

Checklist rebranding

Van twijfel tot lancering, in vijf fases

better brands

betterbrands.nl/wat-is-rebranding

Een rebranding raakt klanten, medewerkers en alles wat mensen van je zien. Loop deze checklist samen met directie en marketing langs. Vink af wat klaar is. Wat openstaat, is je actielijst.

FASE 1

Is een rebranding nodig?

Vink aan wat voor jullie geldt.

- ☐ We zijn gefuseerd, overgenomen of gesplitst.
- ☐ Ons aanbod of onze doelgroep is veranderd.
- ☐ We hebben een nieuwe koers, missie of maatschappelijke ambitie. Ons merk laat daar niets van zien.
- ☐ Nieuwe klanten kunnen niet uitleggen waarom ze juist voor ons kiezen.
- ☐ Sales, website en medewerkers vertellen elk een ander verhaal.

Vink je weinig aan? Een nieuwe directeur die het logo saai vindt, is op zich geen reden. Herkenning is opgebouwd kapitaal.

Welke stap past?

Refresh

Je strategie klopt nog. Je uitstraling is verouderd. Je past logo, kleuren, typografie en beeld aan.

Herpositionering

Je kiest een andere plek in de markt of een nieuwe doelgroep. Je belofte en je verhaal veranderen. Je uitstraling volgt.

Rebranding

Strategie en identiteit veranderen samen. Soms verandert ook de naam.

FASE 2

Voorbereiden

- ☐ Alle stakeholders in kaart gebracht en gekozen wie we bij de rebranding betrekken.
- ☐ Een nulmeting gedaan van herkenning, de redenen waarom klanten voor ons kiezen en het aantal aanvragen.
- ☐ Vastgelegd wat we behouden en wat we loslaten, zoals naam, kleur of beeldmerk.
- ☐ Een begroting gemaakt waarin ook de invoering zit, van drukwerk tot gevelreclame.
- ☐ Bij een nieuwe naam gecontroleerd of die vrij is als merk en als domeinnaam.
- ☐ Een eigenaar en een planning afgesproken.

Notities

Checklist rebranding

Fase 3 tot en met 5

better brands

betterbrands.nl/wat-is-rebranding

FASE 3

Strategie

- ☐ Huidig merk, stakeholders, trends en ambities in kaart gebracht met deskresearch, interviews en sessies.
- ☐ Een merkdokument met visie, missie, waarden, merkpersoonlijkheid en merkverhaal.
- ☐ Directie en sleutelpersonen staan achter het merkdokument.

FASE 4

Identiteit

- ☐ Het ontwerp getoetst aan het merkdokument, zodat smaak niet de doorslag geeft.
- ☐ Een brandguide met de huisstijl en hoe je die toepast.
- ☐ Een lijst van alle contactpunten die veranderen. Begin met deze:
 - ☐ Website
 - ☐ Presentaties
 - ☐ Drukwerk
 - ☐ Voertuigen
 - ☐ E-mailhandtekening
 - ☐ Socialmediaprofielen
 - ☐ Gevelreclame
 - ☐ Verpakkingen
 - ☐ Offertes en facturen
 - ☐ Google-bedrijfsprofiel
 - ☐ Bedrijfskleding
 - ☐ Vacatureteksten

FASE 5

Lanceren en invoeren

- ☐ Gekozen voor één lanceringsmoment of voor gefaseerd invoeren.
- ☐ Eerst intern gelanceerd, zodat medewerkers het nieuwe verhaal kennen en kunnen vertellen.
- ☐ Klanten uitgelegd wat er verandert, waarom en wat hetzelfde blijft.
- ☐ Contactpunten vervangen in een vaste volgorde.
- ☐ Na de lancering opnieuw gemeten, met dezelfde vragen als bij de nulmeting.

Hulp nodig bij je rebranding? better brands begeleidt het traject van stakeholder mapping tot brandguide. Lees meer op betterbrands.nl/rebranding of plan een kennismaking via betterbrands.nl/contact. Wie je betreft, zet je alvast op een rij met het canvas op betterbrands.nl/stakeholder-mapping.

Notities