

# DIGITAL MARKETING CANVAS

# INCREATIVE

## MISE

Účel a důvod existence společnosti



## VIZE

Dlouhodobé, ambiciózní obchodní cíle společnosti



## ZNAČKA

Jak komunikuje svoje poslání, jak vytváří zážitek u zákazníků, racionální i emocionální. A vnímá to tak i zákazník



## AKVIZICE

Jak získávat návštěvníky ze škálovatelných kanálů

## AKTIVACE

Jak dosáhnout (a popsat) ten první "AHA" moment u zákazníka

## HODNOTY

Příslib hodnoty, která má být dodána : výhody a odlišení



## DOPORUČENÍ

Jak získávat ambasadory značky

## VÝNOSY

Monetizace chování uživatelů

## CÍLOVÁ SKUPINA

Zákazníci (stávající + ideální) kterým společnost slouží



## TRH

Postavení společnosti na trhu ve vztahu ke konkurenci



## RETENCE

Jak přimět zákazníky, aby se vraceli v co největší míře



# STRATEGIC CANVAS

# INCREATIVE

## TRH

Na jakém trhu se chcete pohybovat?  
V jaké fázi adopční křivky je ten trh aktuálně? Ve kterém regionu chcete prodávat? Jak velký vůbec je ten trh?

## SOUTĚŽ

Kdo je vaše konkurence? Jaká jiná řešení by mohla vaše cílová skupina používat pro svou zásadní potřebu?

## TRENDY

Co jsou nejdůležitější objevy a trendy, které mohou v budoucnu ovlivnit váš trh?

## ZNAČKA

Jak je vaše značka vnímána?  
Jak vaše značka pasuje do života vašich zákazníků?

- mise a vize
- positioning
- identita

- percepce
- kanály
- obsah
- příběhy

Jak a kterými kanály komunikujete s vašimi (potenciálními) zákazníky?

## KOMUNIKACE

## HODNOTOVÁ NABÍDKA

Co je hlavní příslib vaší nabídky?  
Jak konkrétně pomůže vašim zákazníkům nebo zlepší jejich život?

- jejich práh bolesti
- co vnímají jako zisk
- přidaná hodnota
- co bude důkazem

- všechny touchpointy
- moment setkání
- zážitek při setkání
- zákaznická cesta

Jak chcete aby se zákazník cítil při interakci s vaší značkou na konkrétních touchpointech?

## ZÁKAZNICKÁ CESTA

## CÍLOVÉ SKUPINY

Který postoj nejlépe odpovídá vašim potenciálním top zákazníkům?

- Jobs to Be Done
- řeší problém
- chce růst
- kam směřuje
- jak je nastavený