

Ребрендинг

Как понять,
что компании
нужны глобальные
изменения



Редизайн vs Ребрендинг



Как не перепутать?

Сверимся

Редизайн



«Освежиться»

Морально устаревшая айдентика



«Это все диджитал»

Необходима визуальная адаптация в цифровой среде



«Базовый минимум»

от сложных форм к простоте и легкому восприятию

Сверимся



Ребрендинг



Функциональные

изменения на уровне
продуктов и процессов



Новые

рынки и аудитория



Глобальные

изменения в контексте

Примеры



Редизайн



Google Workspace
2020



Pepsi
2023



Instagram
2022

Ребрендинг



Twitter → X
2023



Meta (Facebook) 2021–
2024



Burger King
2021–2023



Разминка!

Редизайн или ребрендинг

Задача 1

Компании нужно упростить навигацию в приложении

Ответ?



Разминка!

Редизайн или ребрендинг

Задача 1

Компании нужно упростить навигацию в приложении

Редизайн



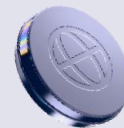
Slack

Чтобы упростить интерфейс приложения и улучшить фокус пользователя на работе, компания обновила визуальные элементы, UX/UI и логотип



Разминка!

Редизайн или ребрендинг



Задача 2

Сеть кафе изменила
ассортимент



Ответ?



Разминка!

Редизайн или ребрендинг

Задача 2

Сеть кафе изменила
ассортимент

Ребрендинг



Dunkin'

Убрали слово «Donuts» из названия, сменили
позиционирование, став сетью кофеен с фокусом на
напитках, а не только на пончиках



Ребрендинг



Эволюционный
или кардинальный?

Эволюционный ребрендинг

Мягкие, постепенные изменения



Сохраняется узнаваемость, но бренд адаптируется под новую реальность



Starbucks

упростил логотип, убрал надпись, обозначив выход за пределы кофе





Кардинальный ребрендинг

Радикальный разрыв с прошлым



Полный перезапуск — новое имя, продукты, аудитория



Twitter → X

уничтожение старой идентичности ради полностью нового восприятия «всё-в-одном» платформы



Тинькофф → Т-банк

переход к современному, лаконичному бренду и уход от привязки к фамилии основателя

Кейс Life

От мобильного оператора
к цифровой среде



Предпосылки

Тренды в сторону экосистем

- **Ответ бизнеса на потребности** людей в удобстве, легкости пользования и доступности сервисов
- **Запрос** на потребление услуг в одном интерфейсе

Функциональные изменения внутри

- **Улучшения** сети и IT-инфраструктуры, расширение торговой сети, эволюция в продуктовых решениях и, как результат, — **объединение сервисов в единую экосистему**

Взросление, расширение аудитории

- **Долгий путь** от городского оператора к цифровому оператору масс-маркет сегмента
- Не только студентам и молодежи

Теперь Life это:

Цифровая среда для лёгкой жизни



Что получилось



Суть бренда

Цифровая среда, в которой легко

Миссия бренда

Создавать цифровые решения, которые органично встраиваются в реальную жизнь и делают ее легкой

Роль бренда

Digital-компаньон для жизни



Слоган

Life.
Так легко



Адаптируется под разные цели,
а потому работает

Так легко +

идея (для имиджевых коммуникаций)

польза (для продуктовых)

выгода (для промо)

Основная часть

Цель

Визуализация смыслов

Как мы искали айдентику



Этап 1

Бриф и исследование



Этап 2

Конкурс концепций



Этап 3

Тестирование с фокус-группами



Этап 4

Финальный выбор



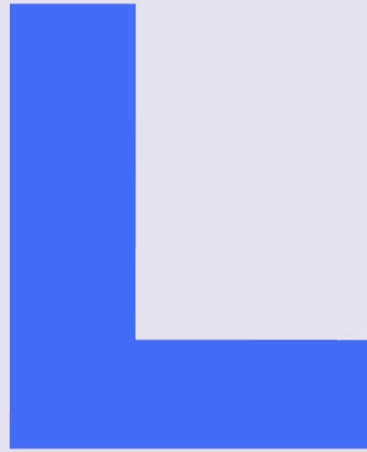
Обновление логотипа

life:)

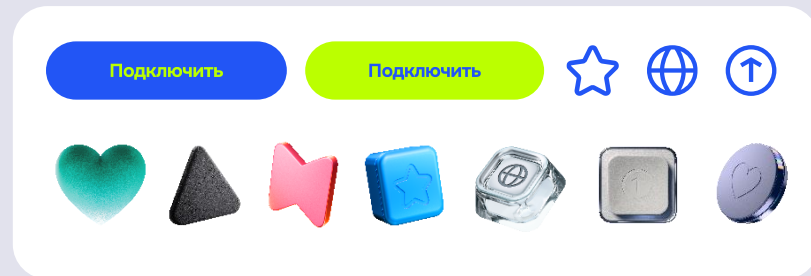
до ребрендинга

life 

после ребрендинга



Основные атрибуты новой айдентики

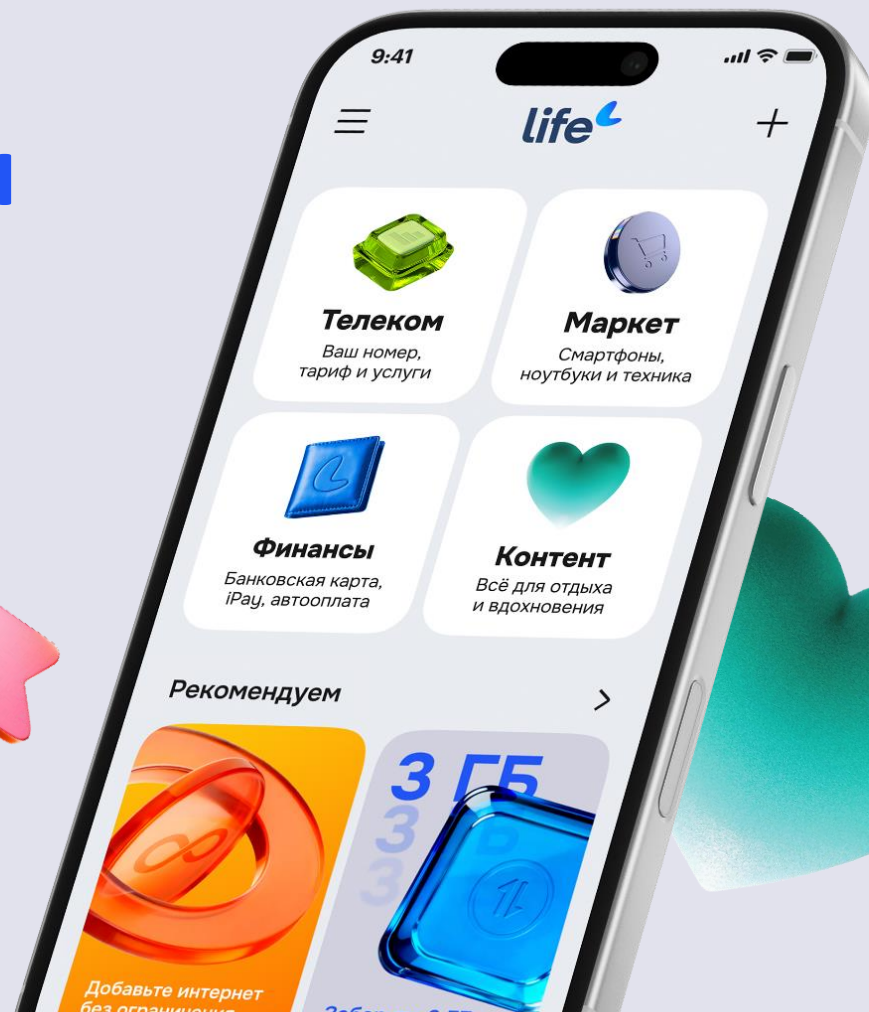


life 

Отражение цифровой среды в супераппе

Полная смена приложения и создание экосистемы с переходом в разные разделы для легкого управления:

- телеком
- маркет
- финансы
- контент



Народное мнение как фильтр

Собрали топ-комментариев к шорт-листу логотипов



«Из ворда шрифт
просто взяли, да?)»

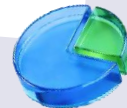
«Шоколадка Милка»



«Вот так оно ничего.
Сверху — бумеранг,
нормально»



«Ну такой неплохой,
хороший шрифт.
Но фон средний»



Народное мнение как фильтр

Комментарии, которые отражали суть обновленного бренда

«Это мессенджер, цифровые технологии, современная компания, ассоциация с безлимитными пакетами интернета, для мессенджеров»



«Вот это симпатичное, для телефона. Из-за этой штуки как раз ассоциация с телефонами и идет. Сверху штучка напоминает галочку "принято"»



«Здесь мне нравится, за счет появившегося элемента этого голубенького, акцентирует элемент какого-то полёта, воздух здесь появился»



«Все качества их характеристик (бренд) присущи данному логотипу»

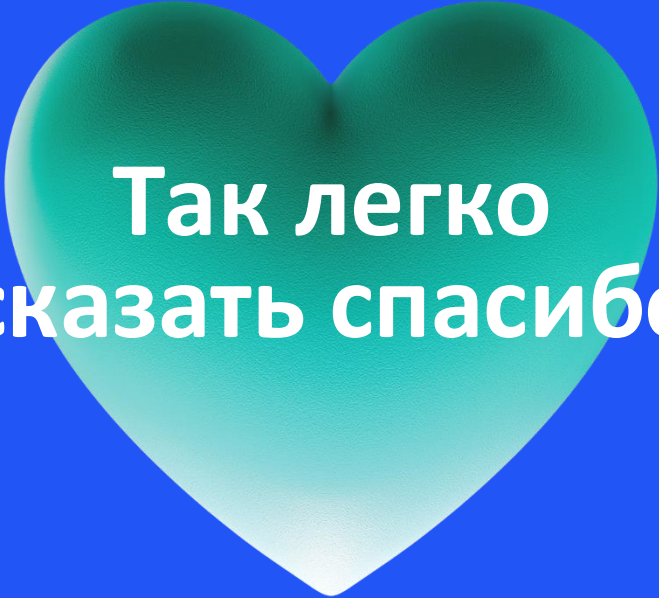
Ребрендинг

Проверочный чек-лист



- ☑ Изменилась бизнес-модель и стратегия
- ☑ Выход на новые рынки и аудиторию
- ☑ **Значительное улучшение** качественных показателей услуги/продукта
- ☑ **Запуск продуктов,** которым нет аналогов на рынке





**Так легко
сказать спасибо**