



# REBRANDING - JAK UNIKNAĆ INFORMACYJNEGO SZUMU NA STRONIE WWW?

*Posted on 30 maja 2020 by Joana Shepherd*



---

Categories: [inne](#), [porady](#), [tuning](#)

**Rebranding** to trudne wyzwanie dla przedsiębiorcy. To nie tylko czas, kiedy (być może) zmienia się logo czy kreacja strony www, ale przede wszystkim - zmienia się myślenie o przyszłości danego biznesu.

## kwestie designerskie rebrandingu

Pierwszą rzeczą na jaką zwraca się uwagę mówiąc o rebrandingu, jest logotyp i wizualne rozpoznanie marki. To jednak tylko przysłowiowa wisienka na torcie. **Rebranding**, jako proces jest całą strategią, która składa się z etapów i wielu zależności.

Jeśli mówimy jedynie o liftingu logotypu czy odświeżeniu strony www - to nie jest to rebranding w pełnym znaczeniu słowa.

Rebranding to pojemny proces mający na celu odnowienie (dopasowanie do bieżących standardów)

marketingu i misji firmy, lub też modyfikację wskazanych wartości. Odwołuje się do wymagań lub oczekiwań klientów (najłatwiej to sprawdzić przeprowadzając ankietę lub prosząc o feedback odnoszący się do konkretnych zagadnień). Może być także podyktowany prywatnym dążeniem właściciela marki do zmiany - czy to pod względem subiektywnej potrzeby, czy też naturalnego procesu rozwijania firmy.

A jak do tego ma się wizualna identyfikacja marki, poznanie tzw. DNA marki? Kolory, faktury, style, fonty, charakterystyczne sposoby komunikacji, języka, księga znaków, itp. to części składowe rebrandingu. Jak to wszystko pogodzić podczas przebudowy strony www?

## nowa kreacja strony www

Kiedy planujesz zmianę w swojej firmie, chcesz się przebranżowić i zostawić sobie cały swój dotychczasowy dorobek, musisz zaznaczyć wyraźną linię, że dana zmiana zaszła. Można to zrobić archiwizując wpisy na blogu lub umieszczając je w konkretnej kategorii wpisów, które odnoszą się będą do przeszłych informacji.

Możesz też - o ile czasem będziesz nawiązywać do przeszłości, zostawić swoje wpisy w dotychczasowych kategoriach. Pokaże to Twoim odbiorcom ewolucję Twojego biznesu, miejsce w jakim zaczynałaś, a w jakim jesteś obecnie.

Miejsca, które prawdopodobnie ulegną zmianie na Twojej stronie, to **logotyp** (szukaj tego m.in. w opcji "dostosuj" na swoim panelu admina), **kolory, fonty, grafiki**. Wszystkie te elementy powinny ze sobą współgrać, aby uniknąć wrażenia przypadkowości i nazwijmy to - dysonansu.

A co ponadto? Pewnie trzeba też będzie znormalizować inne media, jak facebook i instagram. Tam też trzeba będzie zmienić kolory, dopasować grafiki, styl języka jakim chcesz się posługiwać. Ważne jednak, aby nie był to "przewrót koperniakiński", aby nie stracić klientów którzy znali Cię np. z nostalgicznym wpisów, a teraz będziesz serwować im energetyczne "call to action". To może wywołać u nich co najmniej niepokój, a w najgorszym wypadku - totalną dezorientację.

Poinformuj ich "przed faktem", że planujesz zmiany, niech Twoi odbiorcy mają czas na przyzwyczajenie się do "nowej / nowego Ty".

---

Wpis początkowo ukazał się na mojej stronie [JoannaSi!](#), kiedy dokonywałam zmiany w profilu swojej firmy. Uznałam, że lepszą przysługą będzie dla zapalonych "wordpressowców" jeśli artykuł będzie

opublikowany właśnie tutaj. Miłej lektury.

**There are no comments yet.**