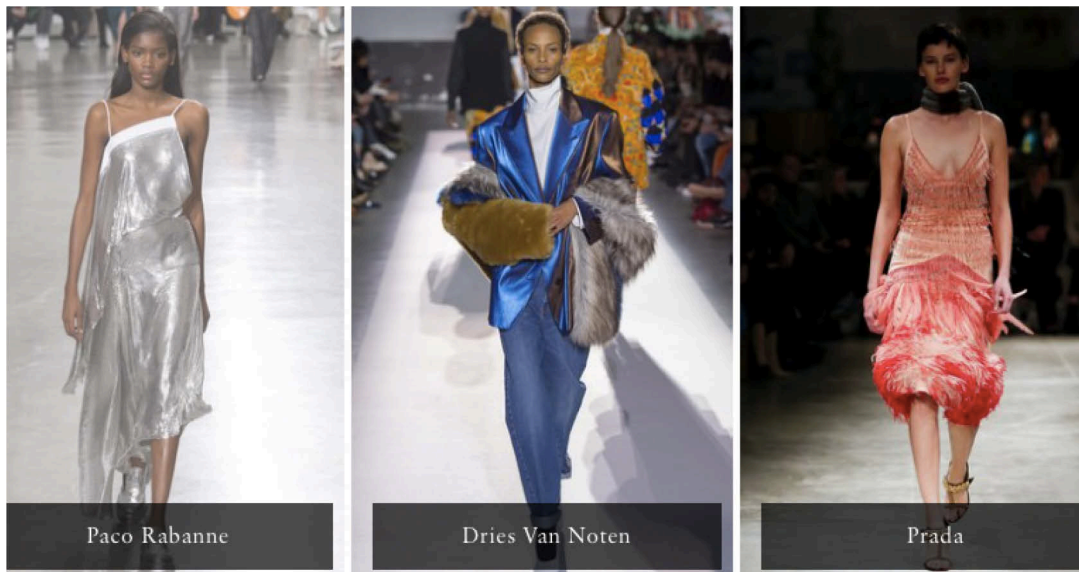


Přílohy

Příloha č. 1: Luxusní a prémiové značky (screenshot)



Zdroj: *Fall 2017 Ready-to-Wear*. Vogue [online]. Spojené státy americké: Vogue, 2017 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows>

Příloha č. 2: Prémiové značky – Designer wear (obrázek)



Zdroj: STANKOVIĆ, Danijela. *ODIVI Spring/Summer 2016*. Fashionela [online]. Srbsko: Fashionela, 2015 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <http://www.fashionela.net/fashion-week/odivi-springsummer-2016/>

Příloha č. 3: Masové módní značky – Street fashion (obrázek)



Zdroj: CHRISTOPHERSEN, Funda. *H&M SPRING COLLECTION 2014*. BY FUNDA [online]. Kodaň: BY FUNDA, 2014 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <http://byfunda.com/2014/02/hm-spring-collection-2014/>

Příloha č. 4: Kolekce DUBIK (screenshot)



Zdroj: *SS 14: DUBIK*. ODIVI [online]. Praha: ODIVI, 2014 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <https://www.odivi.cz/collection/ss-14/>

Příloha č. 5: Kolekce Blank Paper (screenshot)



BLANK PAPER//SUN SEEKS THE SEA

Zdroj: *SS 15: Blank paper/sun seeks the sea*. ODIVI [online]. Praha: ODIVI, 2015 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <https://www.odivi.cz/collection/ss15/>

Příloha č. 6: Kolekce Temporary Kings (screenshot)



TEMPORARY KINGS

Zdroj: *AW 15: Temporary kings*. ODIVI [online]. Praha: ODIVI, 2015 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <https://www.odivi.cz/collection/aw-15/>

Příloha č. 7: Kolekce HEART ISSUE(S) (screenshot)



Zdroj: *SS 16: Heart issue(s)*. ODIVI [online]. Praha: ODIVI, 2016 [cit. 2017-04-29].

Dostupné z: <https://www.odivi.cz/collection/aw-16-2/>

Příloha č. 8: Kolekce Ventures (screenshot)



inspired by adventures, magic we found once we leave our comfort zone, ocean depths and mountains beauty



Zdroj: *AW 16: Ventures*. ODIVI [online]. Praha: ODIVI, 2016 [cit. 2017-04-29].

Dostupné z: <https://www.odivi.cz/collection/aw-16/>

Příloha č. 9: Kolekce Teleport (screenshot)

Zdroj: *ODIVI S/S 2017: Teleport*. ODIVI [online]. Praha: CZECHMAG, 2016 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <http://czechmag.cz/odivi-ss-2017-teleport/>

Příloha č. 10: Logo značky ODIVI (obrázek)

()) I V I

Zdroj: Interní dokumenty týmu ODIVI

Příloha č. 11: Módní značka CHATTY (obrázek)



Zdroj: *CHATTY*: Příspěvky. CHATTY [online]. Praha: CHATTY, 2017 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/ChattyPrague/photos/a.10152799558931288.1073741867.28835411287/10152852883586288/?type=3&theater>

Příloha č. 12: Značka USE UNUSED (screenshot)



Zdroj: GÁL, Tomáš. *DOBUDOU ZAJETÉ MAĎARSKÉ ZNAČKY NĚKDY EVROPU?* Fashion map [online]. Praha: Fashion map, 2015 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <http://fashion-map.cz/cs/dobudou-zajete-madarske-znacky>

Příloha č. 13: Informace ohledně administračního systému značky ODIVI (text)

ManGoweb umožňuje samostatné přihlášení do administračního systému. Každý člen týmu ODIVI má vlastní přihlašovací údaje, díky kterým může vytvářet a zveřejňovat jednotlivé kolekce značky, spravovat e-shop a příspěvky na blog.

Hlavní strana administračního systému ukazuje veškeré kategorie, které jsou publikovány na oficiální webové stránce. Podkategorie s názvem „dashboard“ slouží k přehlednému sledování aktivit na stránce. V sekci „activity“ ukazuje datum zveřejnění posledních článků, celkový počet zveřejněných příspěvků a v části „quick draft“ umožňuje vložení vlastních poznámek. Ukazuje i nejnovější přehled světového zpravodajství. Horní lišta administrační sekce zajišťuje snadné přesměrování na oficiální webovou stránku ODIVI, která se zobrazuje veškerým zainteresovaným osobám.

Zdroj: Vlastní zpracování

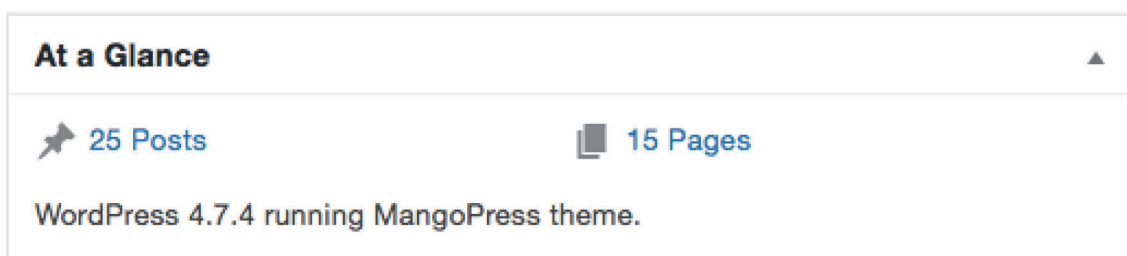
Příloha č. 14: Domovská stránka strana administračního systému manGoweb (screenshot)

The screenshot displays the WordPress dashboard for the ODIVI brand. The interface is clean and organized, featuring a dark sidebar on the left with navigation options such as Posts, Media, Pages, Objednávky, Produkty, Kolekce, Galerie, Profile, Tools, and Collapse menu. The main content area is titled 'Dashboard' and includes several key sections:

- At a Glance:** Shows 25 Posts and 15 Pages, along with the WordPress version (4.7.4) and the active theme (MangoPress).
- Activity:** Lists recently published posts with their dates and titles, such as 'ODIVI x Nobodylisten STORY003' and 'Viable – intern editorial'.
- Quick Draft:** Provides a text input field for a draft title and a 'Save Draft' button.
- Drafts:** Lists draft posts, including 'SS17 Backstage' and 'New photo editorial'.
- WordPress News:** Displays news items, such as 'WordPress 4.7.4 Maintenance Release' and 'HeroPress: HeroPress Geography: Eastern Europe'.

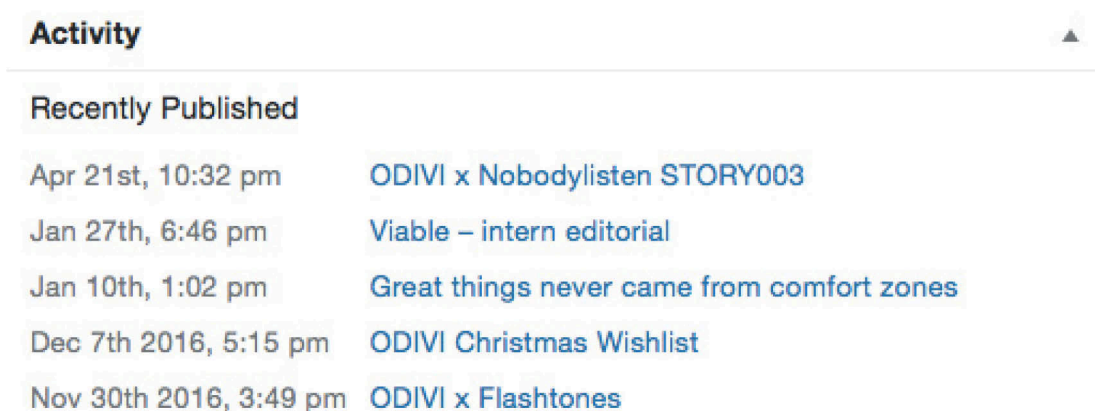
Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 15: Počet zveřejněných postů na stránce ODIVI, hlavní sekce „Dashboard“ ke dni 30. 4. 2017 (screenshot)



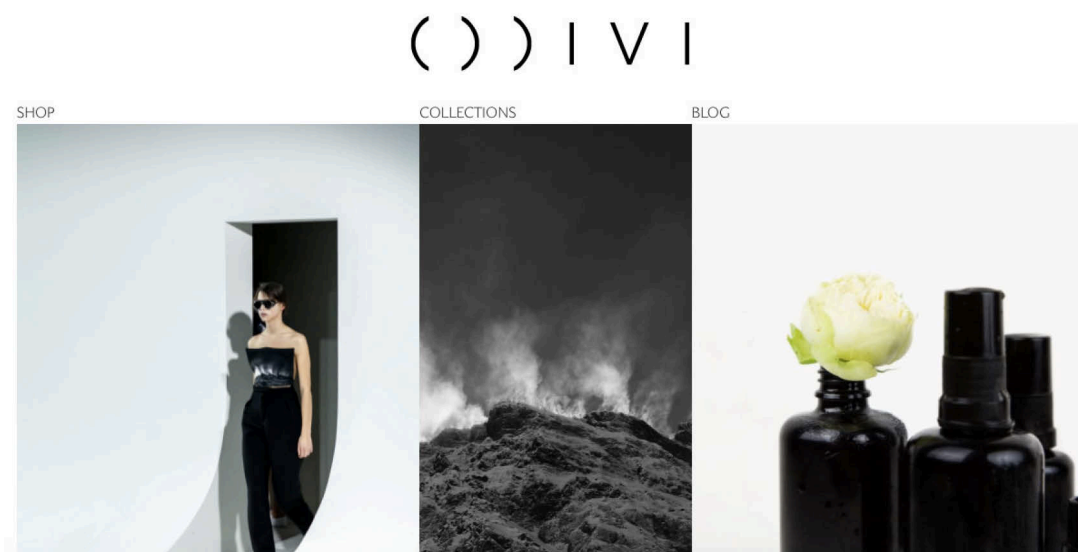
Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 16: Aktivity na webové stránce ODIVI ke dni 30. 4. 2017 (screenshot)



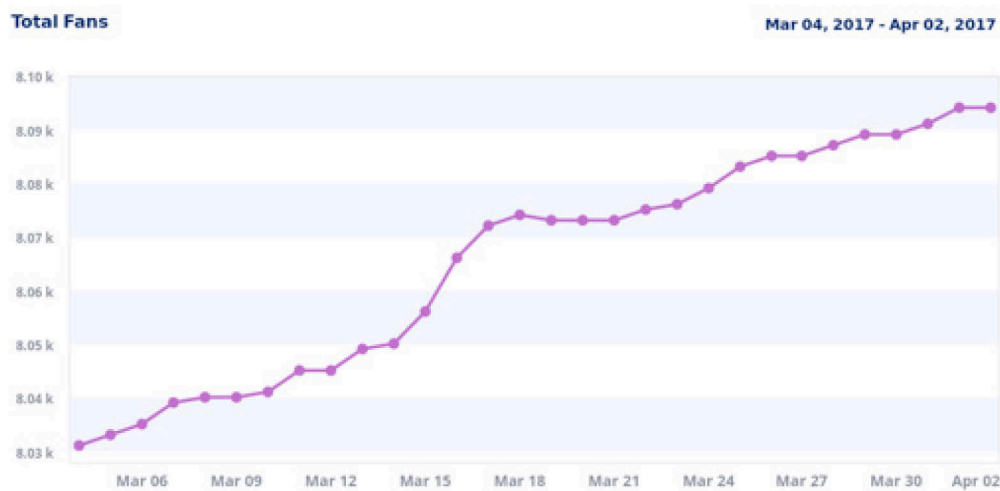
Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 17: Webová stránka značky ODIVI (screenshot)



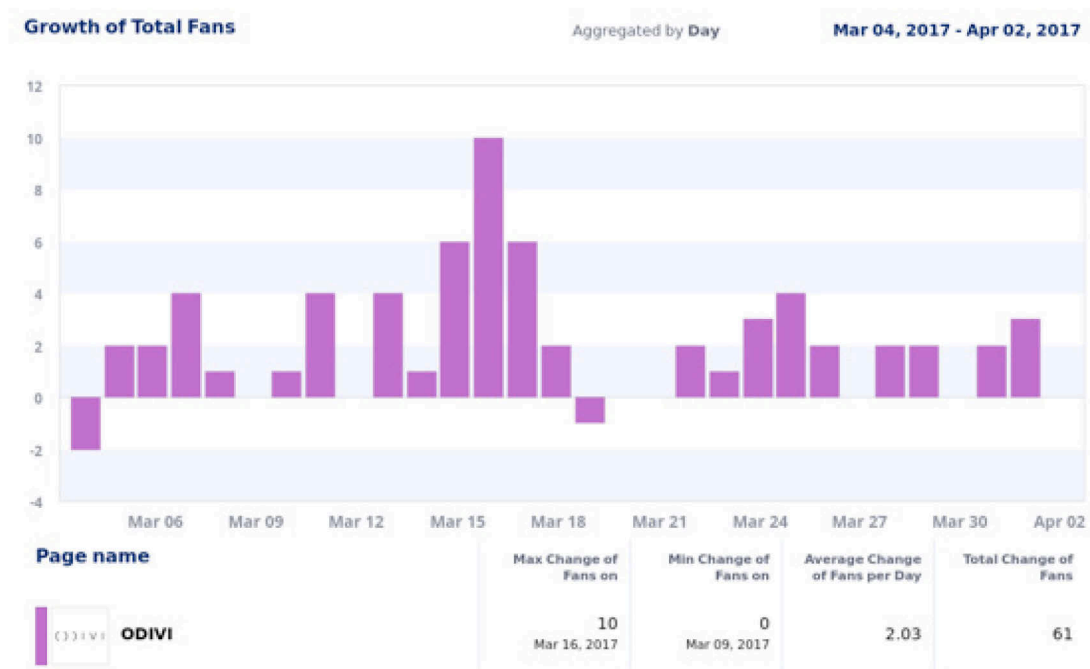
Zdroj: *ODIVI*. ODIVI [online]. Praha: ODIVI, 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.odivi.cz>

Příloha č. 18: Nárůst počtu „to se mi líbí“ u stránky ODIVI za období 4. 3. 2017 - 2. 4. 2017 (screenshot)



Zdroj: Vlastní zpracování programem Social Bakers

Příloha č. 19: Přehled počtu „to se mi líbí“ na stránce ODIVI ve dnech 4. 3. 2017 - 2. 4. 2017 (screenshot)



Zdroj: Vlastní zpracování programem Social Bakers

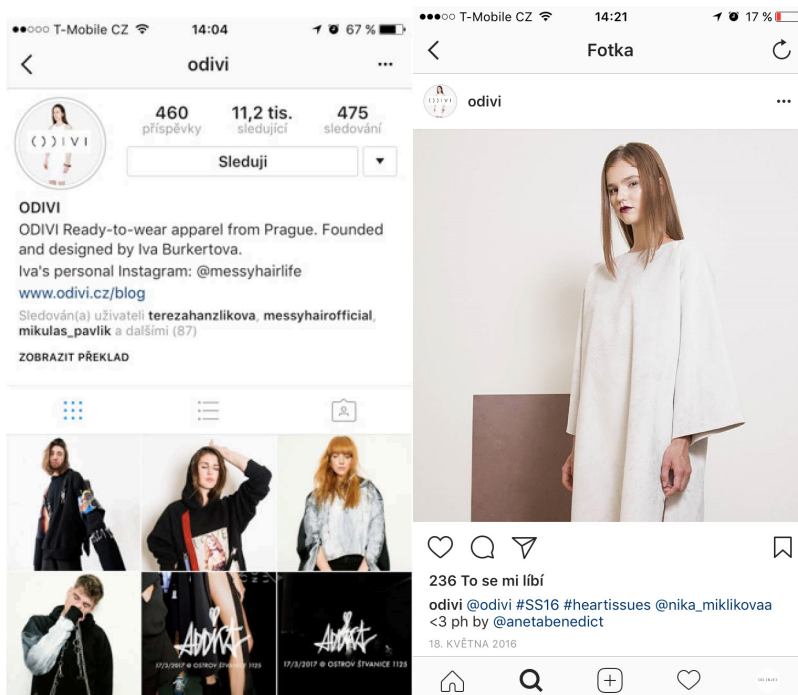
Příloha č. 20: Událost Addict #6 w/ ODIVI — Fashion Week Edition (screenshot)



Zdroj: *Addict #6 w/ ODIVI — Fashion Week Edition*. In: Facebook [online]. Praha, 2017 [cit. 2017-04-30].

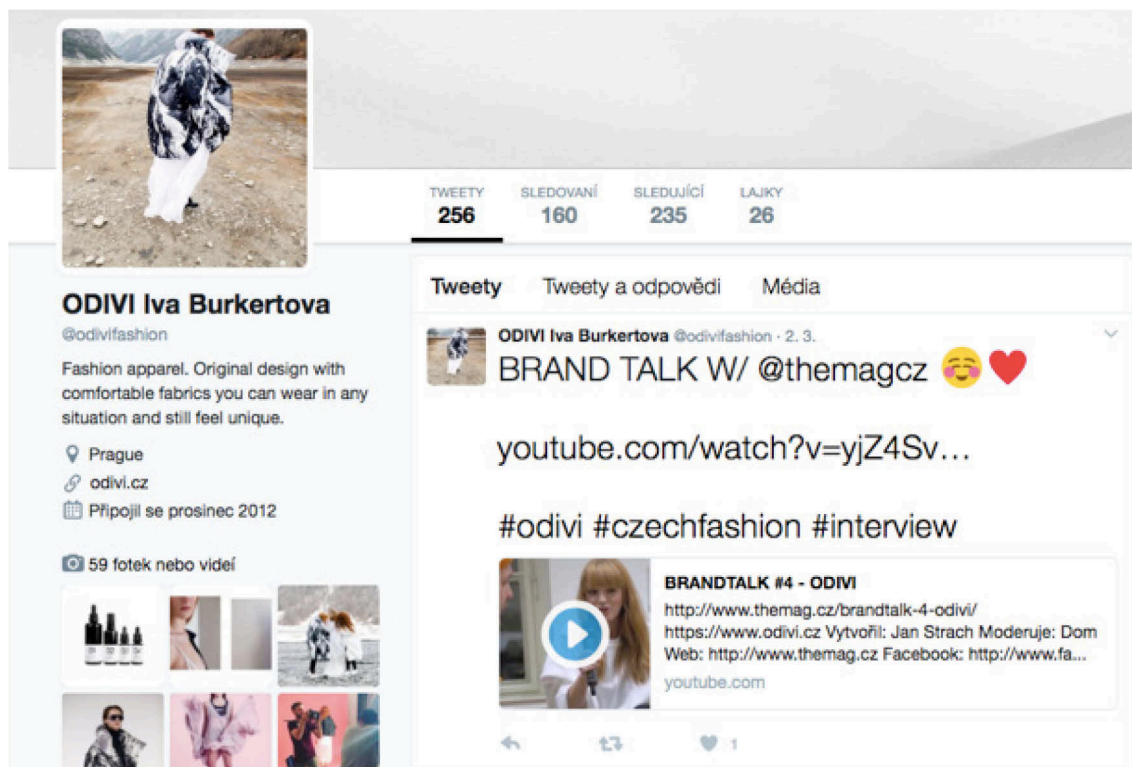
Dostupné z: <https://www.facebook.com/events/1858847851022463/>

Příloha č. 21: Instagram značky ODIVI (screenshot)



Zdroj: Vlastní zpracování podle účtu ODIVI z www.instagram.com

Příloha č. 22: Twitter značky ODIVI (screenshot)



Zdroj: Vlastní zpracování podle účtu ODIVI z www.twitter.com

Příloha č. 23: Producent Jakub NobodyListen Strach s pánskou částí značky ODIVI (obrázek)



Zdroj: Interní dokumenty týmu ODIVI

Příloha č. 24: Kosmetika „Odivi x Nobilis Tilia (obrázek)

Zdroj: *Our big dream comes true: ODIVI x Nobilis Tilia*. ODIVI [online]. Praha: ODIVI, 2016 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.odivi.cz/our-big-dream-comes-true-odivi-x-nobilis-tilia/>

Příloha č. 25: Editorial značky ODIVI, Livigno (obrázek)

Zdroj: Interní dokumenty týmu ODIVI

Příloha č. 26: Svatební část SOBJE (obrázek)

Zdroj: *SOBJE: Hlavní stránka*. SOBJE [online]. Praha, 2017 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <https://www.facebook.com/SAYSOBJEYES/>

Příloha č. 27: Obecná SWOT analýza značky ODIVI (tabulka)

| | |
|---|---|
| <p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> - silná značka s původem v České republice - loajální základna zákazníků - produkty z kvalitních látek z evropských zemí - široké portfolio produktů - široká cílová skupina - originální design podle nejnovějších trendů - vysoká kvalita produktů - individuální a nadstandardní přístup k zákazníkům - široké spektrum neobvyklých událostí, které posilují image značky (Sample Sales, Pop-ups, Addict) - jednoduché a snadno zapamatovatelné logo - přátelský tým - spolupráce s celebritymi | <p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> - nedokonalý osobní prodej (není možné platit kreditní kartou) - neefektivní rozdělení práce mezi členy týmu - necelistvá nabídka produktů na webové stránce - nekvalitní fotografie a popisky produktů na e-shopu - nepravidelná aktualizace nabídky produktů - nepravidelné zveřejňování příspěvků na blogu a sociálních sítích - zveřejňování starých příspěvků na blogu a sociálních sítích |
| <p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - nové trhy - nové druhy produktů - rozvoj nových spoluprací s trendy českými značkami - podpora a rozvoj udržitelné módy - otevření nového ateliéru na Smetanově nábřeží - budoucí Essentials kolekce, rozvoj odnože SOBJE a MESSYHAIRLIFE - nové možnosti propagace designerské módy v České republice - expanze na světové módní trhy, převážně do zemí západní Evropy, Ameriky i Spojených arabských emirátů | <p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> - velká konkurence v módním průmyslu - nízká obliba designerské módy v České republice - hrozba ztráty loajálních zákazníků - přílišná orientace na aktuální trendy a ztráta vlastní originality - účast na fashion weecích, které již pro značku nemusí být tolik účinné |

Zdroj: Vlastní zpracování