







- ▶ Značky jsou pod tlakem v kategoriích s nízkým vstupným prahem
- ▶ Takových kategorií je čím dál víc
- ▶ Short-term: v tlačenci nemá smysl investovat do značky
- ▶ Long-term: značka je součástí řešení: kompasem, který ukáže volný prostor nebo dokonce „blue ocean“

- ▶ Značky jsou nadále funkční v relativně uzavřených kategoriích
- ▶ Fungují ale silně restriktivně
- ▶ I zde je „poznaná“ značka součástí řešení: funguje jako páka

