



ÚVODNÍ SLOVO prvního místopředsedy Rady kvality ČR.....	3
ÚVOD autorů publikace	3
1. NÁRODNÍ PROGRAM ČESKÁ KVALITA	4
2. ZNAČKY KVALITY VE SVĚTOVÉM KONTEXTU (úvod)	5
3. ZNAČKY KVALITY JAKO NÁHRADA BUDOVÁNÍ VLASTNÍ OBCHODNÍ ZNAČKY (přínosy a cesty)	6
4. VARIABILITA ZNAČEK = VARIABILITA VYUŽITÍ I ZPŮSOBŮ PREZENTACE ZNAČKY	8
5. JEDNOTNÉ ZASTŘEŠUJÍCÍ LOGO ČESKÁ KVALITA – SJEDNOCUJÍCÍ PRVEK A GARANCE VĚROHODNOSTI	12
6. SYNERGIE PROPAGACE MPO – SPRÁVCI ZNAČEK – DRŽITELÉ ZNAČEK	14
7. POHLED SPOTŘEBITELŮ	15
8. DOPORUČENÉ KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY A TÉMATA KOMUNIKACE.....	18
8.1 Obal produktu, místo poskytování služby.....	19
8.2 Letáky, plakáty, bannery, billboardy, inzerce	19
8.3 Vlastní firemní webové stránky	20
8.4 Využití sociálních sítí.....	21
8.5 Využití e-shopů a katalogů	24
8.6 Veletrhy, výstavy, školení, semináře, konference.....	24
8.7 Ostatní média a možnosti	24
9. DIAGRAM OBECNÝCH KROKŮ PRO ZAVÁDĚNÍ BRANDU	25
9.1 Základní informace o značce kvality a o Národním programu Česká kvalita	25
9.2 Historie a principy využití značek kvality a budování brandů	25
9.3 Využití vaší značky kvality pro propagaci a budování brandu – rekapitulace.....	26
9.4 Komunikace.....	28
10. ZÁVĚR	28
POST SCRIPTUM: Apel na dostupnost grafického loga značky	29
PŘÍLOHA 1: Značky kvality ve světovém kontextu	30
PŘÍLOHA 2: Značky kvality jako náhrada budování vlastní obchodní značky	32