



KARKONOSKA AKADEMIA
NAUK STOSOWANYCH

Budování image vysoké školy v hybridním období

Paweł Tkaczyk

**Na životbyті si vydělávám
vyprávěním svého příběhu.**

**Pracoval jsem kromě jiného
pro SONY, HBO, Orange.**



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



„Nelze propojit tečky s pohledem upřeným do budoucnosti.
Lze je propojit pouze pohledem upřeným do minulosti.”

- Steve Jobs

Jaké změny způsobil lockdown?

- **Ploché vztahy** (monitor/display vs. osobní schůzka)
 - Výsledek:
více plochých vztahů, více komunikačních kanálů
- **Žádná „poslední míle“** (tzn. vznik rivalizační komunity, která dříve nebyla pro Vás konkurencí)
 - Výsledek:
větší viditelnost, investice do osobních značek
- **Změna návyků (více kontaktů/vztahů v režimu online)**

Zdroje výhod pro vysokou školu_{/univerzitu}

- **Produkt** – učím věci, které nikdo jiný neučí (disco polo/disco hudba)
- **Poloha** – jsem k dispozici tam, kde nikdo jiný není
- **Cena/hodnota** – valuta: čas, peníze, nervy
- **Propagace** – jsem první, na koho si vzpomenou

Struktura univerzitní značky

- **Driver** – důvod, proč lidé přicházejí (předchozí snímek)
- **Bod zlomu** – „jediný, který...” Pojmenuj systém výuky.
- **Transfer authority** – idol, ne autorita!
- **Energizer** – soutěž – výroba Mars Rover – zkoumající robot



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



1960

Time-to-market: 60 měsíců (5 let)



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



1980

Time-to-market: 36 měsíců (3 roky)



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



2007
Time-to-market: 18 měsíců (1,5 roku)



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Brand Loyalty Index

Očekávání spotřebitelů: +4,5%
Schopnost značek uspokojit
spotřebitele: -9%



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Spotřebitel = Investor

Nový přístup k budování hodnoty značky



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Spotřebitel = Investor

- Očekává odpovídající poměr cena/hodnota dnes.
- Očekává odpovídající poměr cena/hodnota **zítra**.



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO