISTILNICA
- HIT ŠPORT CENTER

D. KAKO DO REŠITEV

1. Kako oblikovati celoten presek stanja Hitove ponudbe na trgu?
2. Kako ločiti vloge podjetij od vloge njihovih ponudb pri oblikovanju arhitekture TZ?

D. KAKO DO REŠITEV

3. Kako strukturirati različne vrste ponudbe v sistem arhitekture znamk?

Kakšno vlogo ima pri tem vizija podjetja?

D. KAKO DO REŠITEV

4. Koliko nivojev tržnih znamk potrebujemo:
- korporacijska znamka?
 - individualne znamke?
 - krovne znamke in koliko?

D. KAKO DO REŠITEV

5. Kakšno vlogo igra identiteta znamk pri oblikovanju celotne arhitekture tržnih znamk?
6. Kako znamke poimenovati?
Kaj ohraniti in kaj spremeniti?

D. KAKO DO REŠITEV

7. Ali opredeljena arhitektura
TZ omogoča širitev?

NOVA HITOVA ARHITEKTURA
TRŽNIH ZNAMK

hit universe of fun

hit stars

Perla

Casinò & Hotel
Nova Gorica, Slovenija

Park

Casinò & Hotel
Nova Gorica, Slovenija

Korona

Casinò & Hotel
Kranjska Gora, Slovenija

Aurora

Casinò & Cabaret
Kobarid, Slovenija

Casinò Fontana

Rogaška Slatina, Slovenija

Coloseum Club

Casinò & Entertainment
Sarajevo, Bosna in Hercegovina

Casinò Castel

Otočec, Slovenija

Casinò Dama

Igralni salon
Gornja Radgona, Slovenija

hit holidays

Maestral

Resort & Casinò
Pržno, Črna gora

Kompas

Hotel & Conference
Kranjska Gora, Slovenija

Grand hotel Prisank

Kranjska Gora, Slovenija

Larix

Hotel & Wellness
Kranjska Gora, Slovenija

Hotel Alpina

Kranjska Gora, Slovenija

Hotel Špik

Gozd - Martuljek, Slovenija

Hotel Sabotin

Nova Gorica, Slovenija

Hotel Lipa

Nova Gorica, Slovenija

Apartmaji Vitranc

Kranjska Gora, Slovenija

Hit Holidays Travel Agency



hitstardust

Je krovna znamka Hitovega spletnega igralništva (www.hitstardust.com), ki omogoča varno igro na spletu.