

Refresh, redesign, nebo nejdřív strategie?



Než se pustíte do rozhodovacího stromu, pojďme si ujasnit pojmy, se kterými budeme pracovat. Pomohou vám lépe rozlišit, co současná identita potřebuje a jestli je vůbec nutný větší zásah.

Průběžná péče

Pomáhá udržovat a rozvíjet vizuální identitu v každodenní praxi. Může zahrnovat dílčí úpravy, doplnění pravidel či rozšíření identity o nové typy výstupů.

Refresh

Jedná se o menší aktualizaci vizuálního stylu. Zpravidla zahrnuje sjednocení materiálů a úpravu vybraných prvků, avšak bez zásadní změny celkové podoby značky.

Redesign

Vizuální podoba značky se během něj výrazně mění. Dává smysl, když identita nefunguje a drobné úpravy problém neřeší.

Rebranding

Mění se jak vizuální stránka, tak strategie a směr značky. Souvisí např. se změnou nabídky, cílové skupiny nebo trhu.

KVÍZ

Začněte první otázkou a postupujte podle odpovědí.

