

(ant)

1.1 KONTEXT ZNAČKY

Jsme full-service digitální agentura, která neopisuje příručky, ale vytváří prožitky.
Jdeme na hranu, kde se z (WTF) nápadů rodí (WOW) výsledky.
Děláme marketing zábavný, odvážný a hlavně funkční.
Raději riskovat prů*er, než se spokojit s průměrem.
Chceme si užívat. Práci, výstupy, výsledky.
Nebaví nás šedé uniformní řešení, upřednostňujeme odvahu, která překračuje
hranice očekávání.

Protože
(WOW) je naše (PROČ).

KDO JSME

**Outsider,
co všechny předběhl,
protože nikde nezapadl.**

KDO JSME

Proč?

- Protože marketing nemá být šed', co nikoho nebaví. Marketing má bavit, místy provokovat a hlavně přinášet (WOW) výsledky.
- Čeříme vody, lámeme pravidla a děláme nápady, co začínají (WTF) a končí (WOW).

Jak?

- Máme specialistu na každou oblast online.
- Přemýšlíme jinak, ale s klientem máme stejný cíl.
- Naše strategie nejsou opsané z příruček. Jsou crafted by (ant).

Co?

- Tvoříme weby, e.shopy, které budou dělat radost zákazníkům i majitelům.
- Stavíme značky, které mají koule a vydrží.
- Pomáháme firmám k pozitivním byznysovým výsledkům.

**Na hraně
vznikají prožitky,
které přinášší výsledky.**

(ant)

1.3 ARCHETYP ZNAČKY

**Bavit se od nápadu
po výsledek.**

BRAND ESSENCE

(ant) je značka, která hledá za každým počínáním smysl.

Značka, pro kterou je smysluplnost kompasem.

Značka, kterou musí bavit to, co dělá.

Značka, která se musí bavit tím, co dělá.

Značka, která jde hluboko, uvažuje široce a míří vysoko.

Značka, kterou netrápí, co si kdo myslí.

Značka, která se místo debat pouští do práce.

ARCHETYP ZNAČKY

klaun/vtipálek

ARCHETYP ZNAČKY

Jako klaun, tak i (ant) usiluje o to, aby každý okamžik života měl nějaký smysl.

V žádném případě není pointou humor.

Klíčovou aspirací je hodnotně prožívat svůj čas.

Může to být cokoliv: pohyb, studium, setkání, samota, radost, ale stejně tak i strach, smutek či bolest – pokud nám přináší jakoukoliv hodnotu.

Hlavní je prožitek = quality time.

ARCHETYP ZNAČKY V PRAXI

Aspirace prožitku v paradigma full-service agentury

Klíčovou aspirací (ant) je vytvářet smysluplné projekty, na kterých nás baví pracovat, lidem přináší hodnotu a klientům doručí výsledky, ze kterých jim spadne brada.

Nadšení, když přijde (WTF) nápad.

Napětí, když čeká na schválení u klienta.

Výzva, když u stolu vzniká strategie.

Dobrodružství, když se jde za hranu.

Adrenalin, když se něco nedaří.

Nervozita, když to jde ven.

Hrdost, když to fakt rezonuje!

Spokojenost, když klient řekne, že tohle fakt nečekal.

Nakonec ta úleva, když to celý skončí...

ARCHETYP ZNAČKY V PRAXI

DISRUPCE JE STRATEGICKÝ NÁSTROJ

Neslouží pro efekt. Je to řízený prostředek — součást strategie, která má jediný úkol: doručit výsledek, který překoná očekávání. Každý odvážný krok, každý moment překvapení i každé vybočení z normy musí mít jasné opodstatnění v cílech značky.

Je to dobrodružství, radost i adrenalin. Ale nikdy ne na úkor smyslu.

**CÍL JE
(WOW) VÝSLEDEK.**

STAČÍ NESTAČÍ.

JDEME NA HRANU.

NARATIV ZNAČKY

Proč na hranu? Protože tam je strategický potenciál

NARATIV ZNAČKY

Hrana pravidel a zvyklostí

Abychom mohli pravidla porušovat, musíme je znát. A mít strategický důvod, proč je porušovat.

Hrana formátu a média

“The medium is the message.” Sdělení nemůže změnit médium, může ale překročit jeho rámec.

Hrana kontextu a oboru

Hodnota vzniká v kontextu. Uvažujeme byznysově, s přesahem i s ohledem na strategii.

Hrana diskurzu a paradigma

Smyslem disrupce je bourat stereotypy a redefinovat vnímání i základní principy trhu.

“Because it’s there.”

George Mallory, when asked why he wanted to climb Mount Everest.

Vydat se jako první na Everest je
disrupce.

Vylézt až na vrchol je
(WOW) výsledek.

Zabít se při sestupu je
(WOW) (UPS) (BUM) strategie,
kterou klient vpoho zvládl interně.

“STAČÍ” NESTAČÍ. JDEME NA HRANU.

(WOW) kultura

Podporujeme opravdovost, osobní rozvoj a odvahu přicházet s **nápady, které by jinde neprošly.**

(WOW) výstupy

Tvoříme co nás baví a překračuje hranice očekávání.

VIZE A MISE ZNAČKY

(WOW) tým

Nehledáme člověka na pozici. Vytváříme **prostor pro talenty.**

(WOW) výsledky

Prodáváme přidanou hodnotu. Ta nám dává svobodu a prostor růst.

(WOW) klienti

Spolupracujeme jen s těmi, kteří **hrají rovinu a chtějí s námi na hranu.**

(WOW) (ant)[®]

Nejsme potichu.
Budujeme silnou značku, kterou druzí následují.

Focus na člověka

Lidi jsou alfa omega firmy. Vážíme si jich a jejich authenticity, která je naší esencí. Tvoříme prostor pro talenty. Nehrajeme si na korporát, radši spolu po práci zajdeme na pivo.

Prožitek jako nástroj i cíl

Náš ultimátní cíl je, aby nás to bavilo. Aby nás bavil klient, proces, náplň i výsledky práce, která dává smysl. Baví nás, když zvedáme obočí i koutky klientů i konkurence.

Odhodlání dělat to jinak

Nespíme. Inovujeme, učíme se z chyb, rosteme. Rádi plaveme proti proudu a děláme věci jinak. Po svém. Jdeme na hranu, protože právě tam vzniká (WOW) výsledek.

PILÍŘE ZNAČKY

Focus na člověka

NARATIV ZNAČKY

Nehledáme lidi, kteří nám zaplní pozici.
Hledáme talenty, kterým stačí dát prostor a
začnou se dít věci.

Fokus není jen na výkon, nýbrž na člověka, ze
kterého výkon roste.

Budujeme firmu, kde hodnoty nevisí na
nástěnce, ale rezonují mezi lidmi.
Kde otevřenost, upřímnost i jakákoliv další
proklamace není přání otcem myšlenky,
nýbrž konzistentně budované autentické
hodnoty.

Odpočatý člověk = člověk, co má (WOW)
nápad. Proto se v pátek věnujeme rozvoji
a odpočinku.

Prožitek jako nástroj i cíl

NARATIV ZNAČKY

Práce nás musí bavit.

A bavit znamená především dávat smysl.

Pohání nás nadšení z jízdy i destinace.

Klientovo i naše.

Nejsme potichu.

A užíváme si, že nás druzí následují.

(WOW) nápady se rodí v čisté hlavě

NARATIV ZNAČKY

Svoboda pro nápady, prostor pro chyby

(WOW) může vznikat jen v prostředí, kde je i (FCK) součástí procesu.

(WOW) = měrná jednotka práce

Když nemusíš, dělej kdy chceš. Ráno, večer, v kanclu, na pláži,... Klidně i na Marsu, když budeš mít wifi a výsledky.

Největší benefit jsou nekonečné možnosti

Pevná pravidla? Meh. Naopak vytváříme prostor a dáváme volnou ruku výjimečným talentům.

Ty hlavní věci v životě se dějí mimo práci

Life happens. Osobní problémy lidí v týmu si osobně bere i (ant). Nikoliv jako přítěž, ale jako příležitost dát pomocnou ruku.

Jsme kámoši. Bez výhod, za to v dobrém i zlém

Budujeme tým, ne pracovní tábor. Zkušenosti se časem srovnají, ale páteř už rovnější nebude.

Odhodlání dělat to jinak

NARATIV ZNAČKY

Dělat to jinak přináší risk.

Jdeme do toho. Radši prů*er než průměr.

Příručky říkají “nedělej to”.

Výsledky říkají “ještě, žes to udělal”.

(WTF) nápady zvednou obočí kolegů, pak šéfa ze židle,...

A na konci všeho čísla a zisk.

Nápady můžou být crazy.

Ale musí dávat smysl.

Rádi chodíme na hranu.

A děláme to, na co druzí nemají odvahu.

**TVOŘÍME (WOW),
KTERÉ FUNGUJE.**

pravidla správného (antáka)

1/10

Učím se a inovuji

Každý den se naučím nebo zkusím
min. 1 novou věc (soft skills / hard skills).

2/10

Jsem efektivní

Důsledně rozlišuji, co musím řešit a co ne.
Kde musím být a kde ne. Deleguji.

3/10

Zjišťuji potřeby

Aktivně zjišťuji potřeby druhých. Když druzí
mluví, pozorně naslouchám.

4/10

Nevytvářím si domněnky

Vždy musím 100% vědět. Když nevím, ptám
se (AI, Googlu, kolegy, klienta...).

5/10

Jsem konstruktivní

V problémech hledám řešení. Neberu si nic
osobně. Respektuji názor druhých.



6/10

Jsem SMART

Každý úkol zadávám konkrétně, měřitelně, s termínem a odpovědnou osobou.

7/10

Jsem důsledný

Nenechávám důležité věci hnit. Když je vidím, chci jejich vyřešení.

8/10

Dávám a žádám zpětnou vazbu

Když se mi něco líbí nebo nelíbí, řeknu to. To samé chci od druhých.

9/10

Vyvažuji práci a odpočinek

Když je toho na mě moc, řeknu to. Respektuji priority a volný čas druhých.

10/10

Dělám vše v nejlepším zájmu klientů i (antu)

Každá činnost má jasný přínos pro klienty i (ant). Vše ostatní je sabotáž.

(ant)

1.2 VERBÁLNÍ SIGNIFIKANTY

(WOW) je vše, co překračuje hranice všednosti.

(WOW) je nápad podložený strategií

(WOW) je emoce, kterou si neseme

(WOW) je citoslovce na první dobrou

(WOW) je mindset, prostředek i cíl

(WOW) je naše (PROČ)

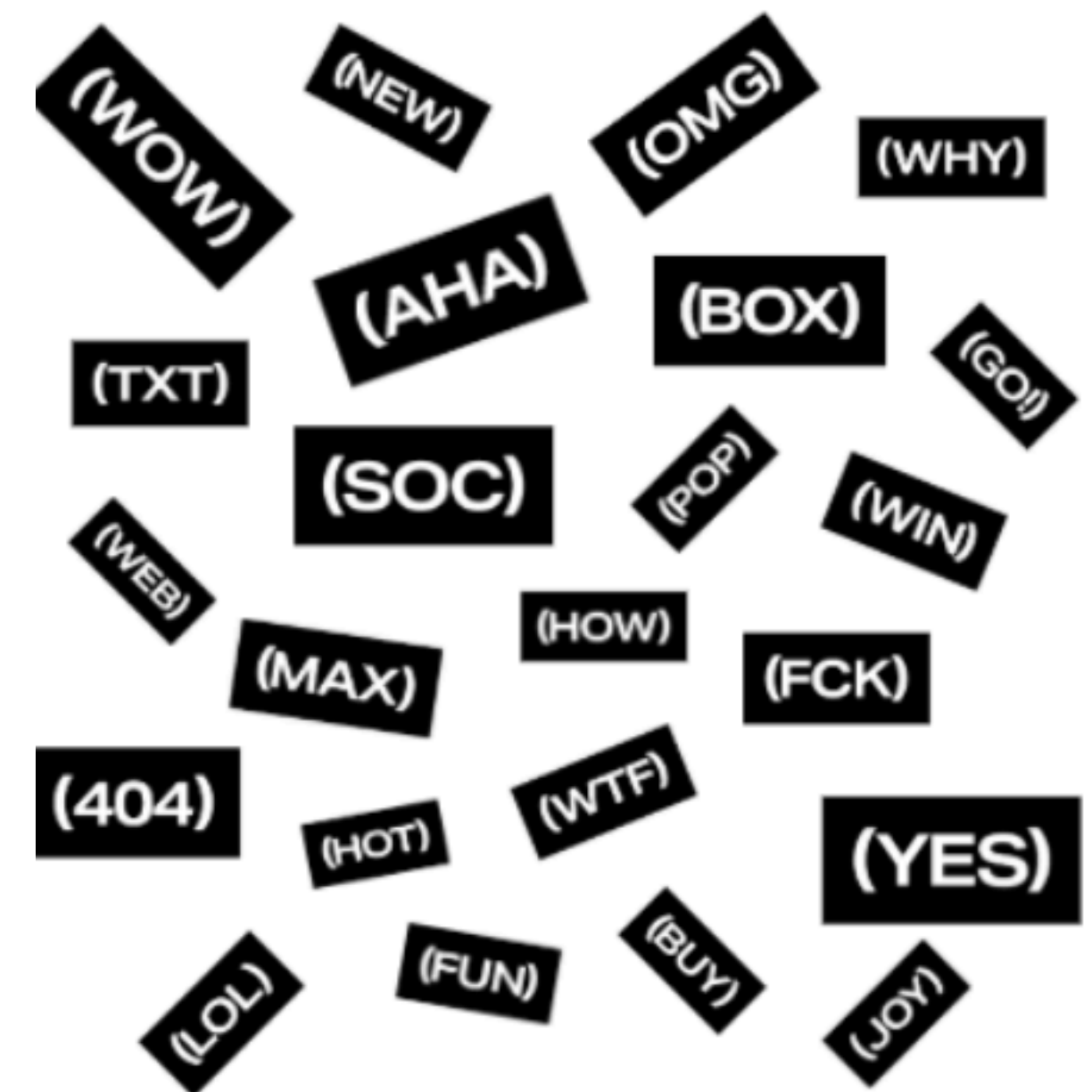
BRAND CLAIM

(WOW)
je naše
(PROČ)

(WOW)
je naše **(PROČ)**

BRAND CLAIM / DYNAMICKÉ VARIANTY

- **Využívání 3písmenných slov a zkratek** (WOW), (WTF), (SEO), (ADS), (TÝM), když to dává smysl.



PRIMÁRNÍ VARIANTA

**(ant) crafted
for (WOW)**

ZKRÁCENÁ VARIANTA

(ant) crafted

DYNAMICKÉ VARIANTY

**(ant)crafted
by Pavel Hlásek**

**(ant)crafted
for GoodPRO**

**(ant)crafted
for internal use only**

**(ant)crafted
brands**

**(ant)crafted
websites**

**(ant)crafted
campaigns**

**(ant)crafted
ver. 1.0.2**

**(ant)crafted
October 2025**

BRAND ENDORSEMENT / SIGNIFIKANTY ZNAČKY

(ant)

1.4 TONALITA ZNAČKY

Jak (ant) mluví?

TONALITA ZNAČKY

Jsme (ant). Značka, která ujíždí na tom, co baví a funguje zároveň.

Značka funguje v archetypu Klauna. Píše profesionálně, zároveň lidsky a s lehkostí. Jde k jádru věci. Nepovyšuje se, je spíše “parták”, jeden z nás. Není korporát a nikdy nebude. Komunikuje bez zbytečných formalit a klišé. Je kreativní. Pouhé “stačí” nestačí.

Výsledek i proces musí bavit. Nás, klienta a jeho zákazníky.

Hravý.
Uštěpačný, jízlivý, vtipný i drzý.
Přitom milý.
Napřed hlavou, vpřed po hlavě.
Nehraně na hraně, ne hra na hranu.
Outsider, disruptor, excentrik, pohodář.

01

Archetyp: KLAUN

- **Nevtipkuje za každou cenu. Využívá inteligentní humor jako nástroj, nikoliv cíl.**
- Provokuje: Rád rozvíří klidné vody a rozbije stereotypy.
- Pobaví: Přichází s nápady, co zvednou koutky i obočí.
- Překvapí. Využívá moment „WTF“ i tam, kde by to druzí nečekali.
- Zjednodušuje. Říká věci na rovinu.
- Chytře vtipkuje. Humor má mozek. Nejde o srandu pro srandu.
- Má názor. Umí si dupnout, ale s lehkostí, nadhledem a nápadem.

- **Hledá WOW. Neřeší, co “by se správně mělo“. Důležité je, co funguje, baví a dává smysl.**
- Oslovuje všechny. Nepovyšuje se, netváří se expertně – přitom jím je.
- Dává energii. Komunikace s ním je vždycky zážitek. Nenudí, nezapleveluje prostor, ale baví.
- Je lidský. Nehraje si na něco, co není. Nesnaží se na sílu. A to je jeho síla.

02

Příklady komunikace

TONALITA ZNAČKY

Co chceme říct?

“Jsme marketingová agentura z Plzně. Zajistíme pro vás komplexní marketing na míru. Vymyslíme funkční strategie, optimalizujeme stávající marketingové aktivity.”

Co řekneme?

“Jsme digitální agentura z Plzně. Celému vašemu marketingu dáme pořádný říz. Dodáme vám (WTF) nápady, chytrou strategii a (WOW) výsledky.”

Co neřekneme?

“Jsme digitální agentura sídlící v Plzni, která se s maximální profesionalitou a důrazem na strategickou preciznost věnuje komplexnímu rozvoji vašeho marketingu. Vaším aktivitám vdechneme novou dynamiku a osobitý charakter. Poskytneme vám inovativní, nekonvenční řešení a současně zajistíme výsledky, jež nejen splní, ale výrazně předčí vaše očekávání.”

03

Tykání vs. vykání?

Vykání:

- Primární způsob (téměř veškerá komunikace směrem ven)
- Vykáme všude kromě kariérní tematiky
(kariérní příspěvky + sekce Kariéra na webu)

Tykání:

- Kariérní příspěvky na sociálních sítích
- Sekce Kariéry na webu

1. (ant) klienti:

definice (ant) klienta:

- Otevřeně s námi sdílí info a data: Kvalitní výstupy vychází z kvalitních vstupů.
- Je konkurenceschopný a ambiciózní: Nechce jen přežívat, ale neustále hledá cesty k růstu.
- Naslouchá našim doporučením: Nechce agenturu na “odklikání úkolů”, ale partnera pro růst.
- Myslí dlouhodobě: Chápe, že úspěch je proces a dává nám prostor na práci.
- Chápe hodnotu investic: Ví, že kvalita, rychlost a nízká cena nejdou dohromady.
- Je konzistentní a strategický: Drží směr a neotáčí kormidlem každou schůzku.

2. Marketingoví manažeři (a další osoby zodpovědné za marketing)

3. Talenty (s nápady, které by jinde neprošly), které mohou rozšířit naše řady

CÍLOVKA

FORMULACE, KTERÉ KŘIČÍ (ANT):

- (WOW) JE NÁŠ IKONICKÝ RUKOPIS.
- PROTOŽE INSPIRATIVNÍ PROŽITKY PŘINÁŠÍ (WOW) VÝSLEDKY.
- WTF NÁPADY, (WOW) VÝSLEDKY.
- ZA HRANOU NUDY I OČEKÁVÁNÍ. UŽ ČTVRT STOLETÍ.
- VYMÝSLÍME KAMPANĚ A ODVÁŽNÉ KONCEPTY, U KTERÝCH JE DISRUPCE SOUČÁSTÍ STRATEGIE.
- POČET LIDÍ JE TO JEDINÉ, CO NÁS ŘADÍ MEZI VELKÉ AGENTURY.
- JSME Z PLZNĚ. NAŠTĚSTÍ PRO VÁS.
- PATENT NA ROZUM NEMÁME, ŠTEML ANO.
- POJĎME SE POBAVIT.
- NÁPADY, KTERÉ NEČEKÁTE. VÝSLEDKY, KTERÉ CHCETE!
- PROČ ČERIT VODU, KDYŽ MŮŽETE DĚLAT VLNY?
- TVOŘÍME STRATEGIE ÚSPĚŠNÝCH ZNAČEK, KTERÉ SI TROUFAJÍ MĚNIT PRAVIDLA HRY.
- JESTLI VÁS ZASKOČIL KONCEPT, TAK TO POTĚŠ U VÝSLEDKŮ

FORMULACE V TONALITĚ (ANT)