PHASE 1:
RECHERCHIEREN UND PLANEN

1

REBRANDING-TEAM ZUSAMMENSTELLEN
Involvieren Sie sowohl interne als auch externe Beteiligte, die einschätzen können, wie verschiedene Personengruppen auf das Rebranding reagieren werden. Weisen Sie den Teammitgliedern klare Rollen und Verantwortlichkeiten zu.

2

MARKTANALYSE DURCHFÜHREN
Analysieren Sie Marktveränderungen und Branchentrends und inwieweit sich die Erwartungen Ihrer Kunden verändert haben. Erstellen Sie eine Wettbewerbsanalyse und eine SWOT-Analyse, um Ihre Marktposition genau zu bestimmen.

3

BUYER PERSONAS WEITERENTWICKELN
Führen Sie eine detaillierte Analyse Ihrer Zielgruppen durch. Wenn sich Ihre Zielgruppe verändert hat oder neue Personengruppen angesprochen werden sollen, passen Sie Ihre Personas entsprechend an, um das Rebranding möglichst genau auf die aktuellen Personas abzustimmen.

4

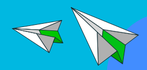
MARKENELEMENTE FESTLEGEN, DIE UNVERÄNDERT BLEIBEN
Ein Rebranding bedeutet nicht automatisch, dass alle Elemente überarbeitet werden müssen. Legen Sie fest, welche Markenelemente beibehalten werden. Dies erhöht die Wiedererkennung nach dem Rebranding. Erstellen Sie eine Liste der Markenelemente, die aktualisiert oder optimiert werden sollen.

5

ART DES REBRANDINGS BESTIMMEN
Entscheiden Sie, ob eine einfache Markenaktualisierung, ein teilweises oder ein vollständiges Rebranding erforderlich ist.

6

ZEITPLAN UND MEILENSTEINE FESTLEGEN
Erstellen Sie einen Zeitplan und definieren Sie realistische Meilensteine, um Verzögerungen zu vermeiden.



7

REBRANDING-STRATEGIE VON FÜHRUNGSKRÄFTEN ABSEGNEN LASSEN
Erstellen Sie einen Umsetzungsplan mit Details zur Neuausrichtung und dem erforderlichen Budget und holen Sie die Zustimmung der Unternehmensleitung ein.

PHASE 2:
BESTEHENDE ASSETS AKTUALISIEREN

1

MISSION UND WERTE ÜBERPRÜFEN
Überarbeiten Sie Ihre Unternehmensmission und -werte, falls erforderlich, damit sie die Markenupdates widerspiegeln.

2

LOGO ÜBERPRÜFEN
Überlegen Sie, ob ein neues Logo erforderlich ist oder ob das bestehende Logo nur leicht angepasst werden muss. Überstürzen Sie hier nichts, denn vor allem das Logo dient als Wiedererkennungs- und Vertrauensfaktor.

3

SLOGAN ÜBERPRÜFEN
Entscheiden Sie, ob Ihr Slogan angepasst werden muss oder ob er weiterhin zur neuen Marke passt.

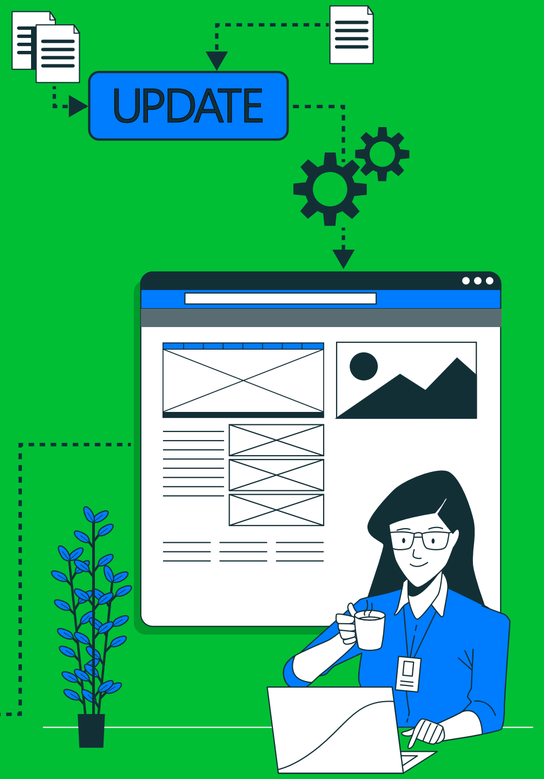
4

MARKENFARBEN ÜBERPRÜFEN
Passen Sie Ihre Markenfarben gegebenenfalls an, damit sie die neue Marke richtig repräsentieren.

5

MARKENRICHTLINIEN ÜBERARBEITEN
Aktualisieren Sie Ihre Markenrichtlinien und stellen Sie sicher, dass alle Beteiligten Zugriff darauf haben.

PHASE 3:
DIE NEUE MARKENIDENTITÄT PRÄSENTIEREN



1

TEAMS AUF DEM LAUFENDEN HALTEN
Kündigen Sie das Rebranding intern an und informieren Sie Ihre Teams regelmäßig über die Fortschritte. Schaffen Sie eine positive Einstellung gegenüber dem Rebranding

2

WEBSITE AKTUALISIEREN
Passen Sie Ihre Website an die neue Markenidentität an, inklusive Farben, Layout, Logo und der „Über uns"-Seite.

3

REBRANDING INTERN UND EXTERN KOMMUNIZIEREN
Geben Sie das Rebranding intern bekannt und informieren Sie die Öffentlichkeit, beispielsweise durch gezielte Social-Media-Beiträge und E-Mails an Ihre Kundschaft.

Rebranding in Microsoft 365? Mit empower® Brand Control gelingt die Umsetzung schnell und reibungslos – jetzt mehr erfahren!