

chọn
hỏi
thống

amwind

chọn phải thắng

chiến lược thiết kế bền vững

table of content

tái nhận diện thương hiệu: khi nào và tại sao?

a

các bước cần thực hiện để triển khai tái nhận diện thương hiệu hiệu quả

b

dự án đã thiết kế

c

“Thị trường và xu hướng thay đổi liên tục. **Tái nhận diện thương hiệu giúp thương hiệu của bạn trở nên hiện đại và phù hợp với thị hiếu của khách hàng.**

a

tái nhận diện thương hiệu: khi nào và tại sao?

a.1

Cập nhật hình ảnh thương hiệu

a.1. Cập nhật hình ảnh thương hiệu:

Thị trường và xu hướng thay đổi liên tục. Tái nhận diện thương hiệu giúp thương hiệu của bạn trở nên hiện đại và phù hợp với thị hiếu của khách hàng.



Old



New

Apple

Apple đã tái nhận diện thương hiệu vào năm 1998, thay đổi logo từ một quả táo nhiều màu thành một quả táo đơn sắc. Sự thay đổi này đã giúp Apple trở nên hiện đại và tinh tế hơn.



a

tái nhận diện thương hiệu: khi nào và tại sao?

a.2

Mở rộng thị trường mục tiêu

a.2. Mở rộng thị trường mục tiêu:

Nếu thương hiệu của bạn muốn tiếp cận một phân khúc khách hàng mới, tái nhận diện thương hiệu có thể giúp bạn thu hút sự chú ý của họ.



Old

Pepsi



New

Pepsi đã tái nhận diện thương hiệu vào năm 2008, thay đổi logo và bao bì sản phẩm. Sự thay đổi này đã giúp Pepsi trẻ trung và năng động hơn.



PEPSI

ZERO SUGAR

PEPSI

PEPSI

a

tái nhận diện thương hiệu: khi nào và tại sao?

a.3

Cải thiện nhận thức thương hiệu

a.3. Cải thiện nhận thức thương hiệu:

Tái nhận diện thương hiệu có thể giúp tăng cường nhận thức về thương hiệu của bạn và giúp bạn nổi bật hơn so với đối thủ cạnh tranh.



Old



New

Starbucks

Starbucks đã tái nhận diện thương hiệu vào năm 2011, loại bỏ chữ “Starbucks” khỏi logo. Sự thay đổi này đã giúp Starbucks trở nên đơn giản và dễ nhận biết hơn.



STARBUCKS COFFEE

a

tái nhận diện thương hiệu: khi nào và tại sao?

a.4

Phản ánh sự thay đổi chiến lược kinh doanh

a.4. Phản ánh sự thay đổi trong chiến lược

kinh doanh:

Nếu thương hiệu của bạn đã thay đổi chiến lược kinh doanh, tái nhận diện thương hiệu có thể giúp bạn truyền tải thông điệp mới đến khách hàng.



Old



New

Netflix

Netflix đã tái nhận diện thương hiệu vào năm 2014, thay đổi logo và giao diện người dùng. Sự thay đổi này đã giúp Netflix hiện đại và trực quan hơn.

< VIEW ALL

NETFLIX



MAD MEN



7 SEASONS 8.5  [VIEW ALL REVIEWS](#) 

A drama about one of New York's most prestigious ad agencies at the beginning of the 1960s, focusing on one of the firm's most mysterious but extremely talented ad executives, Donald Draper.



FOLLOWING FRIENDS

a

tái nhận diện thương hiệu: khi nào và tại sao?

a.5

Khắc phục hình ảnh thương hiệu tiêu cực

a.5. Khắc phục hình ảnh thương hiệu tiêu cực:

Nếu thương hiệu của bạn đã gặp phải khủng hoảng hoặc có hình ảnh tiêu cực, tái nhận diện thương hiệu có thể giúp bạn xây dựng lại uy tín..



Old



New

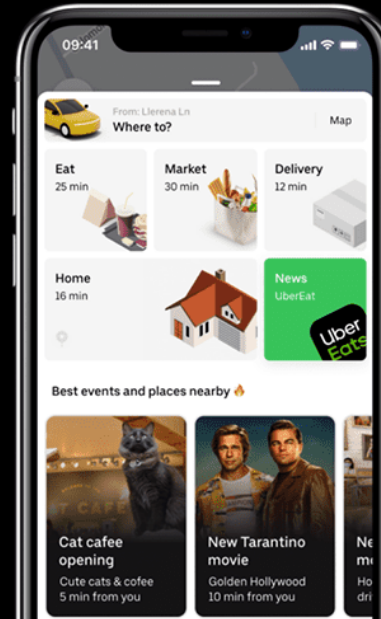
Uber

Uber đã tái nhận diện thương hiệu vào năm 2016, thay đổi logo và ứng dụng di động. Sự thay đổi này đã giúp Uber trở nên đơn giản và dễ sử dụng hơn.

여촌
Yeokchon
驛村

One app →
Many features

Uber



“tái nhận diện thương hiệu

hiệu quả, giúp thương hiệu của bạn trở nên hiện đại, hấp dẫn và thu hút khách hàng mục tiêu.”

b

các bước cần thực hiện để triển khai tái nhận diện thương hiệu hiệu quả

b.1

Nghiên cứu và phân tích

b.1. Nghiên cứu và phân tích:

- Nghiên cứu thị trường, khách hàng và đối thủ cạnh tranh để xác định vị trí thương hiệu của bạn.
- Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của thương hiệu hiện tại.
- Xác định mục tiêu và đối tượng mục tiêu cho việc tái nhận diện thương hiệu.



b

các bước cần thực hiện để triển khai tái nhận diện thương hiệu hiệu quả

b.2

Phát triển chiến lược

b.2. Phát triển chiến lược:

- Phát triển chiến lược tái nhận diện thương hiệu, bao gồm mục tiêu, thông điệp, hình ảnh và các hoạt động truyền thông.
- Xác định ngân sách và thời gian cho việc tái nhận diện thương hiệu.
- Lập kế hoạch chi tiết cho từng hoạt động trong chiến lược tái nhận diện thương hiệu.



b

các bước cần thực hiện để triển khai tái nhận diện thương hiệu hiệu quả

b.3

Thiết kế và phát triển

b.3. Thiết kế và phát triển:

- Thiết kế logo, màu sắc, phông chữ và phong cách tổng thể mới cho thương hiệu.
- Phát triển các tài liệu truyền thông mới, bao gồm website, brochure, catalogue, v.v.
- Cập nhật hình ảnh thương hiệu trên tất cả các kênh truyền thông.



b

các bước cần thực hiện để triển khai tái nhận diện thương hiệu hiệu quả

b.4

Truyền thông và quảng bá

b.4. Truyền thông và quảng bá:

- Truyền thông hiệu quả về hình ảnh thương hiệu mới đến khách hàng và các bên liên quan.
- Quảng bá hình ảnh thương hiệu mới thông qua các kênh truyền thông phù hợp.
- Tổ chức các sự kiện ra mắt thương hiệu mới.



b

các bước cần thực hiện để triển khai tái nhận diện thương hiệu hiệu quả

b.5

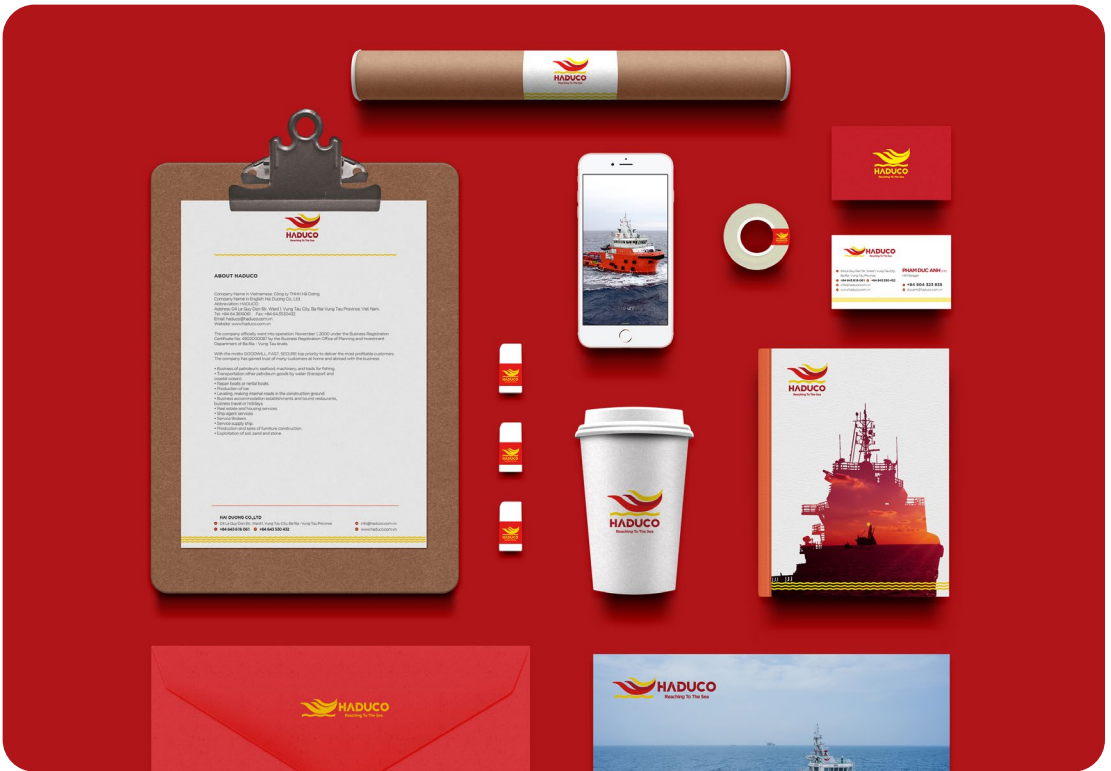
Giám sát và đánh giá

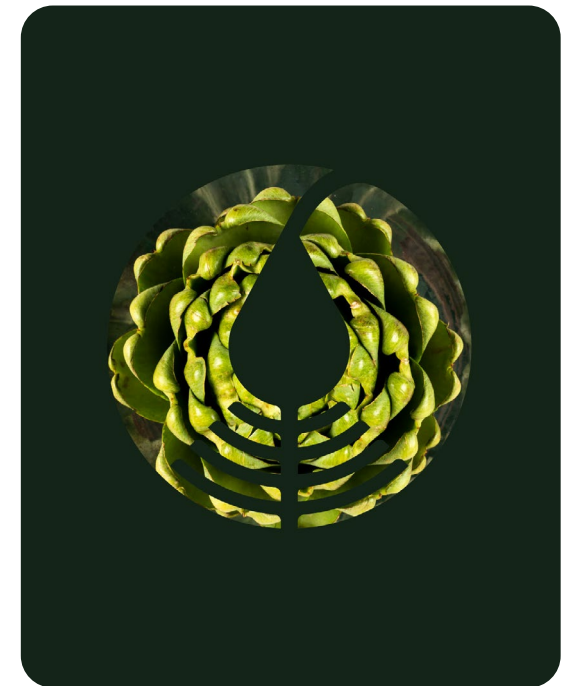
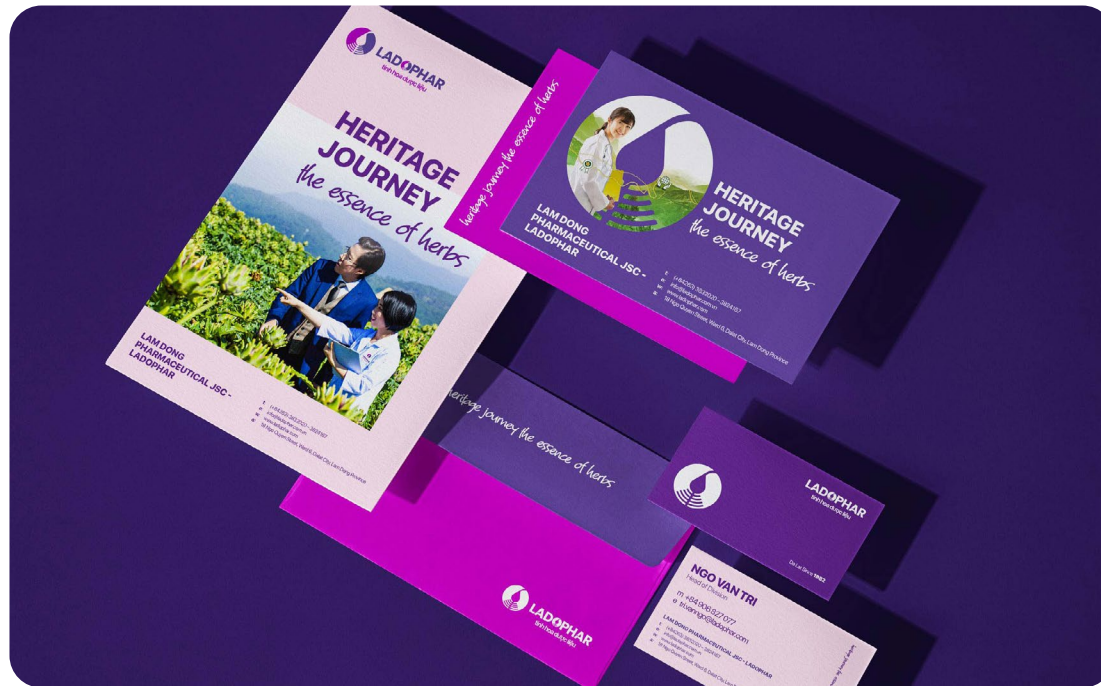
b.5. Giám sát và đánh giá:

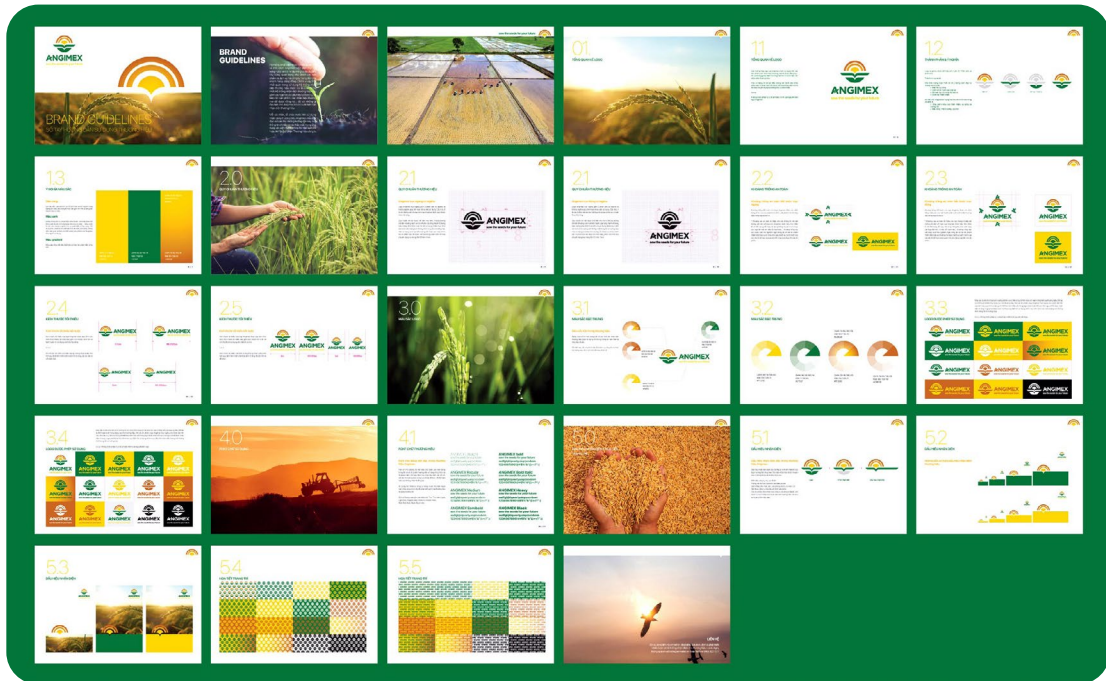
- Giám sát kết quả của việc tái nhận diện thương hiệu để đánh giá hiệu quả.
- Thu thập phản hồi từ khách hàng và các bên liên quan.
- Điều chỉnh chiến lược tái nhận diện thương hiệu



“Nếu thương hiệu của bạn muốn tiếp cận một **phân khúc khách hàng mới**, tái nhận diện thương hiệu có thể giúp bạn”



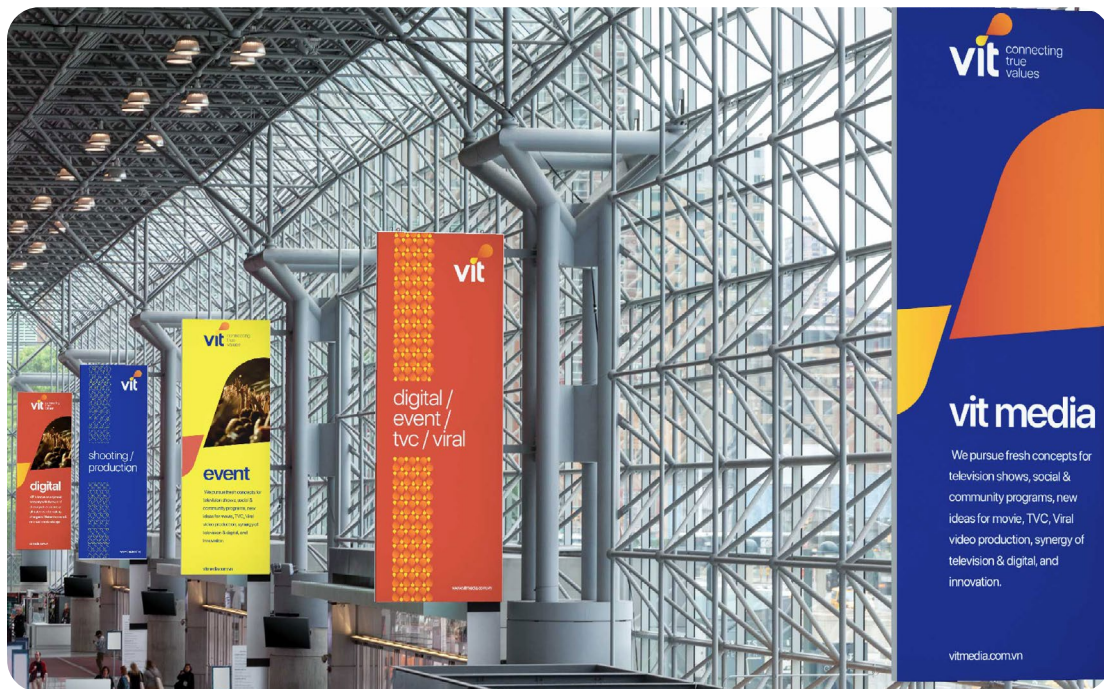
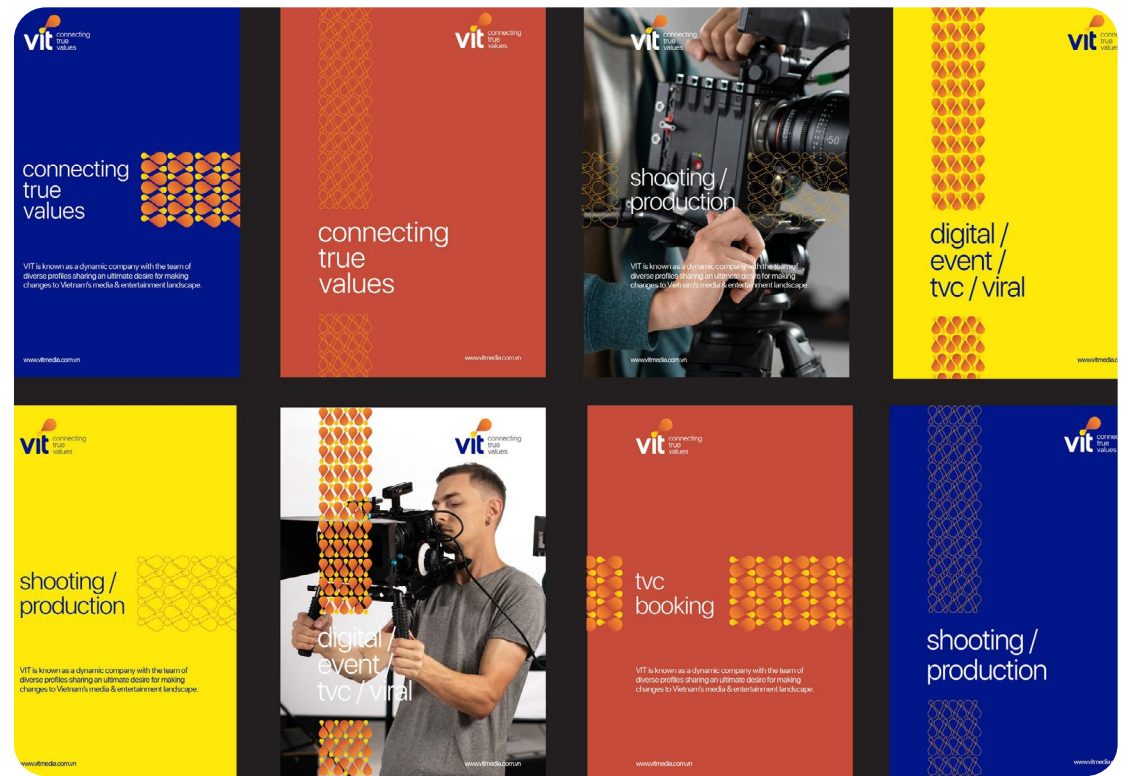


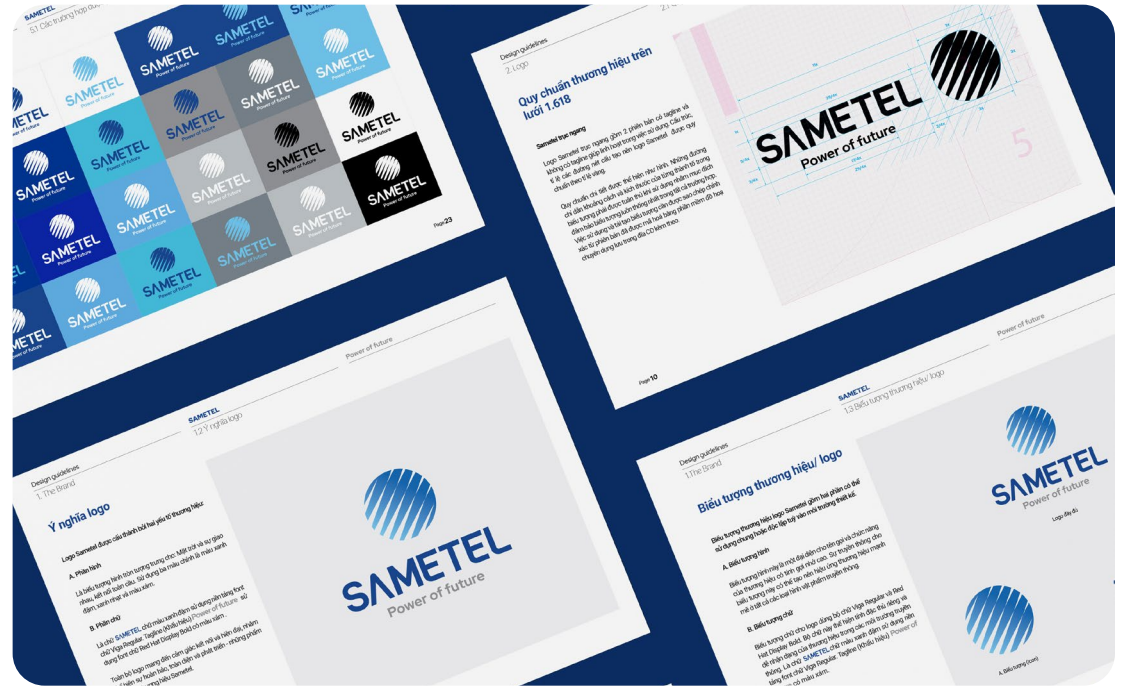




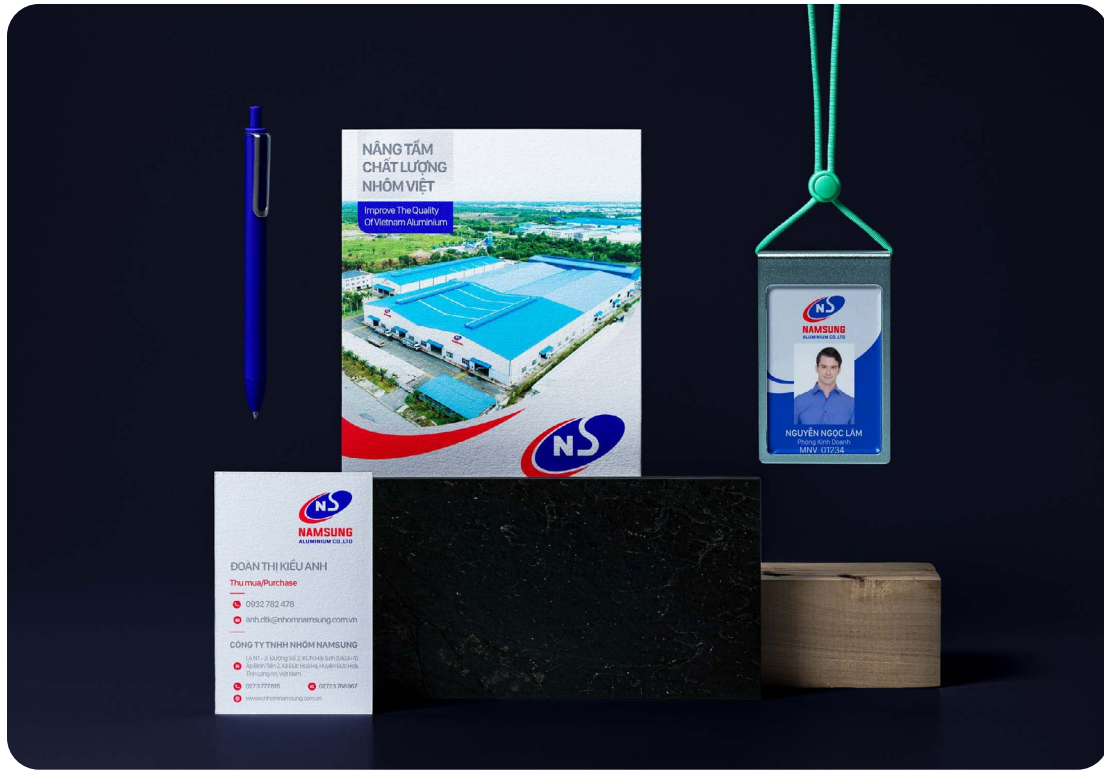


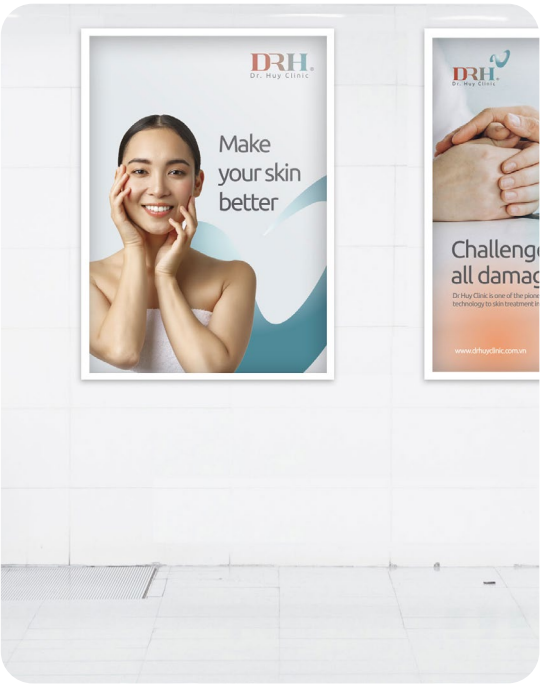


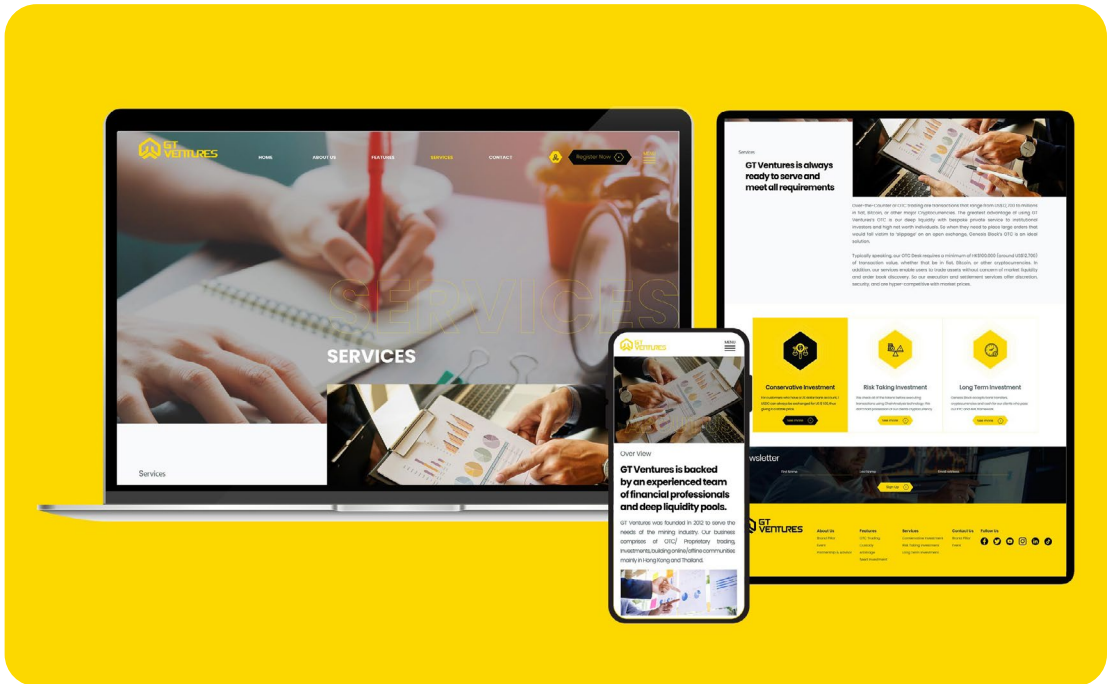
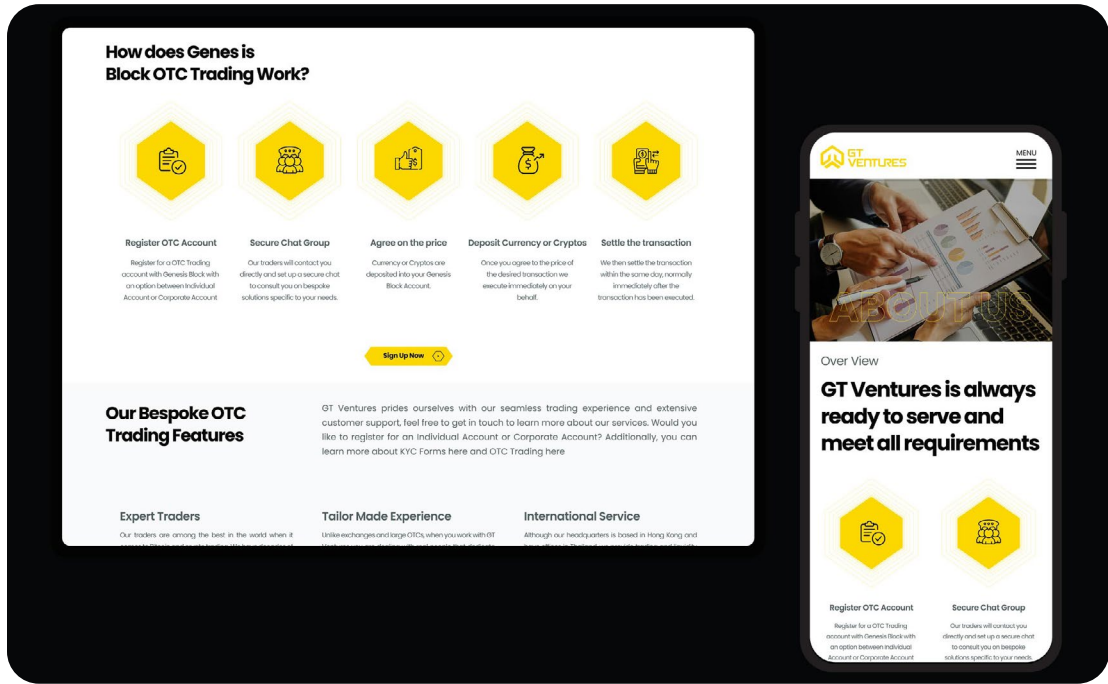
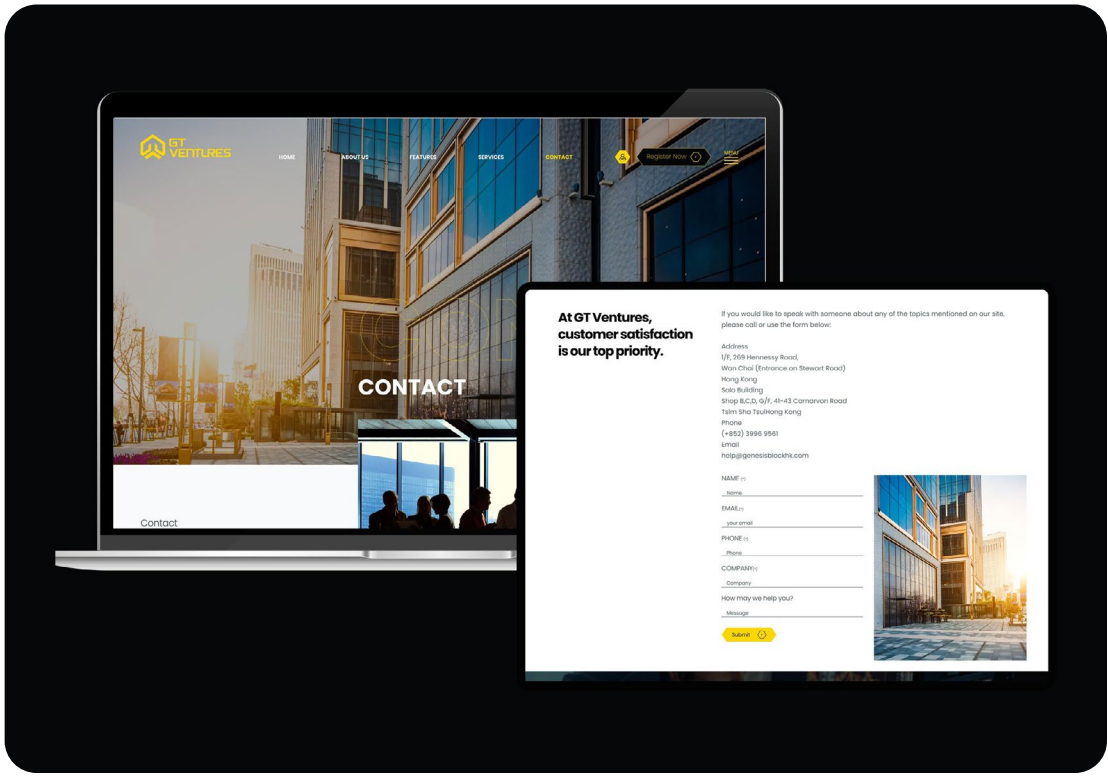
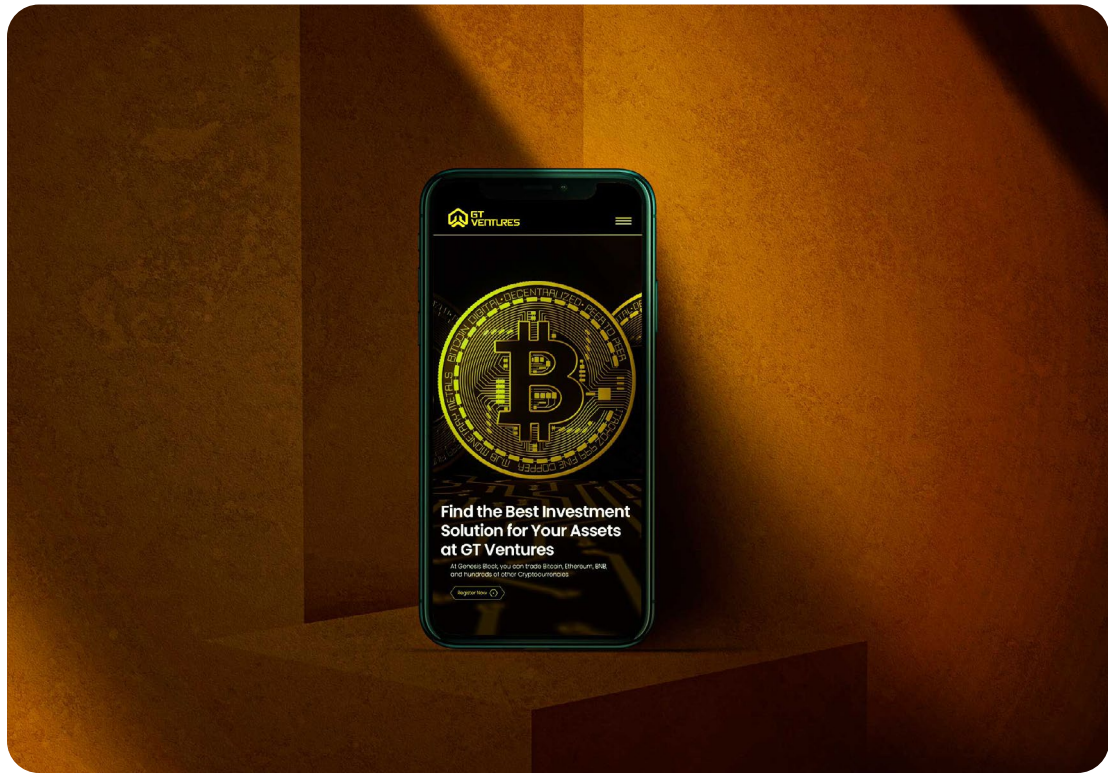


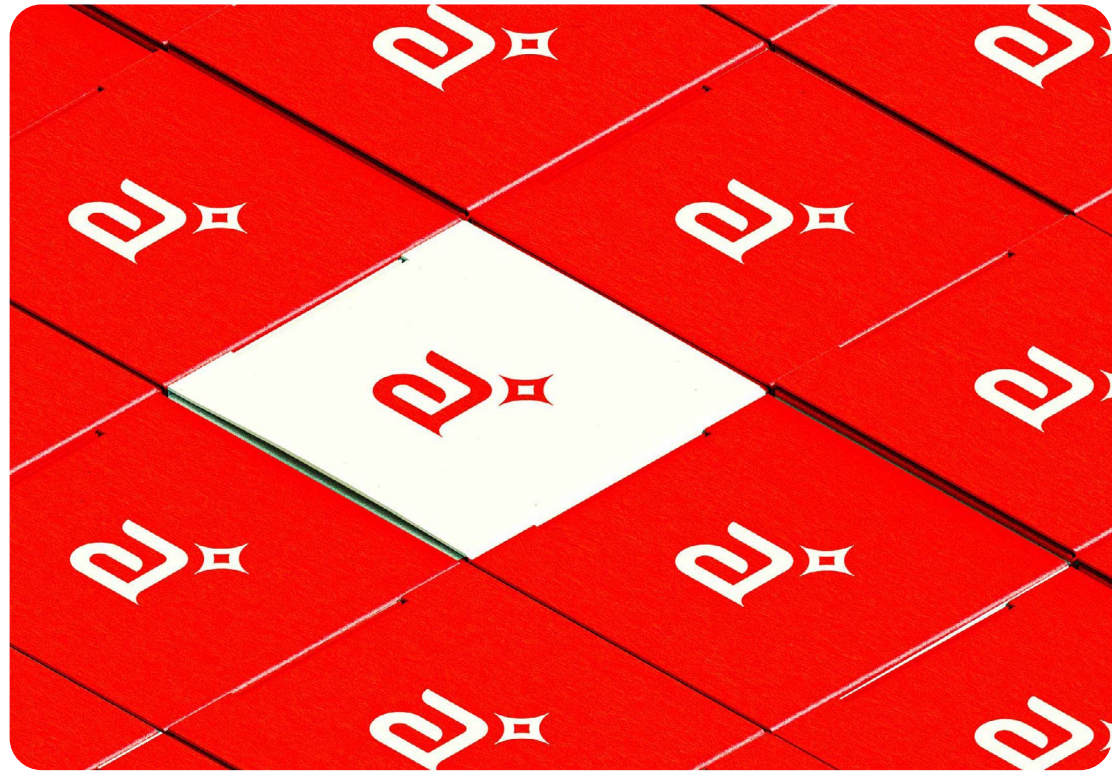




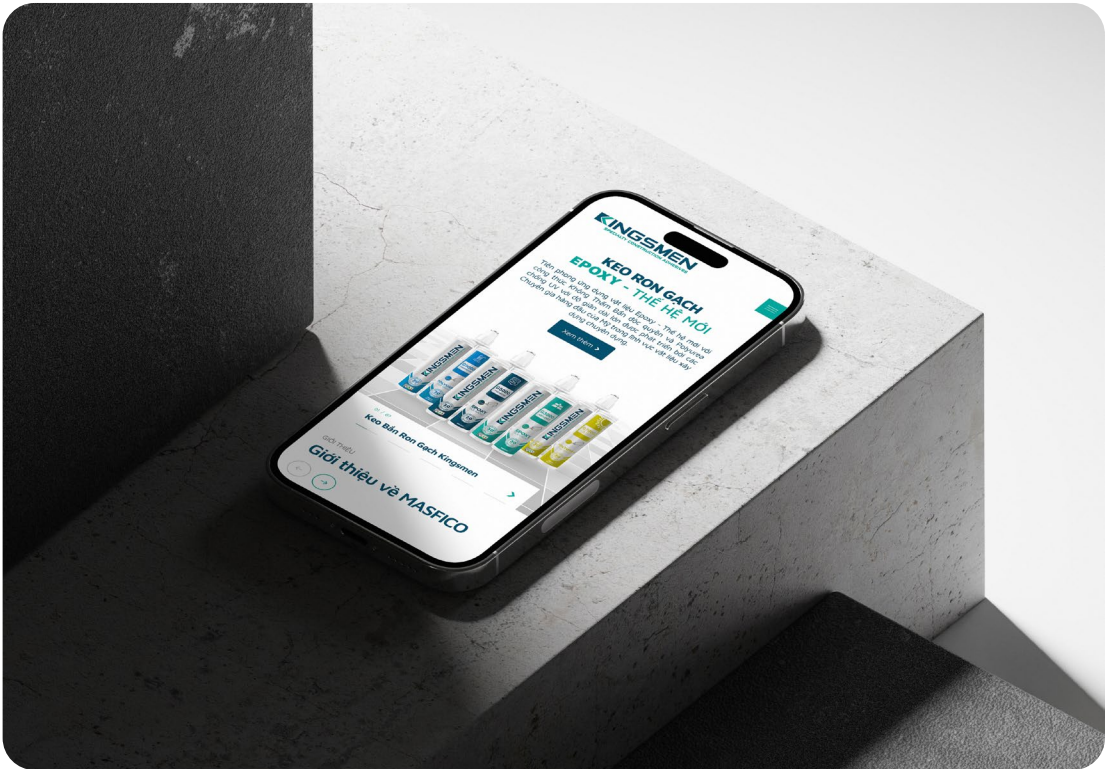
















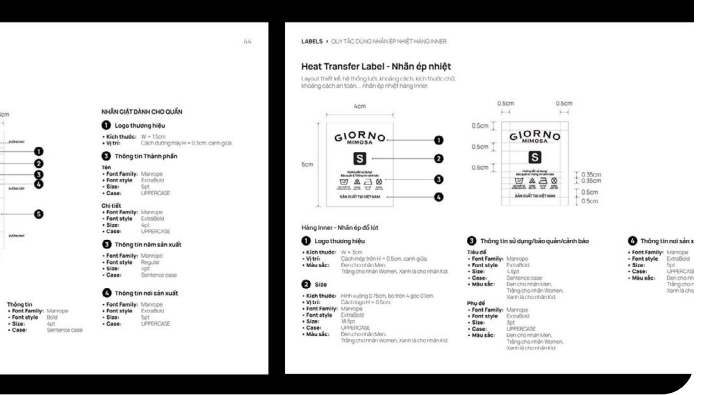
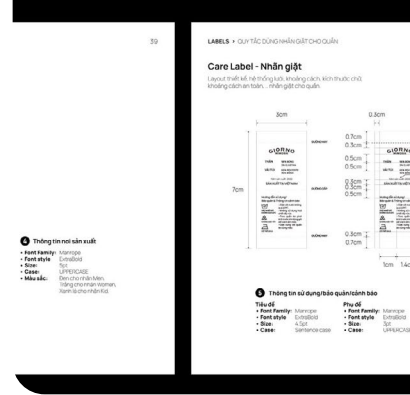
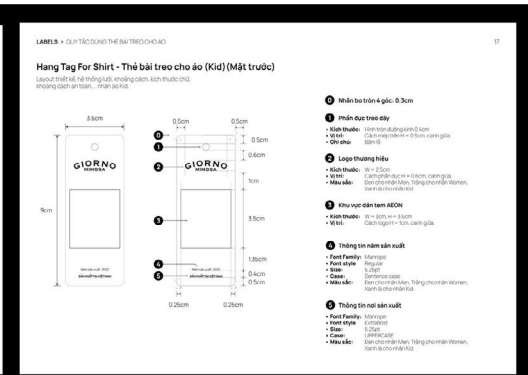
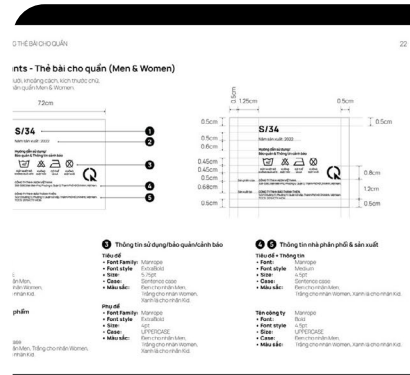




B GROUP
Architecture & Interiors







chọn

hỏi

thần

get in
touch

m

0906 827 077
0974 871 875

e

hello@amwind.vn

w

www.amwind.vn

a

Gold Star Building, 1st & 5th Floor, 86/54 Pho
Quang, Ward 2, Tan Binh, HCMC