



## ZMĚNA OBCHODNÍ ZNAČKY EUROMEDIC – OTÁZKY A ODPOVĚDI

### **Otázka: Proč jste se rozhodli změnit obchodní značku právě teď?**

Odpověď: Prošli jsme v poslední době obdobím výrazného růstu a spatřili příležitost, jak vybudovat *globální* značku s jedinečnou a konzistentní identitou, která nám pomůže naše ambice dosáhnout. Vypracovali jsme také obchodní případ s důvody, proč se odkláníme od značky Euromedic. Tato potřeba, spolu s příležitostí, podpořila naše rozhodnutí ke změně značky.

### **Otázka: Co je na značce Euromedic špatného?**

Odpověď: Co se týče hodnot, které byly spojovány se značkou Euromedic, nic špatného na ní není. Popravdě, tyto hodnoty si bereme s sebou do společnosti Affidea.

Vyskytly se ale problémy s identitou společnosti Euromedic, jako třeba to, že nebylo možné zapsat její ochrannou známku do rejstříku. Stejně tak existovaly na různých trzích společnosti s podobným názvem/logem, což vedlo ke zmatkům a riziku negativního PR a negativního vnímání ze strany regulačních a jiných orgánů.

### **Otázka: Co znamená Affidea?**

Odpověď: Affidea v jádru odráží naše základní hodnoty – důvěru a empatii (v italštině *affidare* – svěřit a *affidarsi* – důvěra). Ale má to taky další významy a každý z nich je spojen s tím, co tato společnost představuje: nápady, loajalitu a spřízněnost.

### **Otázka: Proč jste zvolili název Affidea?**

Odpověď: Věříme, že název **Affidea** je osobitý, odráží naše hodnoty, zní dobře ve všech jazycích a je v souladu s našimi obchodními strategiemi i strategiemi značky.

### **Otázka: Vzhledem k tomu, jak nedávno ten nákup proběhl, stojí za změnou obchodní značky Waypoint?**

Odpověď: Ne. Tento proces řídí představenstvo a senior manageři. To, že Waypoint společnost koupil je náhoda, ale samozřejmě změnu obchodní značky podporují.

### **Otázka: Do jaké míry, pokud vůbec, jste tuto změnu konzultovali se svými provozovny a svými zaměstnanci?**

Odpověď: Proces strategie změny značky se skládal ze série workshopů, pohovorů a brainstormingů. Kromě jednatelů a marketingových týmů jsme zahrnuli také country managery a zástupce různých oddělení provozu od recepčních přes facility managery, zdravotnické odborníky a lékaře.

### **Otázka: Proč neměníte značku na všech pobočkách najednou?**

Odpověď: Zjistili jsme, že ačkoliv jsou jejich hodnoty a přístupy stejné, spousta našich poboček má specifické vlastnosti – podmínky na trhu, historie a místní znalost značky se liší pobočku od pobočky.

Proto se nám nezdálo správné spěchat s nastolením hromadných a okamžitých změn v celé skupině. Raději představíme značku **Affidea** postupně a náležitě, s ohledem na vlastnosti místního trhu každé země, ve které fungujeme.

Affidea B.V.

Prins Bernhardplein 200 · 1097 JB Amsterdam · The Netherlands

Registered with the chamber of commerce no. 27289621

VAT number: 8159.82.215.B.01

[affidea.com](http://affidea.com) · [info@affidea.com](mailto:info@affidea.com)



**Otázka: Proč byla změna obchodní značky nejdříve provedena v Polsku?**

Odpověď: Polsko je náš největší trh, takže přirozeně vyplynulo, že to bude první země, kde novou značku představíme. Navíc je v Polsku několik dalších společností s podobným názvem jako Euromedic. Změnou obchodní značky jsme chtěli upevnit svou vedoucí pozici v zemi a začít si budovat svou vlastní osobitou identitu.

**Otázka: Která provozovna je na řadě se změnou značky?**

Odpověď: Předpokládáme, že další na řadě budou provozovny ve Švýcarsku a Rumunsku.

**Otázka: Která provozovna projde změnou obchodní značky jako poslední a proč?**

Odpověď: To zatím nebylo ještě rozhodnuto. Abychom tento proces zvládli plynule, nechceme se držet žádných striktních časových rozvrhů.

**Otázka: Jaký je nejzazší termín k dokončení změny obchodní značky ve všech místních pobočkách?**

Odpověď: Abychom tento proces zvládli plynule, nechceme se držet žádných striktních časových rozvrhů, ale budeme měnit identitu jednotlivých společností v takovém tempu a takovým způsobem, který bude odpovídat jejich situaci.

**Otázka: Odráží tato změna obchodní značky změnu ve strategii společnosti?**

Odpověď: Ne, a my popravdě věříme, že tato nová značka má v sobě flexibilitu, která umožní pokračování růstu.

**Otázka: Směřuje tato změna obchodní značky ke zvýšené centralizaci?**

Odpověď: Neplánujeme zvýšení centralizace našeho provozu, nicméně chceme soustavně pracovat na tom, abychom vybudovali jednotnou značku **Affidea**.

**Otázka: Kdo měl na starosti proces změny značky?**

Odpověď: Marketingový tým v každé společnosti, spolu s externími konzultanty.