

HASŁO	rebranding
WYMOWA	rebranding lub ribrending
DEFINICJA	«przekształcenie sposobu funkcjonowania firmy lub produktu na rynku, zwłaszcza poprzez zmianę elementów tworzących ich wizerunek, takich jak nazwa, logo, formy promocji»
INFORMACJA GRAMATYCZNA	<i>rzecz. m rzeczowy, lp DMs. rebrandingu, blm</i>
PRZYKŁADY UŻYCIA	Rebranding może być olbrzymią szansą dla firm, które pragną pozyskać zupełnie nowy segment rynku. Proces rebrandingu pomaga również znacznie skuteczniej wprowadzać na rynek nowe produkty, pozyskiwać nowych klientów (www.eioba.pl). Czy rebranding niesie za sobą ryzyko? Niestety tak. Niedostateczne przygotowanie nowej strategii działania marki, słaby projekt nowego lub odświeżonego logo naraża spółkę w najlepszym wypadku na kolejny rebranding za kilka lat (opinieofirmach.wordpress.com). Przyznam szczerze, że na informacje związane z rebrandingiem dużych marek zazwyczaj czekam z nieukrywaną niecierpliwością. Głównie dlatego, że rzadko kiedy wydaje się on na tyle udany, by nie budzić wśród klientów ironicznego uśmiechu (www.newcreative.pl). W procesie rebrandingu dołożono wszelkich starań, by trafić do możliwie największej grupy odbiorców – zarówno dzieci, młodzieży, jak i całych rodzin. Obecnie prowadzane są dalsze działania podtrzymujące i budujące świadomość nowej marki – akcje marketingowe, ciekawe eventy czy współpraca z mediami lokalnymi (www.redluck-pr.pl).
WIZUALIZACJE	Zobacz w grafice Google
ODSYŁACZE	<u>account manager</u> , masthew, pozycjonowanie produktu, product placement, promotor, rep, target, <u>trendsetter</u>
LICENCJA	Hasło udostępnione na licencji <u>Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska</u>
DATA	Rejestracja hasła: 09.11.2014, 09.38, ostatnia aktualizacja hasła: 07.01.2015, 02.53
AUTOR	Jan Burzyński
REDAKTOR	Maciej Czeszewski