

ČO TVORÍ FIREMNÚ ZNAČKU A AKO JU MÔŽETE OCHRÁNIŤ?

Abstrakt:

Článok sa zaoberá významom firemnej značky pre úspešné podnikanie a nevyhnutnosťou jej ochrany. Firemnú značku tvoria dva základné prvky: firemná identita, teda spôsob, akým sa firma prezentuje (napr. názov, logo, reklama, produkty), a imidž firmy, čiže vnímanie firmy verejnosťou na základe skúseností a pocitov. Dôraz sa kladie na hodnotu značky, ktorá sa zvyšuje budovaním dobrej reputácie a aktívnou ochranou duševného vlastníctva, ako sú logá, dizajny či obaly výrobkov. Článok upozorňuje, že úspešní podnikatelia si svoje duševné vlastníctvo chránia, aby zabránili kopírovaniu ich značky. V závere sa uvádzajú možnosti právnej ochrany značky prostredníctvom ochrany známky a dizajnu, a to na národnej aj medzinárodnej úrovni.

Abstract:

The article discusses the importance of a company's brand for successful business and the necessity of protecting it. A brand consists of two key components: corporate identity, which is how the company presents itself (e.g., name, logo, advertising, products), and corporate image, which reflects how the public perceives the company based on their experiences and feelings. Emphasis is placed on brand value, which increases through building a good reputation and actively protecting intellectual property, such as logos, designs, or product packaging. The article highlights that successful entrepreneurs protect their intellectual property to prevent others from copying their brand. Finally, it outlines legal options for protecting a brand through trademark and design registration, both on a national and international level.

Začať s podnikateľskou činnosťou si vyžaduje nielen dobrý nápad, ale aj veľa času, trpezlivosti a práce. Krôčik po krôčiku si budujete svoju firemnú značku, ktorá postupne získava na hodnote. Ale ak si ju nechránite, nechávate svoje nápady a plody svojej práce „ležať“ voľne dostupné pre kohokoľvek.

Značka každej firmy by mala byť špecifická a nezameniteľná. To prináša firme konkurenčnú výhodu. Firemnú značku tvoria dva hlavné prvky, ktorými sú firemná identita a imidž firmy.

Firemná identita nie je len názov

Predstava majiteľa o značke a jej komunikácia voči verejnosti sa nazýva firemná identita. Je možné ju vyjadriť napríklad prostredníctvom názvu a loga spoločnosti, ako aj prostredníctvom názvov i log jednotlivých produktov a podstatou produktov a služieb. Ďalšími formami prezentácie firemnej identity sú reklama, PR, marketingové, prípadne ďalšie aktivity a spôsoby komunikácie voči verejnosti, ktoré odlišia firmu od konkurencie.

Imidž firmy tvorí jej vnímanie verejnosťou

Vnímanie identity firmy z pohľadu verejnosti, predovšetkým jej zákazníkov, zamestnancov a obchodných partnerov, nazývame imidž firmy. Imidž firmy je tvorený na základe vnemov verejnosti, predovšetkým na základe ich pocitov a skúseností. Verejnosť vníma, napr. kvalitu jednotlivých produktov a služieb či ich vizuálnu stránku. Dôležitý aspekt imidžu firmy tvorí aj vnímanie cenotvorby a rôznych doplnkových služieb (napr. vernostný program pre zákazníkov, predĺžená záruka na tovary a služby a pod). Na imidž firmy vplýva aj jej správanie v oblasti spoločenskej zodpovednosti (z angl. corporate social responsibility - CSR), napríklad pri dobrovoľníckych aktivitách týkajúcich sa charity, ochrany prírody alebo zdravia.

Hodnota značky a ochrana duševného vlastníctva

Súčasťou firemnej identity je teda aj budovanie značky a jej hodnota. Hodnotu značky firmy, ako aj prípadný rast jej hodnoty, významne ovplyvňuje fakt, či si firma chráni svoje duševné vlastníctvo, ktoré je súčasťou jej podnikania. Majitelia firiem, ktorým záleží na dlhodobom budovaní ich firmy, nezabúdajú na nevyhnutnosť ochrany grafických prvkov svojej firemnej identity. Grafickými prvkami, ktoré definujú firmu, sú napríklad logo firmy, logo jednotlivých produktov, ako aj dizajn – vzhľad jednotlivých výrobkov, prípadne aj ich obalov.

Úspešní si chránia svoje duševné vlastníctvo

Cieľom podnikania je vybudovať úspešnú firmu. Pri napĺňaní tohto cieľa je dôležité budovať značku, ktorú je jednoduché odlišiť od konkurencie, aby bola firma ľahko rozpoznateľná a identifikovateľná. Úspešní podnikatelia vedia a pravidelne sa s tým stretávajú, že sa ich produkty a firemnú identitu snažia skopírovať iné subjekty. Ak sa chcete ochrániť a predísť tomu, aby vašu firmu a jej produkty niekto kopíroval, je potrebné sa zamerať na ochranu svojho duševného vlastníctva.

Ochrana loga na národnej i medzinárodnej úrovni

Firmy sa najčastejšie identifikujú svojím názvom, prípadne kombináciou názvu s logom – vizuálnym vyobrazením. Logo je možné si ochrániť na národnej aj medzinárodnej úrovni ochrannou známkou (označenou symbolom „R“ v krúžku ® z angl. registered alebo „TM“ ™ z angl. trade mark). Ak má váš produkt alebo jeho obal špecifický vzhľad alebo tvar, tiež je možné ho ochrániť ochrannou známkou, ale aj dizajnom.

Toto sú niektoré z foriem ochrany duševného vlastníctva vašej firmy.