BRANDING · REBRANDING

Nyt udtryk. Samme genkendelse.

MEDIEGURU

Et udtryk, der passer til den virksomhed, du er i dag. Uden at miste det, folk kender dig for.

EKSEMPEL: MALERFIRMAET · EN OPFRISKNING

FØR



Så ud som i 1990. Unge boligejere valgte andre.

EFTER



Samme blå, samme navn. Strammere og nemt at genkende.

DET BLEV

Navnet. Den blå farve. Penselstrøget.

DET BLEV NYT

Skriften, hjemmesiden og bilerne. Alt på samme dag.

OPFRISKNING

Nyt udtryk, samme genkendelse. Strammere logo, nye farver, ny hjemmeside.

FULD REBRANDING

Ny position, måske nyt navn. Kun med en rigtig god grund.

GODE OG DÅRLIGE GRUNDE

✓ Du er vokset fra det	✕ Du er træt af det
✓ Ny målgruppe	✕ Ny chef
✓ Fusion	✕ Konkurrenten gjorde det
✓ Forældet udtryk	✕ Skjule problemer

Rebranding skal løse et problem. Ikke bare tilfredsstille en lyst til noget nyt.

DET SKAL SKIFTES

Online	Tryk	Dokumenter	Teknik	Kommunikation
Hjemmeside, profiler, Google	Visitkort, skilte, biler, tøj	Tilbud, fakturaer, kontrakter	Omdirigering af gamle adresser	Fortæl kunderne hvorfor

Du bliver træt af dit brand længe før dine kunder. Det er ikke en grund til at skifte.

Jeg sørger for, at din virksomhed bliver **set, hørt og husket.**

medieguru.dk

SKABELON · REBRANDING

Din rebrandingplan. Fem trin.

MEDIEGURU

En god rebranding er en plan, ikke bare et nyt logo.

1 Find grunden

PROBLEMET, REBRANDINGEN SKAL LØSE

Unge boligejere synes, vi ser gammeldags ud

Kun få af vores kunder er under 40

DET ER EN

- [x] Opfriskning
- [ ] Fuld rebranding

2 Find det, der skal blive

DET KENDER FOLK OS FOR

Grundige malere, der rydder op efter sig

Den blå bil i byen. Far og søn siden 1987

DET BEHOLDER VI

- [x] Navnet
- [x] Farven
- [x] Symbolet
- [ ] Sloganet

3 Lav strategien først

POSITION: Den malermester, unge boligejere stoler på

BUDSKAB: Grundigt arbejde, aftalt pris, ryddet op

TONE: Rolig, venlig og uden fagsprog

4 Design og test

DET BLIVER NYT: Logo, skrift, hjemmeside og biler

TESTET PÅ: 8 kunder og 4 naboer i 30-40 års alderen

DET SAGDE DE: Moderne, men stadig os. Godt!

5 Rul ud med en plan. Alle steder på én gang.

STED	DET SKAL SKIFTES	HVORNÅR	KLAR
Online	Ny hjemmeside og Google-profil	1. marts	[x]
Tryk	Visitkort, 3 biler, arbejdstøj	1. marts	[x]
Dokumenter	Tilbud og faktura	1. marts	[x]
Teknik	Ingen ny adresse		[ ]
Kommunikation	Mail og opslag med før og efter	1. marts	[ ]

LANCERINGSDAG

Lørdag 1. marts

SÅDAN FORTÆLLER VI KUNDERNE HVORFOR

Mail til alle kunder: samme folk, nyt udtryk. Før og efter-billeder på Facebook og et skilt i vinduet

GAMLE ADRESSER SENDER VIDERE

- [ ] Ja
- [x] Vi skifter ikke adresse

SKABELON · REBRANDING

Din rebrandingplan. Fem trin.

MEDIEGURU

En god rebranding er en plan, ikke bare et nyt logo.

1 Find grunden

PROBLEMET, REBRANDINGEN SKAL LØSE

DET ER EN

- [ ] Opfriskning
- [ ] Fuld rebranding

2 Find det, der skal blive

DET KENDER FOLK OS FOR

DET BEHOLDER VI

- [ ] Navnet
- [ ] Farven
- [ ] Symbolet
- [ ] Sloganet

3 Lav strategien først

POSITION

BUDSKAB

TONE

4 Design og test

DET BLIVER NYT

TESTET PÅ

DET SAGDE DE

5 Rul ud med en plan. Alle steder på én gang.

STED	DET SKAL SKIFTES	HVORNÅR	KLAR
Online			☐
Tryk			☐
Dokumenter			☐
Teknik			☐
Kommunikation			☐

LANCERINGSDAG

SÅDAN FORTÆLLER VI KUNDERNE HVORFOR

GAMLE ADRESSER SENDER VIDERE

- [ ] Ja
- [ ] Vi skifter ikke adresse