



**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А. И. ГЕРЦЕНА**

**Кафедра управления образованием и кадрового менеджмента**

---

**ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕНИИ  
ПЕРСОНАЛОМ**

---

# **РЕБРЕНДИНГ**

**Кравцов А. О.,**  
кандидат педагогических наук, доцент  
**Санкт-Петербург**  
**ak90@yandex.ru**



# Ребрендинг

- Активная маркетинговая стратегия бренда компании товара названия Активная маркетинговая стратегия; включает комплекс мероприятий по изменению бренда (как компании, так и производимого ею товара), либо его составляющих: названия Активная

# Задачи ребрендинга

- усиление бренда (то есть рост лояльности потребителей);
- дифференциация бренда (усиление его уникальности);
- увеличение целевой аудитории бренда (привлечение новых потребителей).

# ОБЩИЙ ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ ПО ИЗУЧЕНИЮ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РЕБРЕНДИНГА

1. Анализ потенциала развития за счет внутренних ресурсов предприятия
2. Аудит бренда
3. Анализ и сегментирование ЦА по ценностным признакам, поиск нового вектора
4. Анализ финансовых ресурсов предприятия
5. Анализ негативных особенностей бренда
6. Проверка правильности собранных данных.

# КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ РЕБРЕНДИНГА

# 1. Маркетинговый аудит

1. Основная цель — оценить *узнаваемость бренда*:
  - понять насколько лояльно к нему относится потребитель;
  - какие барьеры существуют для восприятия бренда,
  - оценить его имидж для различных целевых аудиторий;
  - понять, какие у него есть слабые и сильные стороны, конкурентные преимущества.
2. На основании маркетингового исследования принимается решение о том, нуждается ли бренд в репозиционировании.

## 2.Репозиционирование бренда

Изменение его основных характеристик и закрепление их в сознании целевых аудиторий.

# Рефрейминг

- сдвиг в представлении корпорации о том, чем она является сейчас и чего может достичь.
- Этот элемент преобразования обращен к *сознанию (мозгу)* компании.
- Часто корпорации начинают упорно следовать определенному образу мыслей и теряют способность вырабатывать свежие ментальные модели относительно того, что они собой представляют и чем могут стать.
- Рефрейминг раскрывает корпоративное сознание, наполняя его новым видением перспективы и решимостью к переменам.