

УКА – стратегічна сесія по бренду,

підсумкові матеріали роботи 3-х команд

1. Хто ми є?

1) Як би ви описали свій бренд одним реченням?

- a. Кластерний акселератор країни
- b. Міст між українськими кластерами та Європою
- c. Центр консолідації та координації кластерного руху в Україні

Це три співзалежних, важливих функції УКА

2) Яку цінність ми надаємо своїм аудиторіям?

- a. Інтернаціоналізацію, фандрейзінг, фінансову спроможність,
- b. Статус
- c. Нетворкінг, синергетичний розвиток (взаємодію)
- d. Провайдер кластерної культури

Цінності співпадають з попереднім описом

3) Яку залузь представляє наш бренд

- a. 10+ (виробники)
- b. Межгалузевий
- c. Мультигалузевий

2. Яка наша особистість та атрибути?

Необхідність	>> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Примха
Дорогий	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Бюджетний
Легкий	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <<<	Серйозний
Формальний	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Зручний
Екзотичний	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Звичайний
Дружній	>> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Агресивний
Hi-Tech	>> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Homemade
Сучасний	>> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Класичний
Тихий	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Гучний
Простий	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Складний
Приглушений	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Яскравий
Чорно-білий	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <<<	Кольоровий
Жіночий	>> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <<<	Чоловічий

Резюме: УКА= Ми є необхідні стейкхолдерам; доступні, але не дешеві; в цілому серйозні; в міру формальні; більш звичайні, ніж екзотичні; дружні; високо-технологічні; сучасні; середньо-гучні у комунікаціях; більш складні, ніж складні; скоріше яскраві та кольорові; з гендерним балансом

3. Якими ми себе бачимо?

Ми пишаємось тим, що добре вміємо:

- Залучати фінансування
- Комунікувати, презентувати, нетворкувати
- Галузевим та регіональним розвитком
- Консолідацією МСП, науки та освіти
- Міжнародною інтеграцією в євро-простір
- Вчитись новому

Ми могли б покращити:

- Фандрейзинг
- Внутрішні та зовнішні комунікації
- Розширити вплив на регіональній та галузевий розвиток
- Співпрацю з освітою, наукою, державою
- Проектну діяльність
- Бізнес-модель
- Структуризацію
- GR - впливати на покращання бізнес/інвест-клімату

Відповідними кольорами позначені наявні протиріччя у сприйнятті.

***Висновок:** існують діаметрально протилежні сприйняття організації навіть серед членів Правління, можливі очікувати ще більших протиріч серед простих членів*

***Рекомендація:** необхідно терміново змінювати формат, частоту та стиль комунікації серед членів Правління*

4. Ким ми бажаємо бути?

1) Якщо б наш бренд був автівкою, ми були б:

- а. Тойотою або Фолькswagenом, бо надійні/якісні та доступні й впроваджують передові технології;
- б. Теслою через іноваційність;
- в. Хамві, бо допомагає виживати та може рухатись в будь-яких умовах;

2) Якщо б наш бренд був музикальним стилем, ми були б:

- а. Роком, бо він є революційним;
- б. Джазом, бо він є імпровізацією та вмінням учасників слухати та доповнювати один одного;
- в. Рок-н-ролом, бо для нього необхідні імпровізація та якісна гра, але йому ще далеко до рівня симфонічного оркестру.

3) Якщо б наш бренд був мобільною, ми були б:

- а. Samsung, бо він є надійним та ще андроїд-телефоном, але не Китай;
- б. Motorola (з перших), бо був чимось цікавим та новим.

4) Якщо б наш бренд був супер-героєм, ми були б:

- а. Козаком-характерником, бо він вмів мобілізуватись по відношенню до викликів;
- б. Тором, бо він пробивний та успішний, бо smartperson;
- в. Людина-павук, бо вміє чіплятись за все, щоби рухатись.

5. Наші рольові моделі

- a. Тойота, бо надійні, технологічні та доступні;
- b. Айфон, бо статусний, інноваційний та визнаний;
- c. Військо Сагайдачного / ЗСУ, через взаємодію між різними рівнями, турботу про безпеку, ефективність, розбудову держави.
- d. „Linux-based”/ Amazon – через відкриту екосистему, інновації, доступність масам, придатність для МСП

Brand-Vision

- a. УКА – об'єднання кластерів, ключовий гравець у Відновленні та Стійкості! Євангеліст культури екологічної співпраці.
- b. УКА – це інноваційний, технологічний, надійний, статусний, визнаний альянс.
- c. УКА – це Бізнес Об'єднання №1 в Україні
 - Вікно у кластерний світ ЄС
 - Ваш партнер у міжнародній інтеграції
 - Включення в ЛДВ

6. Вирішив не робити, бо складно розібрати та нічого суттєвого не нароблено, нажаль