



BRAND BOOK

Czym jest brandbook?

I dlaczego powinieneś go przeczytać

Przewodnik

Dokument, który trzymasz w ręku, jest przewodnikiem po świecie marki Amargo. Dowiesz się z niego, jaką mamy misję, wizję i jakimi kierujemy się wartościami. Poznasz zasady stosowania znaku i znaczenie każdego z elementów naszej identyfikacji.

Instrukcja

Jest to również instrukcja postępowania się brandem Amargo i komunikowania naszej marki na zewnątrz i wewnątrz firmy. Jeśli wszyscy będziemy postępowali się tym samym językiem, w ten sam sposób przedstawiali nasze zalety i przewagi nad konkurencją, sprawimy że Amargo będzie mocnym i rozpoznawalnym brandem w naszej branży. Że to my będziemy firmą pierwszego wyboru, a co za tym idzie – liderem w dziedzinie zbiorników.

Pomoc

Pamiętaj, że dzięki temu również Ty poczujesz się lepiej, jako osoba tworząca firmę znaną i odznaczającą się prestiżem w branży. Tym bardziej że bez Ciebie, Twojego zaangażowania i zrozumienia naszych celów nigdy nie dotrzemy tam, gdzie wszyscy byśmy chcieli. A siła marki Amargo jest ważna zarówno dla pracowników firmy, jak i partnerów, pomagających nam budować naszą pozycję. Zapraszamy zatem do świata marki.

Amargo – czyli kto?

Jesteśmy liderem doradztwa i produkcji na rynku zbiorników. Doradzamy, projektujemy, produkujemy i montujemy zbiorniki chemo-odporne oraz zbiorniki na wodę w każdej przestrzeni, niezależnie od jej parametrów i stopnia skomplikowania całego procesu. Rozwijamy się stale od 15 lat, pogłębiając wiedzę, doświadczenia i udoskonalając park maszynowy. Umiejętności połączone z doskonałymi narzędziami pozwalają nam oferować zbiorniki klasy premium – czyli połączenie eksperckich rozwiązań z dopracowanym produktem.

Misja, wizja, pozycjonowanie



Misja

Realizujemy cele i projekty naszych klientów. Jako think tank od zbiorników nie uznajemy istnienia zadań bez rozwiązania. Kierujemy się prostą maksymą: jeśli nie my, to nikt inny, pozostając pierwszą i ostatnią instancją, do której nasz klient, projektant lub inwestor, może się zwrócić po pomoc.



Wizja

Dążymy do tego, by AMARGO stało się synonimem kompleksowej obsługi. Nie chcemy być firmą produkującą zbiorniki, ale marką systemu gwarantującego spokój osobom odpowiedzialnym za projekt. By system i rozwiązania Amargo były pierwszą myślą klienta lub pierwszym słowem, jakie usłyszy od osoby, do której zwróci się po rekomendację.



Pozycjonowanie

Wybierasz Amargo, ponieważ poszukujesz nie tylko zbiornika, ale kompletnego rozwiązania – od projektu, poprzez logistykę do wykonania. Potrzebujesz Think Tanku od zbiorników. Zwracasz się do nas, bo wiesz, że nikt tego, łącznie z Tobą samym, lepiej nie zorganizuje. Wiesz, że w innych miejscach więcej będą od Ciebie wymagać niż oferować, a jako projektant lub osoba odpowiedzialna za przeprowadzenie projektu potrzebujesz spokoju i minimalnego zaangażowania z Twojej strony. I co najważniejsze to nie nasze słowa, ale dokonania, które możesz łatwo sprawdzić, są potwierdzeniem wiarygodności oferty.

Wartości marki

Kreatywność

Jesteśmy think tankiem, więc najpierw myślimy, a potem działamy. Chętnie podejmujemy się zadań o dużej skali trudności. Myślenie jest jednym z najważniejszych procesów technologicznych w AMARGO.

Dokładność

Ciecz to bezlitosny sędzia dokładności wykonania. Wiemy, że tu nie ma żadnych kompromisów. Ale jest jeszcze dwóch innych sędziów: twoje oko i najokrutniejszy z nich – nasza dbałość o detale. Dopracowujemy wszystko tak, jakby miało być elementem statku kosmicznego.

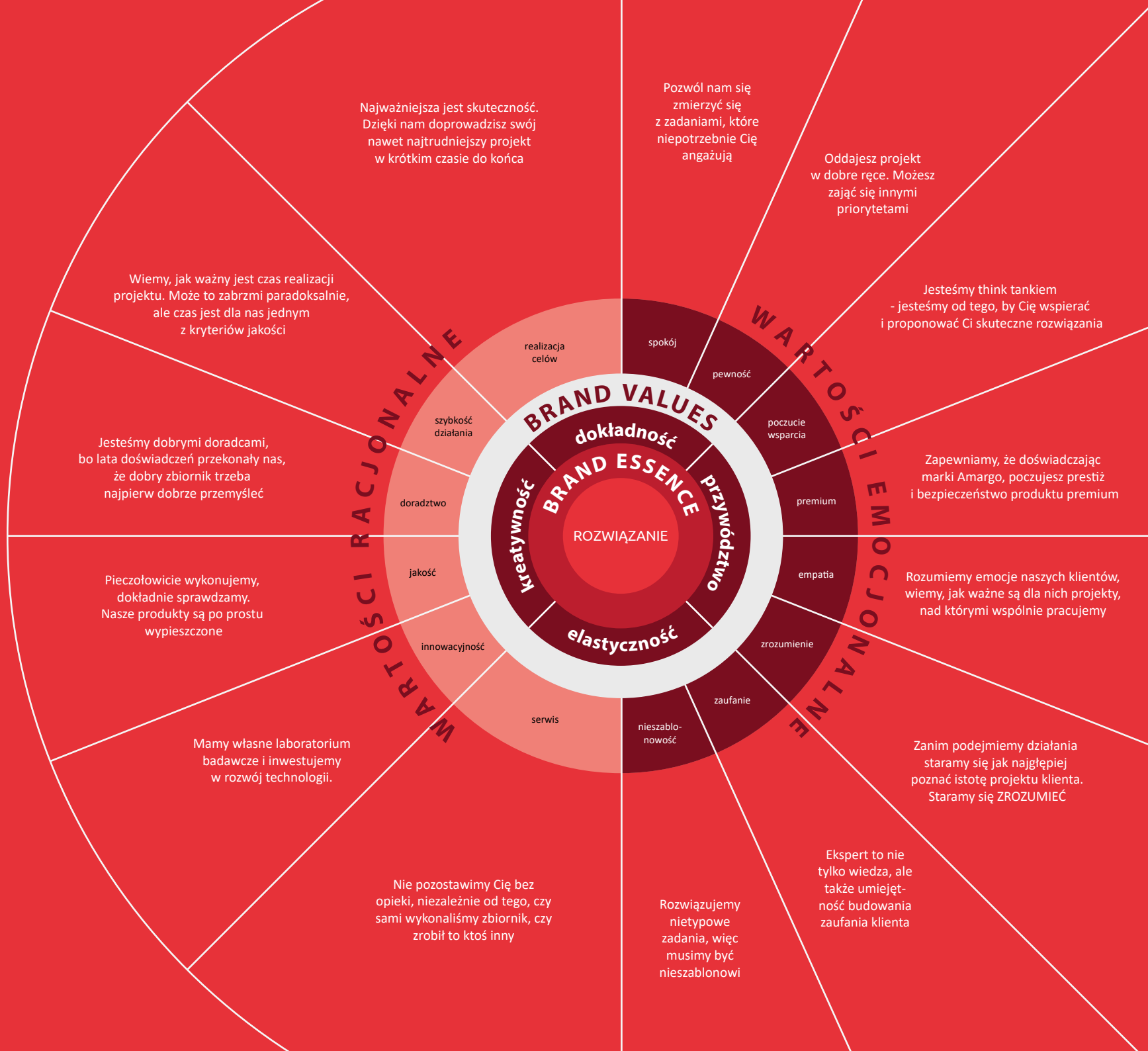
Elastyczność

Jak mawiał Heraklit z Efezu – wszystko płynie, co w branży zbiorników ma swoje dodatkowe znaczenie. Sytuacja jest od tego, żeby się zmieniać, a my – żeby się do niej i do naszego klienta zawsze i błyskawicznie dopasowywać.

Przywództwo

Jesteśmy ekspertami w swojej dziedzinie i chcemy zdobyć pozycję lidera, która w oczywisty sposób wynika z naszych kompetencji, osiągnięć i doświadczeń. Chcemy wyznaczać drogi rozwoju dla całej branży, inwestując choćby we własne laboratorium badawcze.

Koło marki





Archetyp marki

Archetyp to pojęcie wprowadzone przez psychologa Carla Gustava Junga, jako uniwersalne elementy nieświadomości zbiorowej. Wzorce, które bardziej wyczuwamy niż dostrzegamy w otaczającym nas świecie. Później teoria archetypów została rozwinięta w teorię monomitów – każda historia opiera się na pewnych schematach związanych z określonym archetypem. I każdy z nas funkcjonuje zgodnie z określonymi wzorcami. Obecnie wyróżnia się 12 archetypów: niewinny, odkrywca, mędrzec, błazen, zwykły człowiek, wielbiciel, twórca, opiekun, władca, bohater, buntownik, czarodziej.

Archetyp marki

Kim według teorii archetypów jest nasza marka

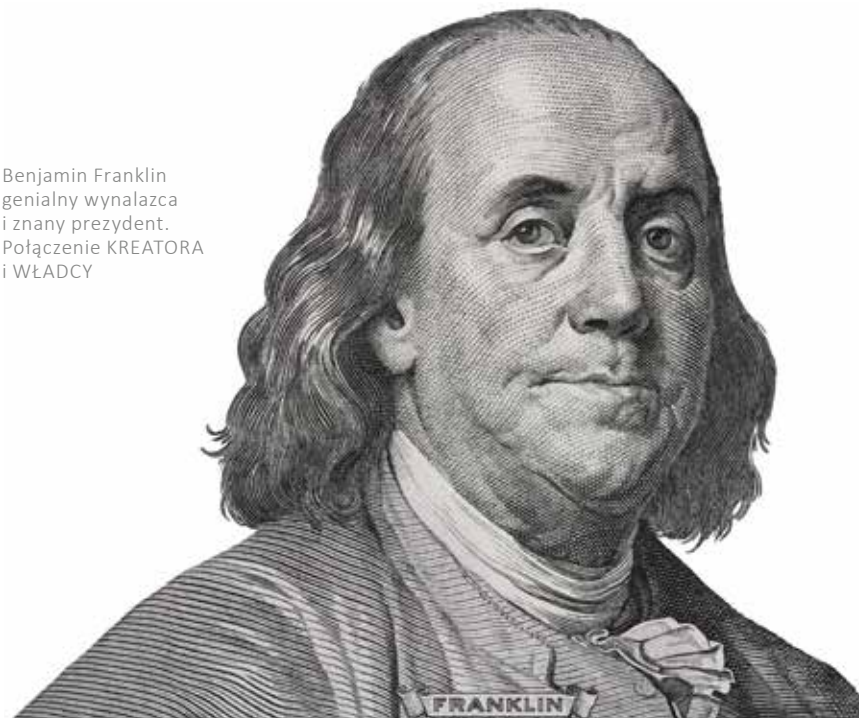
W osobowości naszej marki dominującym archetypem jest **KREATOR**, czyli (S)Twórca, Innowator, Wynalazca. Mottem tego archetypu jest „to co jest wyobrażalne, jest wykonalne”, choć my rozumiemy to trochę inaczej „To, co konieczne, jest wykonalne”. Kreator urzeczywistnia wizje, cechuje go kreatywność i wyobraźnia. Daje innym poczucie stabilizacji i kontroli i zaspokaja pragnienie tworzenia rzeczy o trwałej wartości.

Zagrożeniami dla kreatora jest możliwość popadania w patos, a pułapką perfekcjonizm. Musimy uważać na to w komunikacji naszej marki – mimo wszystko nie zbawiamy świata, a nasze kompetencje nigdy nie powinny być dla klienta oraz projektu obciążeniem.

Twórca jest dominującym archetypem w osobowości marki Amargo.

Z pewnością jednak można doszukiwać się w niej również pierwiastków Władcy oraz Opiekuna. Te trzy archetypy odpowiadają tym samym motywacjom klientów.

Benjamin Franklin
genialny wynalazca
i znany prezydent.
Połączenie KREATORA
i WŁADCY



Grupa archetypów:

Kreator, Opiekun, Władca

Motywacja:

Stabilność i kontrola

Lęk klienta:

**Kłopoty finansowe,
niekontrolowany chaos**

W czym pomagamy:

Czuć się bezpiecznie

Nazwa Amargo jest nieodmienna. Mówimy i piszemy:

**„Jestem z Amargo,
pracuję w Amargo,
myślę o Amargo”**

W miarę możliwości powinna być używana w kontekście słowa „zbiorniki” w konstrukcji:

„Zbiorniki Amargo”

Jeśli mówimy o naszych zbiornikach, mówimy „Zbiorniki Amargo” – oczywiście zgodnie ze stylistycznymi zasadami języka pisanego, unikając powtórzeń w bezpośrednim sąsiedztwie (mniej niż 3 zdania).

Zasada stosowania nazwy



Claim

1. Nasze hasło to **Tank Think Tank**, czyli Think Tank od zbiorników.
2. Dlaczego zapisane jest po angielsku? Bo działamy również na rynku międzynarodowym. Poza tym słowo „think tank” jest stosowane powszechnie w języku polskim i nie ma ciągle dobrego odpowiednika.
3. Co oznacza słowo Think Tank? To dosłownie „zbiornik myśli”, a mniej dosłownie – grupa ekspertów poszukujących rozwiązań istotnych problemów. Think Tanki działają na całym świecie i są swoistym inkubatorem pomysłów.
4. Tank think tank to oczywiście gra słów: jesteśmy zespołem ekspertów tworzących najlepsze rozwiązania dla zbiorników. Wszyscy! Ty również jesteś członkiem naszego Think Tanku.
5. W komunikacji na rynku polskim możemy dodatkowo używać sformułowań „Think tank od zbiorników” oraz „Zbiorniki pełne rozwiązań”. Nie mogą jednak one przejmować rolę claimu, a jedynie tłumaczyć i rozwijać jego znaczenie, jak np. w zdaniu „Amargo to Tank think Tank, to po prostu zbiorniki pełne rozwiązań!”

tank
think
tank

	Słowa podstawowe	Przykłady
Słowa, które wynikają z misji, wizji, wartości i pozycjonowania marki	Rozwiązanie	<i>Jesteśmy nastawieni na rozwiązania, a nie na wskazywanie trudności, które stoją przed projektem.</i>
	Wyzwanie	<i>Każde ograniczenie jest wyzwaniem, siłą napędową naszej kreatywności.</i>
	Kreatywność	<i>Decydując się na zbiorniki Amargo, otrzymujesz przede wszystkim wsparcie kreatywnego zespołu ekspertów.</i>
	Dokładność	<i>Nasza dokładność jest podstawą Twojego poczucia bezpieczeństwa.</i>
	Elastyczność	<i>Sytuacja lubi się zmieniać, a my lubimy się do niej elastycznie dopasowywać.</i>
	Spokój	<i>Lubisz spokój? Zdecyduj się na rozwiązania Amargo!</i>

Tone of voice

Język marki

Archetyp marki oraz szeroko rozumiana osobowość marki określają zarówno ton komunikacji, jak i kluczowe słowa, których powinniśmy używać. Pomagają również ustalić, jakich słów należy w naszej komunikacji unikać.

Tone of voice

Słowa, które wynikają z archetypu i koła marki	Słowa i pojęcia dodatkowe	Uwagi
Co oferujemy	Zbiorniki Amargo	„Zbiorniki Amargo charakteryzują się...” zamiast: „nasze zbiorniki” Dążymy do stworzenia utrwalonego związku frazeologicznego „Zbiorniki Amargo”
	Rozwiązania Amargo	Używamy, gdy opisujemy kompleksowo nasze usługi. Rozwiązania Amargo doskonale sprawdzają się tam, gdzie inni uważają projekt za niewykonalny.
Co dajemy klientowi	Poczucie kontroli Pewność Poczucie bezpieczeństwa	Kontrola nie oznacza, że klienci muszą kontrolować naszą pracę, ale że dzięki nam sytuacja nie wymyka się spod kontroli. Panują nad projektem i inwestycją dzięki powierzeniu jej wykonania zespołowi ekspertów.
Co nas charakteryzuje	Nieszablonowość Niestandardowość	To wszystko wynika z archetypu twórcy, ale również wpisane jest w filozofię think thanków.
	Dopasowanie Dostosowanie	Mówiąc o dopasowaniu i dostosowaniu myślimy o twórczym podejściu do zmian, ograniczeń i trudności, które pojawiają się na drodze realizowania projektu.
Jak działamy	Szybkość	Działamy szybko, bo mamy duże doświadczenie i skuteczne procedury.
	Zespół	Nie tylko w kontekście „teamu” ale przede wszystkim zespołu ekspertów. Każdy z pracowników jest członkiem think tanku. Myślimy o tym, co robimy.
	Nastawienie na cel	Pamiętajmy, że lęk klienta i zarazem jego potrzeby obracają się wokół realizacji celu. Mamy być skuteczni, dlatego istotą naszej marki jest ROZWIĄZANIE

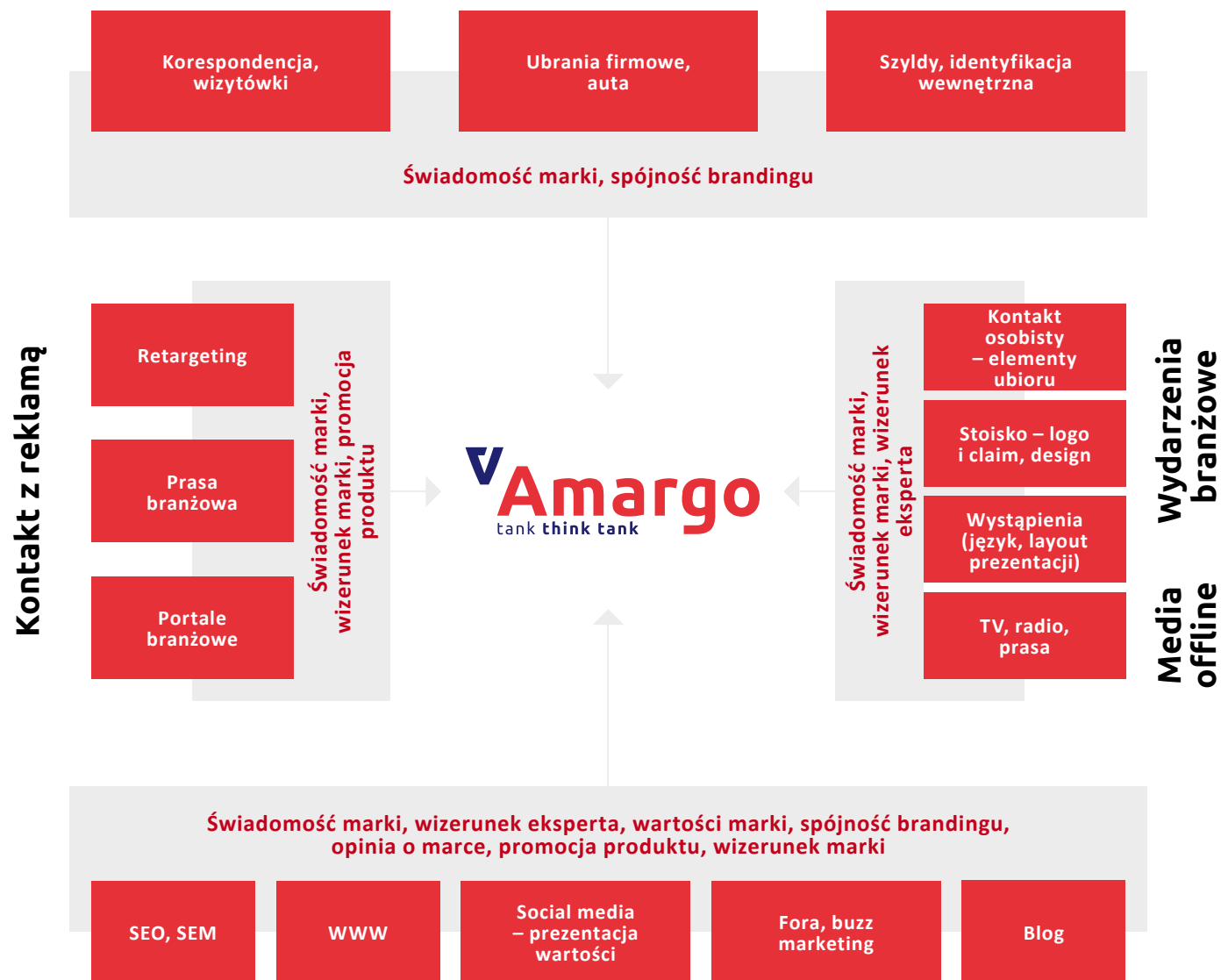
Tych słów nie używamy	Zamiast nich
Problem	Zadanie, wyzwanie, stopień skomplikowania projektu, temat do przemyślenia
Perfekcja	Skuteczność, dokładność, dopracowanie
Najlepsze, najskuteczniejsze, największy...	Operujemy konkretnymi rzeczownikami i czasownikami. Zamiast „najlepsze zbiorniki” – zbiorniki (rozwiązania), które zapewniają... odpowiadają...
Zaspokajamy potrzeby klientów	Nazywamy te potrzeby, gdyż je doskonale znamy: realizacja projektu, spełnienie wymogów prawnych etc.
Producent zbiorników	Nie mówimy o Amargo jako o producencie zbiorników – jesteśmy zespołem ekspertów i oferujemy klientom kompleksowe rozwiązania



Język i grupy celu

Grupa docelowa	Korzyści
<p>DECYDENCI Właściciele, inwestorzy, osoby zarządzające</p>	<p>Rozwój Twojej firmy często zależy od szczegółów, ale Ty potrzebujesz przede wszystkim oglądu całości. Powierając inwestycję zespołowi Amargo, zyskujesz poczucie kontroli sytuacji i bezpieczeństwo, jakiego może dostarczyć tylko produkt klasy premium.</p>
<p>WYKONAWCY Kierownicy produkcji, dział zakupów, podwykonawcy</p>	<p>Doprowadzamy Twoją inwestycję do końca, dbając o każdy szczegół procesu od produkcji i logistyki po montaż. Gwarantujemy przede wszystkim spokój i poczucie panowania nad przebiegiem inwestycji, dzięki nam możesz poświęcić swoją energię kolejnym ważnym zadaniom.</p>
<p>PROJEKTANCI</p>	<p>Zrealizujemy Twój projekt i dostarczymy wsparcia już na etapie jego tworzenia. Stoisz przed wyzwaniem projektowym? Jesteśmy od tego, by znaleźć rozwiązanie, a szczególnie dobrze czujemy się w projektach o wysokim stopniu skomplikowania.</p>

Kontakt z zespołem Amargo



Touch points

Gdzie nasi klienci mogą spotkać się z marką AMARGO i w jaki sposób budujemy siłę naszej marki w tych miejscach.