Rebranding: Menghindari Kesalahan dalam Prosesnya

Description

Rebranding adalah langkah strategis yang penting bagi banyak perusahaan untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berubah. Namun, proses ini tidaklah mudah dan sering kali penuh dengan tantangan yang bisa berdampak negatif jika tidak dilakukan dengan tepat. Kesalahan dalam rebranding biasanya terjadi karena kurangnya riset pasar yang mendalam atau ketidakpahaman terhadap brand values yang mendasari identitas perusahaan. Hal ini bisa mengakibatkan hilangnya pelanggan, penurunan brand equity, hingga menurunnya pangsa pasar.

Artikel ini akan membahas beberapa kesalahan umum dalam rebranding yang harus dihindari. Anda akan memahami pentingnya mempertimbangkan aspek hukum, mengukur dampak perubahan brand identity, serta menjaga konsistensi dengan brand values yang telah ada. Dengan mengetahui potensi kesalahan ini, perusahaan dapat menyusun strategi rebranding yang lebih efektif dan meminimalkan risiko.

Creativeans Pte Ltd. All Rights Reserved | info@creativeans.com

1. Mengabaikan Aspek Hukum dan Perlindungan Brand

Proses rebranding sering kali melibatkan perubahan besar pada elemen-elemen visual dan identitas brand secara keseluruhan. Namun, salah satu kesalahan yang sering dilakukan adalah mengabaikan pentingnya aspek hukum dan perlindungan brand, terutama terkait trademark.

Pentingnya Perlindungan Brand Secara Hukum

Brand merupakan aset penting yang membedakan perusahaan dari kompetitor. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya harus fokus pada inovasi produk, tetapi juga pada perlindungan brand secara hukum agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Perlindungan hukum, seperti pendaftaran trademark, memberikan hak eksklusif kepada perusahaan untuk mengelola hak ekonomi dari brand mereka.

Langkah-Langkah untuk Memastikan Kepatuhan Hukum

Agar proses rebranding berjalan aman, perusahaan harus:

- Mendaftarkan brand baru melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).
- Memastikan perlindungan brand selama 10 tahun dengan opsi perpanjangan.

Creativeans Pte Ltd. All Rights Reserved | info@creativeans.com

- Mengajukan perpanjangan sebelum masa berlaku habis dan memastikan bahwa brand tersebut tetap aktif digunakan.

Melakukan riset menyeluruh untuk memastikan bahwa brand baru tidak melanggar hak pihak lain sangatlah penting. Jika tidak, perusahaan berisiko menghadapi tuntutan hukum yang dapat merugikan secara finansial dan merusak brand reputation.

2. Tidak Mengukur Dampak Rebranding

Banyak perusahaan melakukan rebranding tanpa memantau dampaknya terhadap target audience. Padahal, evaluasi secara berkala sangat penting untuk memastikan bahwa perubahan brand berhasil mencapai tujuannya.

Menetapkan KPI untuk Mengukur Keberhasilan

Langkah pertama dalam mengukur kesuksesan rebranding adalah menetapkan Key Performance Indicators (KPI). KPI ini membantu perusahaan mengevaluasi efektivitas kampanye branding dan mengukur sejauh mana tujuan rebranding tercapai. Beberapa KPI yang bisa digunakan meliputi:

- Peningkatan brand awareness.
- Tingkat keterlibatan pelanggan (engagement).
- Peningkatan penjualan pasca rebranding.
- Perubahan persepsi pelanggan terhadap brand.

Dengan menetapkan KPI yang jelas, perusahaan dapat lebih mudah mengevaluasi strategi rebranding dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

Alat untuk Memantau Kinerja Rebranding

Beberapa alat yang dapat membantu perusahaan memantau dan mengukur dampak rebranding adalah:

- **CoverageBook:** Alat ini membantu mengukur dampak digital dari kampanye branding, termasuk jumlah tayangan, interaksi, dan pendapatan.
- **Meltwater:** Platform ini melacak engagement dan sentimen dari kampanye brand di media sosial serta situs web, dan memberikan rekomendasi perbaikan.
- **Ripple10:** Alat ini memantau brand secara real-time, membantu perusahaan memahami bagaimana brand mereka dibicarakan di media sosial dan forum online.

3. Mengabaikan Konsistensi dengan Brand Values

Creativeans Pte Ltd. All Rights Reserved | info@creativeans.com

Salah satu kesalahan paling umum dalam rebranding adalah mengabaikan konsistensi dengan brand values yang telah ada. Konsumen yang sudah terbiasa dengan brand lama dapat merasa bingung atau kehilangan kepercayaan jika rebranding dilakukan secara drastis tanpa mempertahankan esensi asli brand.

Menjaga Keseimbangan antara Pembaruan dan Konsistensi

Meskipun pembaruan brand identity penting untuk tetap relevan di pasar, perusahaan harus berhati-hati agar tidak meninggalkan brand values yang telah dikenal oleh pelanggan. Konsistensi adalah kunci dalam membangun brand loyalty. Oleh karena itu, semua elemen dalam rebranding—mulai dari logo, desain visual, hingga pesan yang disampaikan—harus tetap mencerminkan nilai-nilai inti dari brand.

4. Melupakan Keterlibatan Pelanggan

Kesalahan lain yang sering terjadi adalah tidak melibatkan pelanggan dalam proses rebranding. Ketika perusahaan gagal memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, rebranding bisa jadi tidak sesuai dengan ekspektasi mereka, yang pada akhirnya dapat merugikan brand.

Mendengarkan Umpan Balik Pelanggan

Melibatkan pelanggan dalam proses rebranding, seperti melalui survei atau focus group, dapat memberikan insight yang sangat berharga. Dengan cara ini, perusahaan dapat memahami persepsi pelanggan terhadap brand dan menemukan area yang perlu diperbaiki. Pelanggan yang merasa didengarkan cenderung menerima perubahan brand dengan lebih positif.

Creativeans Pte Ltd. All Rights Reserved | info@creativeans.com