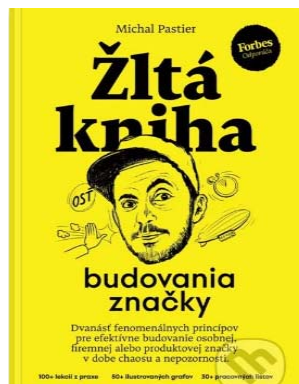


Recenzia

Žltá kniha budovania značky

vyd. Barecz & Conrad books, 2023. 604 s.
ISBN: 9788082580115

Michal Pastier



Každoročne prichádza na knižný trh nespočetné množstvo publikácií, ktoré sa stretnú s menším či väčším záujmom čitateľov. Niektoré doslova zapadnú prachom a smerujú do výpredajovej sekcie alebo na spodné priečky regálov kníhkupectiev, iné ovládnu trh a na dlhé týždne či mesiace si vyslúžia prívlastok „bestseller“.

Žltá kniha budovania značky je ten druhý prípad. Táto kniha bola vydaná na jeseň minulého roku (10/2023). Autorom publikácie je Michal Pastier, slovenský marketér, ktorý sa marketingu venuje už 15 rokov. Jeho prácu si čitatelia môžu pamätať napríklad z kampane „praví kávičkári“ pre [Popradskú kávu](#) alebo z kampane so šušlavým psom „Ftefanom“ v [reklame pre Kofolu](#). Či už sa tieto reklamy vnímajú pozitívne, alebo negatívne, podstatné je, že sa stali zapamätateľnými. V dynamickom toku reklamného prúdu sa nestarali napriek tomu, že od ich uvedenia ubehli roky.

Michal Pastier vo svojej knihe vychádza nielen z vlastných skúseností, ale aj zo skúseností iných ľudí, podnikateľov, svetových aj lokálnych značiek. Pri tvorbe kapitoly o ochrane duševného vlastníctva autor knihy spolupracoval aj s Úradom priemyselného vlastníctva SR, konkrétne pri dôležitej téme, ktorá väčšine podnikateľov stále nie je známa – pri téme ochranných známok.

Žltá kniha budovania značky sa vo všeobecnosti môže charakterizovať ako publikácia, ktorá prepája tému marketingu s oblasťou duševného vlastníctva a čo je podstatné, zdôrazňuje dôležitosť jeho ochrany.

Prečo je kniha z pohľadu témy duševného vlastníctva dôležitá?

V prvom rade preto, lebo je to populárna publikácia, ktorá na túto tému upozorňuje. Vysvetľuje ju čitateľom veľmi jednoducho a uchopiteľne, demonštruje dôležitosť ochrany práv priemyselného vlastníctva na konkrétnych príkladoch z praxe a čitateľovi dáva jasný odkaz – ak chcete podnikáť v 21. storočí, bez ochrannej známky ani na krok!

Táto kniha je pre tých, ktorí nechcú filozofovať, čo je to značka, ale poznať odpovede na praktické otázky:

- 01 *Čo mám pri rozbiehaní značky reálne robiť?*
- 02 *Na čo si dať pozor?*
- 03 *Ako postaviť vlastnú značku rýchlo a efektívne?*
- 06 *Aké sú konkrétne kroky pre rôzne fázy firmy alebo projektu?*
- 07 *Čo funguje dlhodobo a čo je len trend, móda, hype?*
- 08 *Čo má najväčší dopad na efektívnu komunikáciu?*
- 09 *Prečo si firmy právne chránia aj svoje farby?*
- 10 *Ako odlíšiť veci podstatné od vecí naliehavých?*
- 11 *Ako nešpekulovať a makať.*

Zároveň má kniha potenciál osloviť široké masy, ktoré (s vysokou pravdepodobnosťou) o tejto agende nevedia, prípadne vedia, no nepovažujú ju za dôležitú. Čísla a štatistiky hovoria jasne. Len 2 % podnikateľských subjektov na Slovensku využíva ochranu duševného vlastníctva prostredníctvom ochrannej známky, zatiaľ čo európsky priemer je na úrovni približne 9 %. Ak je v našom záujme priblížiť sa európskemu priemeru, práve takýto spôsob popularizácie tém duševného vlastníctva môžeme považovať za kľúčový, pretože doručí informácie presne na miesta, kde ich my doručiť nevieme – priamo k podnikateľom, manažérom či marketérom.

O čom Žltá kniha budovania značky vlastne je?

Odpoveď ukrýva už samotný názov. Hlavným motívom knihy je budovanie značky samej osebe. Je to praktický návod pre všetkých (hlavne začínajúcich) podnikateľov a marketérov, ktorí hľadajú odpovede na otázky, o ktorých ani nevedia, že ich majú. Kniha čitateľa donúti zamyslieť sa nad značkou komplexne, premýšľať nad ňou v kontextoch,

ktoré boli pre neho doposiaľ neznáme, a odhaľuje množstvo „tajomstiev úspechu“.

Michal Pastier vychádza z 19-ročnej praxe marketéra a 15-ročnej praxe podnikateľa. Rukami mu prešlo viac ako 200 projektov, ktoré pomáhal kreovať či rebrandovať. Jeho znalosť potrieb podnikateľov je v tomto smere nesporná. Kniha je napriek svojmu rozsahu (viac ako 600 strán) napísaná stručne a jasne. Čitateľ v nej nájde (pravdepodobne) úplne všetko, čo pri budovaní značky potrebujete vedieť.

Publikácia sa zaoberá témou komplexne – od momentu, keď sa značka (firma) rodí (fáza príprav), cez princípy komunikácie, tzv. brand kódy, cez využívanie aktuálnych trendov, cez budovanie osobnej značky, influencerský marketing a mnoho ďalšieho. Najpodstatnejšou výhodou knihy je fakt, že je písaná tak jednoducho a zrozumiteľne, že jej bude rozumieť naozaj každý. Ako je to možné? Michal Pastier ako marketér vie, že odborné vysvetlenia a siahodlé poučky širšie masy nebavia. Ale to, čo ľudí baví, sú príbehy. A to čitateľom vo svojej knihe ponúka. Na príkladoch známych aj neznámych značiek a reálnych príbehoch demonštruje všetko dôležité. Napríklad to, že významný tvar produktu, ktorý narušuje zaužívané vzorce, vytvorí v mysli spotrebiteľa jasné spojenie so značkou. Teraz sa zrejme zamýšľate, ako to myslím. No keď vám poviem – čokoláda v tvare štvorca, pravdepodobne viete, o ktorej značke hovorím, a vidíte, aký veľký význam má prepájanie teórie s praktickými ukázkami a aký vplyv na pochopenie čitateľov to v konečnom dôsledku môže mať.

Michal Pastier sám o knihe povedal, že nikdy nemal ambíciu napísať najlepšiu knihu o marketingu na svete. Ak by to tak bolo, pravdepodobne by ju nikdy nedopísal, lebo by z jeho pohľadu nikdy nebola dost dobrá. V skutočnosti sa len obzrel, pozbieral svoje aj cudzie odborné skúsenosti a napísal praktický návod, ako budovať značku, ktorá má šancu prežiť v dobe chaosu, v dobe, kedy je tok informácií tak rýchly, že sa v ňom všetci strácame, a v dobe, kedy zabúdame, čo sa stalo pred hodinou.

Knihu odporúčam prečítať každému, kto uvažuje nad vytvorením vlastnej značky. Je to naozaj prehľadný a praktický návod, ktorý vás bude v priebehu podnikania sprevádzať pri riešení problémov či dôležitých otázok. Ak sa vám zdá, že 600 strán je priveľa, nemusíte sa báť. Kniha je členená na samostatné kapitoly a časti, preto ju nemusíte prečítať „na jeden ťah“. S pokojným svedomím ju môžete odložiť na poličku a otvoriť vtedy, keď budete riešiť dôležitú otázku z oblasti kreovania vášho vlastného biznisu. Na 99 % v nej nájdete odpoveď.

*Mgr. art. Jana Záchenská**

Z obsahov vybraných časopisov



Justičná revue

11/2023

- DEÁK, M.: Niekoľko poznámok k navrhovanej úprave konania štatutárneho orgánu v novom súkromnom práve (1. časť)
 IVANČO, M. – SKLENÁR, M.: Právna versus skutková otázka v kontexte zisťovania obsahu právneho úkonu a rozhodovacej činnosti súdov
 LACIAK, O.: Ochrana advokátskeho tajomstva pri prehliadke advokátskej kancelárie
 DUBAJOVÁ JAVÚREKOVÁ, E.: Zákonné požiadavky podmienujúce platnosť inomínatných zmlúv a výklad ich obsahu

12/2023

- ŠOLTYSOVÁ, L., JAKUBÁČ, R.: Konanie o zázname v správnej súdnej praxi
 DEÁK, M.: Niekoľko poznámok k navrhovanej úprave konania štatutárneho orgánu v novom súkromnom práve (2. časť)
 PASSER, J. M.: (R)evoluce, ktorá sa nekonala



Duševní vlastnictví

4/2023

- ČERNÁKOVÁ, N. O nejstarší patentní kanceláři pražské
 RICHTEROVÁ, K – MOŇSKI, O. Mezinárodní spolupráce policejních orgánů v oblasti ochrany práv duševního vlastnictví
 JENERÁL, E. Senát v kazde T 438/19 postoupil Velkému stížnostnímu senátu právní otázky (G 1/23), týkající se interpretace rozhodnutí Velkého stížnostního senátu G 1/92
 JENERÁL, E. K rozhodnutí stížnostního senátu EPÚ T 2391/18
 JENERÁL, E. K rozhodnutí stížnostního senátu EPÚ T 532/20
 JENERÁL, E. K rozhodnutí stížnostního senátu EPÚ T 1362/20

* Článek vyjadruje názory autora recenzie na predmetnú publikáciu a nesúvisí s politikou ÚPV SR.