

→ Rebranding Checkliste

1. Zielsetzung und Strategie

- Definiere klare Ziele für das Rebranding – Möchtest du die Zielgruppe erweitern, das Image verbessern oder neue Produkte einführen?
- Entwickle eine umfassende Strategie, um diese Ziele zu erreichen
- Wir bei der agt haben unser Rebranding mit unseren neuen Zielen und Visionen angepasst

2. Passende Partner finden

- Abwägen von Kosten und Aufwand
- Gibt es Aufgabenpakete, welche nicht intern ausgeführt werden können?
- Beispiel: Design, Webseitenerstellung, CI-Konzeption, SEO-Implementierung, Social Media Strategie und Kampagnen, Contenterstellung

3. Neue Corporate Identity

- Die neue CI sollte sich von der alten im positiven unterscheiden
- Außerdem sollte diese die neuen Markenwerte und Visionen des Unternehmens widerspiegeln

4. Marktforschung

- Analysiere den Markt, die Konkurrenz und die aktuellen Trends
- Sammle Feedback von Kunden und Stakeholdern, um Einblicke in ihre Wahrnehmung zu erhalten

5. Markenidentität und -werte

- Überarbeite oder definiere die Markenidentität und -werte klar (Wer sind wir und wo wollen wir hin bzw. wie wollen wir in Zukunft wahrgenommen werden?)
- Stelle sicher, dass die neuen Elemente zur Unternehmenskultur und Vision passen

→ Rebranding Checkliste

6. Zielgruppenanalyse

- Verstehe deine Zielgruppe genau:
Wie können die Veränderungen sie ansprechen?
- Berücksichtige verschiedene Kundensegmente und ihre Bedürfnisse
- Gibt es eventuell auch neue Zielgruppen, die mit dem Rebranding erschlossen werden können?

7. Konsistenz sicherstellen

- Aktualisiere alle Branding-Materialien, einschließlich Logo, Website, Social-Media-Profilen und anderen Marketingmaterialien (z. B. Kalender, Notizblöcke, Warnhinweise oder Powerpoint-Vorlagen)
- Achte darauf, dass die neuen Elemente konsistent verwendet werden

8. Interne Kommunikation

- Informiere und schule das interne Team über die Gründe und Ziele des Rebrandings
- Stelle sicher, dass alle Mitarbeiter die neuen Botschaften und Identitätsmerkmale verstehen
- Wir bei agt haben intern viele Absprachen gehabt und im großen Rahmen eine offizielle Präsentation der neuen Brand

9. Rebranding vorbereiten

- Überlege vorher was alles für den Launchtermin stehen soll
- Beispiele bei agt: Webseite, Teaser für Social Media oder Schnittstellen im Backend der Webseite

10. Budgetplanung

- Stelle sicher, dass du das Budget für das Rebranding realistisch planst und kontrollierst
- Berücksichtige alle Kosten, einschließlich Design, Druck, digitale Assets und Marketingkampagnen