



MasterCard
Worldwide

Ребрендинг платёжной системы MasterCard

Презентацию выполнил
студент 2 курса ИПФ ГМУ-3,4
Григорян А.М.

Основные причины ребрендинга

- Намерение направить свою деятельность на развитие коммерции во всем мире;
- Новая бизнес-модель компании;
- Ориентация на сферу B2B;
- Повышение конкуренции на рынке пластиковых карт;
- Ребрендинг карт Visa;
- 40-летний юбилей компании.

Цели ребрендинга



- 1) Обозначить новую направленность своей деятельности
- 2) Привлечь новых клиентов
- 3) Повысить узнаваемость бренда
- 4) Стать более сильным конкурентом на рынке пластиковых карт

Основные технологии ребрендинга

Смена логотипа



Основные технологии ребрендинга

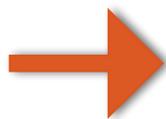
Новый стиль



Основные технологии ребрендинга

Новый слоган

*MasterCard
International*



MasterCard
Worldwide

Целевые аудитории

- Люди молодого возраста
- Люди среднего возраста
- VIP-клиенты
- Потенциальные клиенты
- Компании
- Иностранцы граждане



Результаты ребрендинга

- ✓ Обновление имиджа бренда
- ✓ Разработка и работа в новых направлениях
- ✓ Привлечения внимания клиентов
- ✓ Предоставление новых услуг



Эффективность



- Возросло количество владельцев карточек MasterCard
- Повышение эффективности сервиса
- Расширилась клиентская база

ГОТОВ ОТВЕТИТЬ НА ВАШИ ВОПРОСЫ

