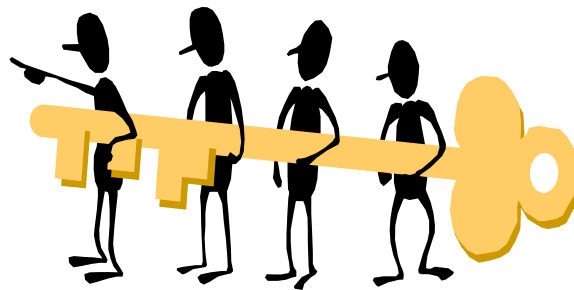


# Image Audit

Opravdový klíč komunikace



**Image působení vzdělávacího centra XYZ**

**Zpráva pro společnost**

Připraveno pro :  
Vypracoval : Michal Zachar a team IA  
Datum : 15. 5. 2007

## Obsah

str. 1	- Titulní strana
str. 2	- Obsah
str. 3	- Představa o tom, jak chce firma působit na okolí
str. 4	- Dobře působící místa a prvky centra
str. 5	- Kritická místa a prvky centra
str. 6	- Možné varianty k řešení - návrh a, b, c
str. 7	- Možné varianty k řešení - návrh a, b, c
str. 8	- Možné varianty k řešení - návrh a, b, c
str. 9	- Další možnosti pro firmu
str. 10	- Závěr



## Představa o tom, jak chce firma působit na okolí

Lidé, kteří provádí Image Audit vidí tento prostor:

- 1) očima lidí, kteří nesdílí tento prostor každý den, tj. jsou více objektivní v posuzování,
- 2) avšak vnímají prostor jakožto každodenní pracovní zázemí.

Příklad, jak na člověka působí prostředí, ve kterém se pohybuje, uvádíme v citaci z časopisu *Intermiannual Bagno /It/*: „*Je statisticky dokázáno, že pacienti odcházejí z nemocnice dříve, pokud mají v pokoji obraz krásné krajiny, šťastného páru nebo hrajících si dětí. Uzdravování jim trvá déle, pokud hledí na fasádní kresbu. Nejpomaleji se uzdravovali ti, kteří měli před očima abstraktní malbu. Chceme-li tedy nabrat co nejvíce energie pro den, který žijeme nebo ze sebe co nejrychleji shodit únavu, nesmíme místnosti, ve kterých žijeme, v žádném případě podceňovat. Výběru barev, zařizovacím předmětům i nejdrobnějším doplňkům a jejich sladění budeme věnovat velkou pozornost.*“

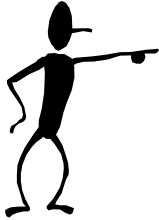
Společnost **xyz** je obchodního zaměření. Zabývá se výrobou kosmetických, aromaterapeutických výrobků a doplňků. K jejich propagaci, výuce v oboru a rozšiřování aromaterapeutických poznatků mezi nejenom odbornou, avšak i širokou veřejnost slouží vzdělávací centrum Sebužin.

Vzdělávací centrum společnosti je v budově bývalé školky a školy - nyní nově opravené. Záměr poskytování služeb je využití střediska pro pořádání kurzů a relaxačních pobytů - způsobem klidným, vyrovnaným. Navozením harmonické (rodinné) atmosféry, která slouží k vlastnímu osobnímu růstu klientů a jejich dalšími rozvoji.

Společnost považuje za prioritu asertivitu a spolupráci mezi jednotlivými složkami firmy a klienty – to vše sloužící ke zvýšení zisku firmy (myšleno zisku obecně, tj. peněžního i emočního). Aromaterapie je holistická metoda, která cílevědomě využívá vůní rostlin k dosažení a uchování fyzické i psychické pohody člověka. Jakožto významná součást firemní filozofie se přenáší i plně do centra.

Úkolem IA teamu je tedy zhodnotit systém působení interiéru a exteriéru vzdělávacího centra na klienta z pohledu dosažení harmonické relaxace; vnitřní rovnováhy a ostatních firemních filozofických prvků.





## Dobře působící místa a prvky centra

Centrum má v současném rozvržení několik dobře působících míst, na kterých je možná příjemná psychická reakce. Tato reakce je vyvolávána buď vhodnými tvary, použitou barvou či oběma prvky, včetně jejich umístění v prostoru:

**legenda:**      **A = závažnější prvek**  
                     **B = drobnosti**  
                     **C = k zamyšlení**

- **A - Foto 1 / kompletní architektonický styl budovy**
- **A - Foto 2 / štuková výzdoba** – výborně využity tyto prvky k podtrhnutí starobylosti objektu, vyniká tzv. tradice, dlouhodobá přítomnost v místě – to jsou pozitivní prvky výborně působící na návštěvníka
- **A - Foto 3 / vstupní prostor** – symbolické uvedení návštěvníka do lokality (Ústecký kraj) a obsahu činnosti firmy znázorněných na malbách
- **A - Foto 4 / osvětlení vchodu** - opět je světlo skvěle sladěno s architekturou celého objektu, vytváří dojem (společně s malbami na stěnách) luxusního prostředí
- **A - Foto 5 / učebna 1** - velmi dobré místo pro výuku nejenom z hlediska celkového umístění v objektu, avšak i pro své variabilní uspořádání, perfektní barevné uspořádání (pro výuku a výcvik relaxačních předmětů a praktik) a také pro výbornou světelnost místnosti
- **A - Foto 6 / učebna 1** – v učebně je dobře použit systém nástěnných obrazů, které jsou umístěny dostupně pro oko klienta ze všech koutů místnosti a zachovává důležitý prvek – klasicistní ráz budovy přechází i do této místnosti dobře v rovné optické lince mezi zelenou a bílou barvou na stěnách a také v umístění obrazů, které jsou vyrovnány (harmonie = vyrovnanost)
- **A – Foto 7 / laboratoř** – čistě a jednoduše komponovaná místnost podporující celkový funkcionalistický dojem = praktického využití získaných dojmů a poznatků
- **A – Foto 8 / učebna 2 masáže** – působí pozitivně barevným řešením prostoru, výběrem a uspořádáním masážních stolů, paravanů
- **B – Foto 9 / značení jednotlivých částí budovy** – velmi dobrý nápad s označením jednotlivých prvků budovy keramickým orientačním systémem, je v dobrém vztahu s „duchem“ budovy právě pro použitý přírodní materiál
- **B – Foto 10 / bezpečnostní značení budovy** – důležitá součást budovy dobře zakomponovaná do celkového dojmu; neruší, ale přesto informuje a tak skvěle plní svou funkci
- **A – Foto 11 / jídelna jako celek** – navozuje opravdu rodinný charakter objektu, výborně sladěno se záměrem poskytnout prostor pro doplnění energie klientů
- **A – Foto 12 / sociální zařízení a sprchy** – prostory velmi dobře působící svou čistotou, svým jednoduchým a praktickým využitím výborně doplňují vzhled a charakter budovy jako celku



## Kritická místa a prvky centra

legenda:      **A = závažnější**  
                  **B = drobnosti**  
                  **C = k zamyšlení**

- **A + B – Foto 1 / vchod; vstupní schodiště zevnitř** – k stylu budovy neodpovídají květináče z plastu a před schody je příliš malá rohožka, která neodpovídá rozměrově ani typu objektu a jeho stylu
- **A – Foto 2 / bílé vystupující místa z obrazů** – v jednotlivých obrazech na vstupním schodišti jsou bílé plochy, které plasticky vystupují z jednotlivých ploch a nejsou dále nijak zpracovány
- **A – Foto 3 / obrazy a jejich rozmístění v hostinských pokojích** – v tomto případě je ukázáno na rozdíly mezi jednotlivými obrazy - neshodují se hlavně v rozdílné výšce zavěšení
- **A – Foto 4 / příklad rozmístění obrazů** – obrazy vytvářejí výraznou prostorovou dynamiku
- **A – Foto 5 / příklad velkého obrazů vůči rozměrům pokoje** – pokoj je dvoulůžkový orientovaný na délku; obraz je proti němu ve velkém kontrastu, co se týká poměru šířky pokoje a obrazu
- **C – Foto 6 / stylově neodpovídající zbytek pokoje vůči motivům obrazu** – thajský nebo „východoasijský“ motiv je v ostrých kontrastních barvách; tomu není podřízen zbytek pokoje – ani ubrus na stole s motivem hrušek, ani koberec
- **B – Foto 7 / doplňky hostinských pokojů** - jsou zde umístěny neodpovídající odpadkové koše, tvar ani barva neodpovídá materiálově zaměření pokojů
- **B – Foto 8 / způsob uchycení OZ** – keramické označení budovy je samo o sobě skvělé, ale způsob připevnění jej dává o řád níže
- **A – Foto 9 / opravy vnitřní omítky (učebna masáží)** – v učebně masáží je nahoře u stropu odprýsknutá omítka, která se postupně hroubí do místnosti
- **A – Foto 10 / schodiště s obrazem** – čistá linie schodiště je nahoře v patře narušena obrazem, který sice tematicky spadá do oblasti, ale strhává na sebe pozornost a opticky není ničím vyvážen
- **A – Foto 11 / hodiny v chodbě, přízemí** – jsou umístěny mimo pohledovou výšku
- **A – Foto 12 / hodiny a obrazy v učebně** – vytváří v rámci jinak skvěle řešené učebně kout, který opticky stahuje pozornost posluchačů
- **A - Foto - 13 / rostliny = jejich tvary a rozmístění na chodbách** – plastové květináče jakožto obaly jsou zde nevhodné, celkově snižují dojem z prostoru, dále je zde mnoho rostlin, jenž nejsou nijak uspořádány podle filozofie objektu, ale jsou chaoticky rozmístěny po chodbách a působí osamocně



**Ještě jednou vezměme v potaz vše pozitivní, co v objektu dobře působí :**

+ = celkový dojem z budovy je pozitivní + dobře řešený vstup podporující klasicistní styl + harmonické vyznění objektu v čele s výbornou vnitřní štukovou výzdobou a jednoduchým a čistým stylem interiéru budovy + výborně řešená světla ve vstupu, obecně pak i v celé budově + přítomnost rostlin v objektu + zařízení pokojů je na vysoké úrovni (preferují se přírodní materiály, dřevěný nábytek, umístěna jsou velká zrcadla) + sociální zařízení jsou čistá, příjemně uživatelsky vyřešená = vytváří v podtextu z celého objektu ještě lepší dojem + učebny jsou velké, vzdušné, světlé = vynikající prostor pro teoretickou i praktickou výuku + prostorná a útulným až domácíým dojmem působící jídelna (výborná strava) + dobře situovaná zahrada s možností nácvičku technik relaxace a rehabilitace

**Při poukazování na prvky, které mohou v mysli pozorovatele vyvolat konfrontaci si neklademe za cíl pouze na ně upozornit, avšak hledáme společně řešení: A = závažnější prvek zasluhující prvořadou pozornost / B = drobnosti, které se mohou řešit průběžně / C = k zamyšlení a rozhodnutí vedení firmy**

### Vstup a vstupní hala

- **A** - bílá místa na freskách ve stupu vystínovat a aroma vznášející se nad květinami udělat jinou než šedavou barvou (v souvislosti v poškozením vnitřní omítky budovy ve vstupu evokuje pocit plísně) – doporučujeme slabě modrou barvu (modrá podporuje komunikaci)
- **A** - dát návštěvníkům jasně najevo, zda se v objektu mají již ve vstupu přezout – např. malým botníkem po stranách (tím by se i zamezilo ukládání materiálu, který si tam někdo na chvíli odložil než zase půjde ven a vrací se pro další)
- **B** - pro navození ještě lepšího prvotního dojmu při vstupu doporučujeme zakoupit ke vchodu dva jehličnany (nezáleží na tvaru) ve větších keramických květináčích jako tzv. vstupní strážce a současně zelená barva vytváří v oku pozorovatele pozitivní emoce
- **B** - do vstupu zvážit zakoupení větší rohože dovnitř objektu z
- **C** - plot před hlavním vchodem je možné nahradit jinou mříží bez ostrého zakončení (může u vstupu jako první navodit pocit nedostupnosti a neotevřenosti); levnější variantou je využití popínavých rostlin, kterými se může nechat plot zarůst a nebo před něj umístit malé zábradlí poskytující případně oporu pro chůzi na schodišti

### Sociální zařízení

- **A** - vyměnit odpadkové umělohmotné koše za nerezové (plastový koš v luxusním dojmu celého sociálního zařízení jeho úroveň sráží směrem dolů) – doporučujeme všechny koše na sociálních místnostech a wc sjednotit, barvy bílá nebo eloxovaný hliník (stříbro)
- **B** - chybí koberečky nebo předložky před wc a sprchou
- **C** - doporučujeme doplnit na některých místech umělé květiny (v místech, kde není optimální denní světlo), jde o to, že lidské oko potřebuje vnímat barvu a k tomuto účelu mu postačí i umělá květina – ovšem nechceme zase sociální místnosti přezdobit

### Chodby

- **A** - sjednotit výzdobu v druhém patře – obraz na chodbě na sebe strhává všechnu pozornost, ale zbytek chodby je nevyvážený (buď obraz odstranit a nahradit např. dvěma menšími nebo umístit na pravou stranu chodby např. podobnou bonsaj, která je dole v přízemí)

- **A** - na chodbách, kde jsou umístěny hodiny - zvážit jejich zavěšení níže do pohledové výšky, neboť jsou příliš vysoko a klient (žena průměrně měří cca 165 cm), když vyjde na chodbu, tak je prostě vizuálně mine
- **A** - květináče na chodbách jsou z UH a celkově snižují dojem z objektu – doporučujeme vyměnit za keramické; buď z klasické keramiky, avšak je možné dokoupit i obaly v světlé bílé či zelené barvě – tím se ještě více zvýrazní dojem z rostlin jako takových, protože květináč barevně splyne s podkladem)
- **B** - stejně jako v sociálních místnostech i na chodbách doporučujeme doplnit odpadkové koše v jednotném stylu (opět navrhujeme spíše barvu stříbrného typu, nerez, hliník, atp.)
- **C** - k rostlinám ještě tolik – doporučujeme zvážit jejich rozmístění a styl, v rámci rozmístění z nich udělat skupinky, které podpoří skupinový, teamový vjem ubytovaných klientů + dokoupit několik rostlin se zaoblenými listy pro vyvážení dojmu

### Pokoje

- **A** - v pokojích doporučujeme převést obrazy vždy do jedné linie, která tak bude sjednocovat vzhled pokoje a nebude působit disharmonicky. Nestejné zavěšení obrazů vyvolává dojem pohybu, který je v místě, kde chci odpočívat spíše nežádoucí. Celkově si uvědomit, že obraz je jistým evokačním podnětem stejného charakteru jako je okno a je nutné jej tedy podobně situovat = snížit celkově výšku zavěšených obrazů na pohledovou – tím se zvýší horní objem místnosti a poskytne tak opticky dostatek prostoru k relaxaci, které je při kurzech rozhodně potřeba
- **A** - kolem postelí doporučujeme umístit rohože z přírodních materiálů jako ochranu zdí před možným poškozením při kontaktu klienta se zdí
- **A** - přemístit skříňky první pomoci z jejich míst na skříních k zrcadlům, tam by dle BOZP měly být umístěny, na viditelném místě (nikoliv je schovávat) a současně vytvoří s poličkami možný prostor technické manipulace, který bude daný a nikomu nebude vadit – současně se zde vytvoří místo pro odpadkový koš, tam kde je ho třeba (u zrcadla)
- **B** - štítky na dveřích k pokojům přišroubovat jiným typem šroubů (hliník a menší průměr hlavičky, aby nevystupovaly tak razantně a neničily onu křehkou poetiku tohoto typu značení) – obecně se to týká celého značení v objektu
- **B** - v některých pokojích by bylo možné instalovat i jednoduché poličky na drobné předměty, obzvláště u zrcadel v předsíňkách na odložení drobných předmětů – např. pro ženy při úpravě vlasů a líčení
- **C** - zamyslet se i nad možným sjednocením typu obrazů v jednotlivých místnostech dle např. symbolu na dveřích, aby se tak ještě více umocnil dojem z používaného motivu a jedinečnost pokoje a tím i jeho návštěvníka – některé obrazy by se dali vytvářet na zakázku, tiskem, vložit do tzv. klip rámu a měnit dle kurzů, počasí, ročních období, zaměření stylu pokoje
- **C** - poslední doporučení k obytným pokojům je v jejich vymalování jinou barvou než pouze bílou, tato barva by však měla vzejít jako konsenzus z představy firmy o dalším využití centra

### Učebny

- **A** - učebna teorie – doporučujeme zvážit zavěšení obou dvou kaligrafií opět do stejné úrovně a hodiny posunout nad dveře, tak aby nepůsobily rušivě při výuce – klient se má soustředit na přednášejícího a nikoliv na hodiny, které na sebe stahují pozornost svým pohybem
- **A** - učebna masáží – opravit puklinu ve zdi nad vchodem (cokoliv takto velkého a prasklého podporuje vždy dojem, že se o takovouto věc, která je dost viditelná, nikdo nestará, tím sráží celkový dojem akceschopnosti firmy)
- **B** - připravit jinou koncepci umístění levého rohu místnosti masáží (směrem od vstupu) – je tam shluk obrázků, věcí a dalších potřeb, které nemají z vnějšího pohledu logiku uspořádání a chybí tam přesně definované místo pro odložení věcí lektora
- **C** - vážit upevnění magnetické psací tabule na zeď (do místa vlevo uprostřed na centrální stěně, tak aby lektor mohl doplnit výklad i obrázkem) – ale tak, aby byl viditelný z celé místnosti

- **C** - mlhovač přidat i do druhé učebny – ta je více vystavena dennímu světlu a tím i teple přes letní měsíce a vlhkost do učebny, kde se mluví je taktéž nutná
- **C** - dalším doplňkem, který by se dal přidat jako ozdoba místností výuky by mohla být určitá forma krystalu – navrhujeme drůzu či geodu ametystu (fialový krystal podporuje poslední čakru a je tak energeticky spojen i s tím, co je v tomto centru hlavní náplní – výuka, relaxace, harmonie, pochopení)

### Jídelna

- **A** - dokončit orámování fotografií, které jsou samy o sobě skvělým doplňujícím prvkem, stejným typem rámečku, hodí se více ke klasicistní budově (formálně je dobré mít vnějškově stejnou linii či stejný rám)
- **A** - v prostoru barového pultu dokončit orámování lednice dřevěným rámem s možností nástavce pro ukládání věcí odložených nyní přímo na povrchu lednice
- **B** - vpravo u vchodu do místnosti vytvořit možný koutek pro sezení před vlastním podáváním jídla
- **C** - svícen by se např. mohl přemístit do chodby před jídelnou, která je stylově pojata jednotně a nebo vytvořit prostor, který by byl více odlišný od zbytku jídelny např. přesunutím křesel pod blízký obraz a mezi ně svícen

### Zahrada

- **A** - vytyčit přesněji na zahradě jednotlivá místa pro určité druhy rostlin – tím také pro pohyb klientů (užitkový a relaxační prostor) a současně stejně dotvořit i detaily ( např. kolem rybníčku nepoužívat kulaté keramické květináče, když celkový dojem japonské zahrady s rybníčkem je umocněn ostrými rohy pagod – toto je pak v protikladu a nikoliv v souladu – květináče tedy v kamenině, ale v pravidelném tvaru – obdélník, čtverec (kamenný žlab)
- **B** - dokončit celkově oplocení přírodními materiály
- **C** - z projíždějících vlaku vytvořit marketingový, avšak i pobytový „trhák“ - tj. zakomponovat vlak do výuky a programu (doporučujeme ke zvážení vysázet za plotem dřeviny tlumící zvuk)



## Další možnosti pro firmu



Potenciál, který v sobě skrývá práce s neverbální image je obrovský a ti, kteří ho znají nebo spolupracují s odborníky na toto téma, jsou v obrovské výhodě, neboť vědomě pracují s jedním z nejdůležitějších faktorů mezilidské komunikace, který je schopen oslovit nejen racionální stránku, ale i velmi silně zapůsobit na **emoce, představy a pocity**.

Mimořádně podílí se podle nejnovějších studií z více než 73% na našem rozhodovacím procesu. Pokud naše společnost v něčem vyniká, je to právě zapracování těchto prvků do image jednotlivce tak, aby nepotlačovaly jeho individualitu a přitom zdůrazňovaly jeho práci v teamu. Jsme schopni to nejenom ukázat, ale i naučit používat.

Tím, že se vaše firma vědomě zabývá způsobem, jak vystupovat směrem k veřejnosti, získává náskok oproti konkurenci a mimo to vzroste ještě více **firemní kultura, schopnost komunikace**, a tím i **zisk** firmy. Spokojený pracovník je přeci daleko více **produktivnější**.

K tomu můžeme navíc pro vaše pracovníky nabídnout naši pomoc i konzultace při pohybu vašich pracovníků po celé ČR. Telefonní konzultace jsou možné 24 hodin denně na našich telefonních číslech (HOTline **+420 608 100 696**) nebo na níže uvedeném e-mailu či www stránkách.

Proto jsme si dovoluili do návrhu zařadit nabídku možné další spolupráce, neboť vám sice rádi pomůžeme odstranit případné nedostatky v oblékání či upravenosti vašich zaměstnanců, ale ještě raději je naučíme pracovat s jejich neverbálním výrazem tak, aby ho uměli použít. Odpovídá-li vzhled toho, kdo promlouvá, obsahu jeho gest a slov, jeho uplatnění, tzn. obchodní prosazení se, je potom daleko vyšší. Při dlouhodobé spolupráci se snižují následné náklady na konzultace. To je také váš **zisk**.

Víme, že velkou část svých služeb řešíte individuálně s ohledem na pohodlí a potřeby svých klientů. Vaši firemní zástupci jsou vaši vyslanci. Chceme jim dopřát to samé v péči o ně. Je potom nasnadě, nastolit například jednotnou koncepci v jejich image, s citlivým přístupem k jejich osobním prvkům. Zkvalitňujeme především detaily a **dohromady** budete **působit** jako jednotlivý, ještě výkonnější **celek**.

## Závěr

Podmínky pro cílené a účinné rozvíjení Vašeho objektu si vytváříte vy.

Jakékoliv další návrhy jsme pro vás připravení rozvíjet dle Vašich požadavků.

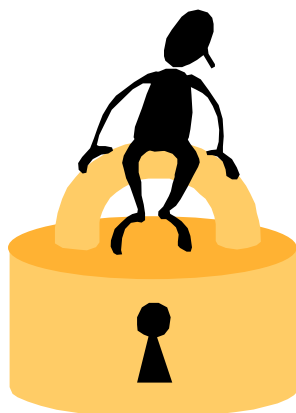
Protože tvorba Vašeho image, potažmo Vašeho úspěchu by neměla být jen „cestou na jedno odpoledne“!

---

**Chceme-li poznat své možnosti, musíme překročit jejich hranice směrem  
k zdánlivě nemožnému.**

*Michal Zachar*

*Michal Zachar a team IA*



---

Adresa pro poštovní styk	:	Hollarovo nám. 11, 130 00, Praha 3
E - mail	:	<a href="mailto:zachar@pei.cz">zachar@pei.cz</a>
www	:	<a href="http://www.imageaudit.cz/">http://www.imageaudit.cz/</a>
Telefon	:	+420 608 100 696
IČ	:	70071951
Číslo bankovního účtu	:	921989001 / 2400 (jsme plátcí DPH)