

Ребрендинг



Регулярный ребрендинг является неотъемлемой частью развития любого бренда. Даже в том случае, если компания не нуждается в выходе на новые рынки, вытеснении конкурентов или повышении лояльности потребителей, существует еще фактор морального устаревания бренда, который оказывает огромное влияние на клиентов. Масштабы изменений визуальной и концептуальной составляющих бренда уникальны в каждом конкретном случае. Главный принцип ребрендинга – изменения всегда к лучшему!



**Мощный
маркетинговый
инструмент**



**Развитие
бренда**



**Формирование
образа**

Процесс:

- 1. Аудит существующего бренда** – Изучаем текущее состояние бренда: определяем сильные стороны и конкурентные преимущества, анализируем атрибуты бренда (название, логотип, слоган, фирменный стиль, упаковка, персонажи, символы).
- 2. Анализ внутренней среды** – Изучаем историю торговой марки, портфель продуктов/услуг, особенности потребления, позиционирование, миссию, ценности, текущую коммуникативную стратегию.
- 3. Анализ конкурентной среды** – Смотрим на позиционирование конкурентов, выявляем сильные и слабые стороны, определяем возможности развития.
- 4. Анализ целевой аудитории** – Исследуем демографию, жизненный стиль, ценности, текущее представление потребителей о бренде (методом экспертных интервью).
- 5. Разработка направления** – Предлагаем наиболее эффективный путь ребрендинга на основе экспертной оценки, интервью, анализа информации из открытых источников, мониторинга, результата панельных исследований, результатов фокус-групп.
- 6. Разработка атрибутов идентификации бренда** – Разрабатываем атрибуты идентификации бренда, в том числе визуальные составляющие: логотип, фирменный стиль, рекламные материалы и упаковка.

Результат:

Разработанный бренд, отвечающий задачам бизнеса.