Ребрендинг профсоюзной организации



Перезапуск. Как провести ребрендинг профсоюзной организации

Понятие Ребрендинга

Ребрендинг (англ. rebranding) — это стратегия системных изменений в **идеологии бренда и его восприятия**. Она может коснуться как компании в целом, так и отдельного продукта.

Смена названия — корпоративного стиля, легенды и философии бренда, характера коммуникации компании — всё это аспекты целого комплекса мероприятий.



Поводы провести ребрендинг:

- Бренд потерял актуальность.
- Усилилась конкуренция.
- Интерес работников упал, хотя спектр социальных программ не изменился.
- Изменились ключевые принципы работы.
- Сменилось руководство и логика процессов.



Этапы и цели ребрендинга

- возврат интереса аудитории (членов профсоюза);
- расширение функционала;
- расширение целевой аудитории (привлечение новых членов профсоюза);
- отражение ключевых изменений в работе профсоюзной организации



Как только определились с целью, действуйте по плану:

- **1. Анализ**
- Начните с глубокой аналитики самого бренда, его конкурентов и аудитории. Берите в расчёт разные критерии: узнаваемость, лояльность аудитории и её восприятие, специфические характеристики.

- **2. Стратегия**
- Исходя из результатов анализа, выберите элементы, которые нужно изменить, и установите сроки. Стратегия должна отвечать на конкретные вопросы: что, когда и почему поменяется, как бренд профсоюза будет выглядеть в итоге и каким образом о переменах узнает аудитория.
-

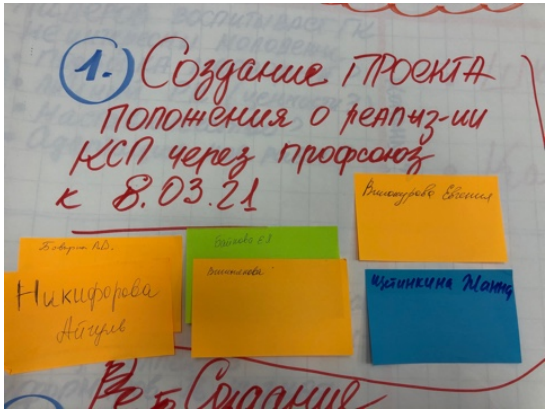


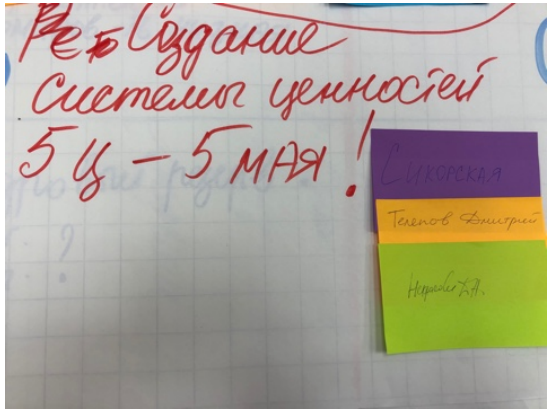
Как только определились с целью, действуйте по плану:

- **3. Внедрение изменений**
- Чаще всего изменения определяют словами «репозиционирование» и «рестайлинг».
- **Репозиционирование** описывает внутреннюю «философию» бренда и его восприятие потребителем. Это, например, коммуникативная стратегия бренда, его отношение к социальным проблемам, лица и рекламная кампания. В совокупности репозиционирование формирует отношение потребителя и его идентификацию с брендом.
- **Рестайлинг** — это смена айдентики (корпоративного стиля) компании и дизайна продукции, исключительно визуальные изменения.

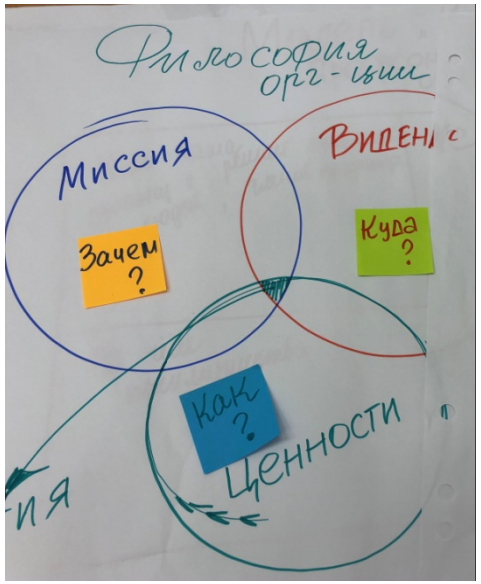
- **4. Сообщение аудитории**
- Обо всех изменениях нужно рассказать аудитории (членам профсоюза). Для этого можно провести рекламную кампанию, опубликовать маркетинговый контент в СМИ и социальных сетях. Сообщение должно соответствовать стилю и сути изменений и транслировать улучшения в работе.

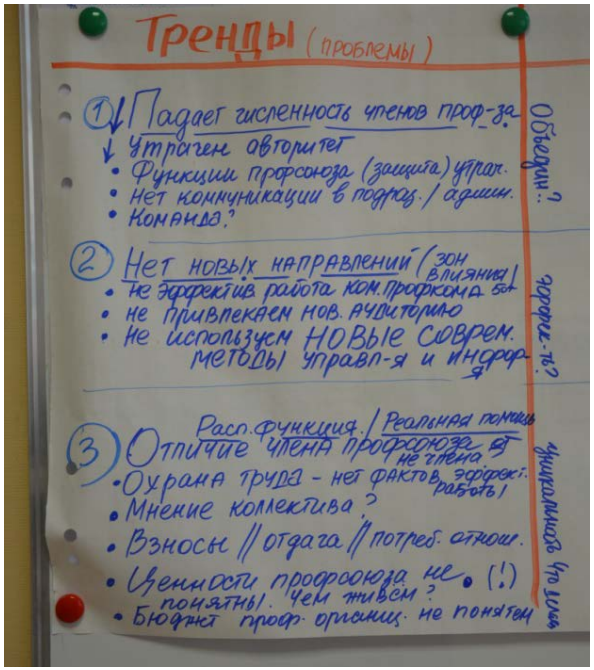
Примеры ребрендинга профсоюза

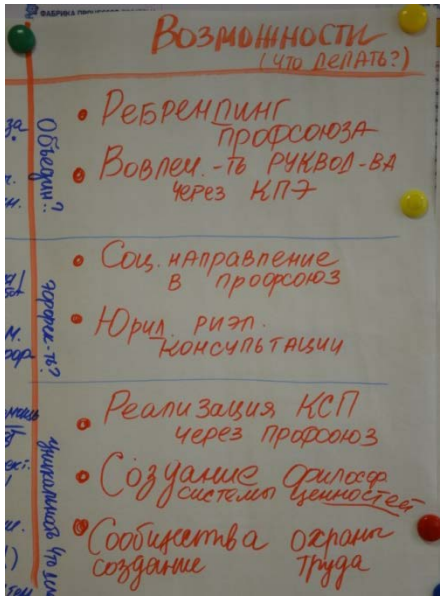












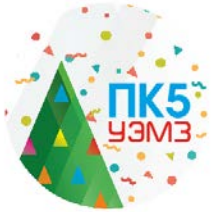
Рестайлинг. Профсоюзный контент













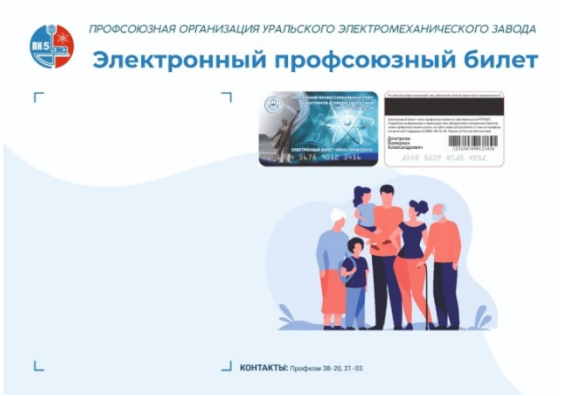








Информационные каналы





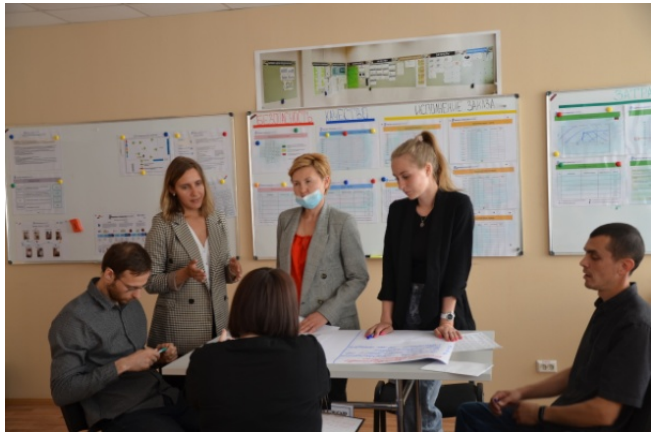




- стенды (рассылка объявлений);
- рассылка презентации с профкома (один раз в неделю);
- газета «Профактивность»,«Сигнал»;
- раздаточный материал (листовки);
- холдеры в столовой;
- Чаты в whatsApp;
- instagram, «В Контакте»

ИНФОРМАЦИЯ В ЕДИНОМ СТИЛЕ

Командная работа по репозиционированию

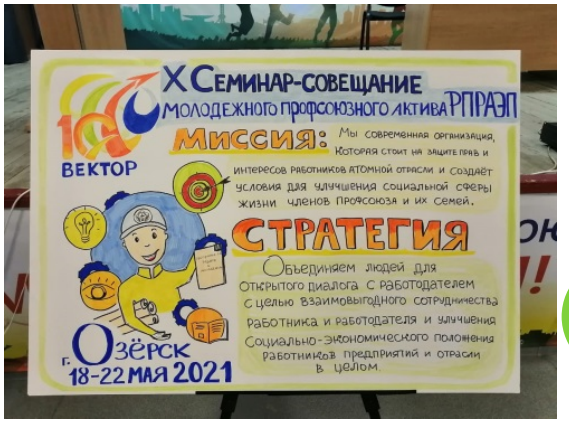












ЦЕННОСТИ ПРОФСОЮЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ







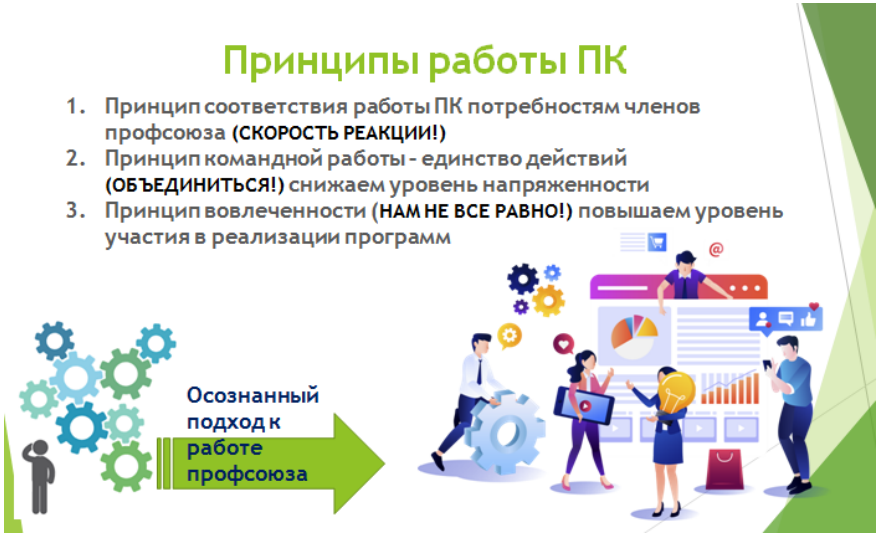
Было - стало

Миссия:

Мы современная организация, которая стоит на защите прав и интересов работников атомной отрасли и создаёт условия для улучшения социальной сферы жизни членов профсоюза и их семей.

Стратегия:

Объединяем людей для открытого диалога с работодателем с целью взаимовыгодного сотрудничества, улучшения социально-экономического положения работников предприятий, расширения сферы влияния профсоюзных организаций в отрасли



Типичные ошибки



- **Индивидуальный анализ бренда и выводы, не подкреплённые данными**, перед началом ребрендинга. Лучше обратиться за помощью к команде.
- **Не завершенный процесс ребрендинга**.
- **Неудачный момент или временные рамки кампании.** Стремительные изменения в позиционировании аудитория может встретить негативно.
- **Коммуникативный провал.** Ребрендинг проходит «в тишине». Работники должны узнать о переменах.

Рекомендации



- **1**
- Определите цель и стратегию ребрендинга. Выберите для перемен наиболее удачный момент.
- **2**
- Продумайте, в чём будет выражаться репозиционирование — смена философии и миссии бренда, как выглядеть рестайлинг — смена визуального стиля. Возможно, стоит реализовать что-то одно.
- **3**
- Будьте в курсе трендов и готовьтесь учитывать их. Не допускайте ребрендинга «в тишине», используйте актуальные инструменты и каналы.
- **4**
- Эмоции работника после ребрендинга важны не меньше, чем его первое впечатление.

КОНТАКТЫ

ПРОФСОЮЗ УЭМЗ

Контакт WhatsApp

PROF.PK5

vk.com/pouemzpk5



ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ УЭМЗ

WhatsApp

Телефон горячей линии

+7 99 20 10 20 15

Если Вам нужна помощь или консультация, у Вас есть предложения или замечания по работе профкома Вы можете обратиться в рабочее время к Председателю профсоюзного комитета Дмитрию Викторовичу Лежнину по тел. 38-20, или отправить сообщение на WhatsApp Профсоюзной организации, в удобное для Вас время, телефон **+7 992 010 20 15.**

(звонки и интернет трафик тарифицируются согласно Вашему тарифу)

