

Ребрендинг как стратегический инструмент в эпоху турбулентности



ОЛЬГА СИКОРСКАЯ

маркетинг

Ребрендинг — это глубокая трансформация, которая начинается с пересмотра смыслов, обещаний и позиционирования бренда. В первую очередь, он меняет восприятие компании, её миссию, ценности и способ общения с аудиторией.

А уже затем — обновление визуальной идентичности, логотипа и других внешних элементов.

**РЕБРЕНДИНГ — ЭТО ПРО СМЫСЛ, А НЕ ПРОСТО
СМЕНУ ДИЗАЙНА**

Причины ребрединга могут быть разными: кризис, желание усилить позиции на рынке, привлечь новых клиентов или выйти в новую нишу, объединение компаний или расширение бизнеса

Стратегический

меняет миссию, ценности и цели, позволяя бизнесу адаптироваться к новым требованиям рынка



Тактический

обновляет визуальную идентичность (логотип, название) для повышения узнаваемости и привлечения клиентов



После слияния

помогает двум объединенным компаниям выстроить новый имидж и сообщить о переменах



Развитие рынков или продуктовой линейки

отражает выход на новые рынки или запуск новых продуктов



После кризиса

восстанавливает доверие, репутацию и адаптирует бренд к новым реалиям



01

Исследование и анализ:
изучаем рынок, конкурентов
и аудиторию, чтобы понять,
какие изменения нужны.

02

Стратегия: формируем новые
цели, миссию, ценности и
позиционирование.

03

Визуальная идентичность:
обновляем дизайн, логотип,
цветовую схему и стиль.

04

Контент: адаптируем
коммуникацию под новую
стратегию.

05

Реализация: обновляем сайт,
упаковку, рекламу и каналы
взаимодействия.

06

Оценка:
оцениваем результаты

**В нашей стране ошибочно сложилось
неправильное восприятие ребрендинга.**

**Люди смотрят только на изменение
логотипа и совсем не обращают внимание
на ценности и обещания бренда.**

ЕСЛИ ВСЕ ПОНЯТНО, ПОЧЕМУ ВОЗНИКАЮТ СЛОЖНОСТИ? КЕЙС КІА

РАССМОТРИМ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА КІА:

1. Устойчивые решения мобильности: вместо Kia Motors просто Kia. Уход от компании производителя автомобиля к компании, оказывающей сервис.

2. Экологичность и технологии: переход к производству электрокаров и самым современным технологиям

3. Инновационный дизайн – Kia внедряет философию "единство противоположностей", создавая уникальный стиль автомобилей



ЧТО ВИДЯТ КЛИЕНТЫ



Контекст

КЕЙС АЙГЕНИС

- 01 Потребность: продвижение мобильного приложения для инвестиций для B2C
- 02 Запуск продукта — на фоне кризиса и недоверия к экономике.
- 03 28 лет опыта и сильная репутация среди юрлиц.

Что мы сделали?

- 01 Исследование
- 02 Бренд-платформа
- 03 Маркетинговая стратегия

aigenis

ОБЕЩАНИЯ:

Понятные инвестиции. Мы делаем инвестиции понятными и доступными каждому.

Для этого мы активно работаем в нескольких ключевых направлениях:

- 1. упрощаем коммуникацию, чтобы тема инвестиций не вызывала страха и опасений и не пугала сложными терминами,**
- 2. изменили корпоративный сайт, чтобы он был более интуитивно понятным и современным,**
- 3. улучшаем мобильное приложение aigenis invest, чтобы упрощать пользовательский опыт и растить лояльность наших клиентов,**
- 4. обучаем и поддерживаем наших клиентов и быть проводником в мир инвестиций**

РЕЗУЛЬТАТЫ:

- 1. Рост клиентской базы в 2,5 раза**
- 2. Рост количества совершаемых сделок в 2,5 раза**
- 3. Рост знания бренда +5 п.п.**

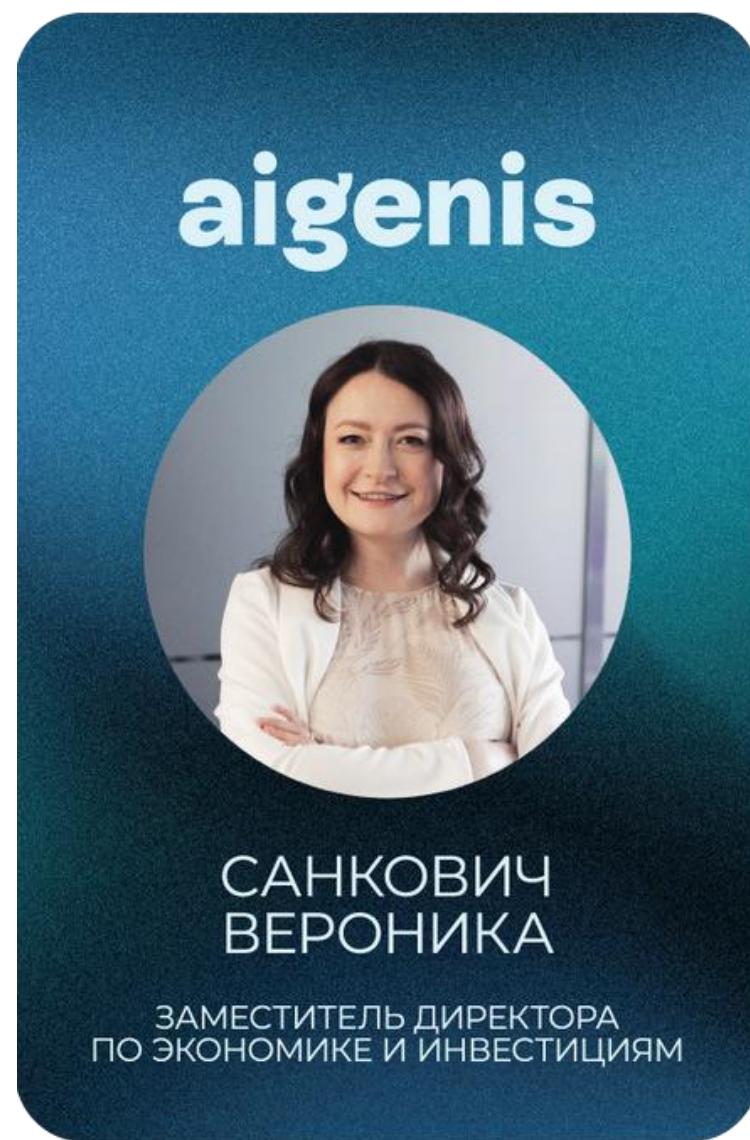


БЫЛО



СТАЛО

aigenis



КАК ПРОВЕРИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕБРЕНДИНГА?

- ✓ **Оцените восприятие бренда** через опросы и отзывы клиентов
- ✓ **Анализируйте изменения** в продажах и узнаваемости
- ✓ **Сравните ключевые показатели** до и после изменений
- ✓ Проверьте, стал ли бренд **более понятным и привлекательным** для аудитории

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

