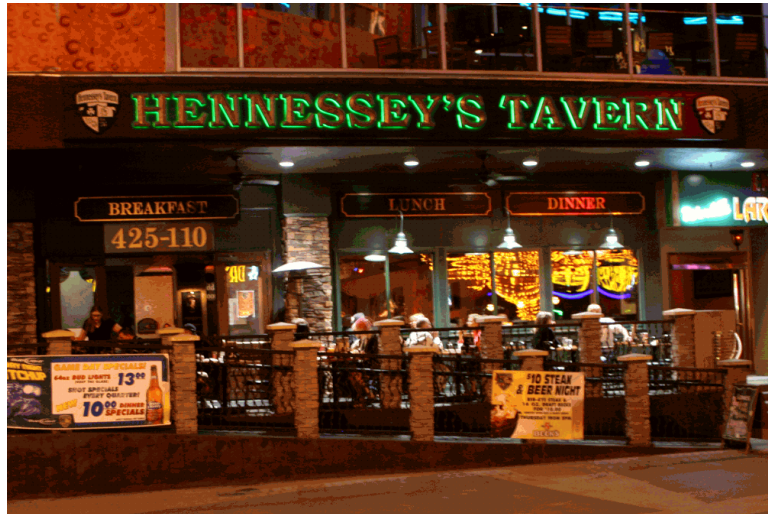




### 3. Cvičení k tématu MARKETINK



**Přečtěte si text a zodpovězte následující otázky:**

#### **Corporate identity a corporate image**

**Corporate image**, neboli tvář firmy, je obecná představa okolí o daném subjektu, osobě nebo firmě. Tato představa vzniká na základě chování subjektu, jeho názorů, postojů, produktů, služeb, pověsti apod. Může být pozitivní nebo negativní. Nástrojem budování image je **corporate identita**, tj. výsledek koordinovaného chování.

Pokud se chcete prosadit na trhu, je nezbytné zabývat se způsobem vystupování a vytváření vlastní image. Nejde pouze o obchodní (marketinkovou) komunikaci, ale i o ostatní pasivní a aktivní formy komunikace s okolím. Jakýkoliv projev vaší existence je součástí budování corporate identity. Mluvíme především o chování zaměstnanců, úrovni vnitřní kultury, způsobech řízení, stylu obchodní komunikace, kvalitě a ceně produktů a hlavně o úrovni vizuální prezentace – logotyp, písmo, barevnost, firemní tiskoviny, internetová prezentace, firemní uniformy, dárkové předměty atd. Corporate identity musí být nejvyšší firemní normou, která řídí téměř všechny její kroky. Musí být proto komplexní, promyšlená, použitelná a nadčasová.



## **Corporate identity můžeme rozdělit na čtyři části:**

**1) Marketinková (obchodní) komunikace** - jejím cílem je vytvářet pozitivní postoj k organizaci a udržovat jednotný styl všech komunikačních aktivit. Má základní jednotící prvek, a tím je firemní filozofie. Do této části patří public relations, osobní prodej, direkt marketink, podpora prodeje a reklama.

**2) Jednotná firemní kultura (corporate culture)** - jinak řečeno vnitřní atmosféra firmy. Úspěšná firma ví, co chce, kam směřuje a jak toho dosáhnout. Má k tomu vytvořena pravidla, dodržuje je a všichni spolupracovníci (zaměstnanci) se s nimi ztotožňují. Patří sem pravidla jednání s klienty, přijímání telefonních hovorů, jednání vrátného, způsoby oblékání nebo řešení reklamací.

**3) Produkt** - nabídka produktů a služeb je tím nejzákladnějším, co vás charakterizuje. Úroveň zpracování, jeho vlastnosti, prodejní a servisní síť, podpora, návody k použití, školení a hlavně cena patří do této části corporate identity.

**4) Jednotný vizuální styl (corporate design)** - úroveň a styl vizuální prezentace je rozhodující částí při tvorbě corporate image. Vystupovat na veřejnosti vizuálně jednotným a promyšleným způsobem je základním předpokladem k jedinečnosti a jasné zapamatovatelnosti firmy na trhu. Jednotlivá pravidla této komunikace jsou zpracována **v manuálu vizuálního stylu.**

<http://www.pilot.cz/cz/corporate-identity>



**1. V marketinku hraje důležitou roli politika zaměřená na identitu firmy. Které oblasti k ní patří?**

- a) Jednotná firemní kultura
- b) Manuál vizuálního stylu
- c) Majetek firmy
- d) Nabízené zboží
- e) Jednotná firemní kultura

Řešení: a, d, e

**2. Které faktory se podílejí na firemním stylu?**

- a) Písmo
- b) Barvy
- c) Architektura
- d) Firemní brožury
- e) Způsob komunikace

Řešení: a, b, c, d

**3. Které faktory patří k firemní komunikaci?**

- a) Design
- b) Formuláře
- c) Slogany
- d) Veletrhy
- e) Schopnost kritiky

Řešení: c, d



#### 4. Které faktory jsou součástí firemního chování?

- a) Styl konferencí
- b) Plakáty
- c) Produkty
- d) Vedení firmy
- e) Osobnostní rozvoj

Řešení: a, d, e

#### 5. Které faktory patří k firemní kultuře?

- a) Public relations
- b) Školení
- c) Způsoby oblékání
- d) Vyřizování reklamací
- e) Chování vrátného

Řešení: c, d, e