

FAQ – relaunch marki

Glosariusz

W ramach relaunchu naszej marki mogą pojawić się pojęcia, które być może nie są jeszcze znane. W niniejszym glosariuszu wyjaśniamy wybrane terminy oraz ich znaczenie.

Corporate design

Spójny system identyfikacji wizualnej firmy. Obejmuje on logo, kolorystykę, czcionki, materiały graficzne oraz wytyczne dotyczące projektowania. Celem jest, aby marka Reico była zawsze jednoznacznie rozpoznawalna – zarówno na opakowaniach, ulotkach, jak i w Internecie.

Relaunch marki

Relaunch oznacza kompleksowe odświeżenie marki. Polega on na modernizacji elementów wizerunku zewnętrznego – takich jak logo, kolorystyka, czcionki czy opakowania – bez zmiany wartości marki ani jakości oferowanych produktów.

Marka

Marka to wszystko to, co sprawia, że Reico jest widoczne i odczuwalne na zewnątrz – czyli nazwa, logo, kolorystyka, styl oraz sposób komunikacji z klientami. Marka przekazuje, jakie wartości reprezentuje Reico.

Podręcznik marki

Dokument, w którym precyzyjnie opisano zasady stosowania marki – w tym dozwolone wersje logo, kolory, czcionki oraz materiały graficzne. Podręcznik marki pomaga zapewnić wszędzie spójny i jednolity wizerunek Reico.

Projekt opakowań

Wygląd opakowania produktu – obejmujący kolory, formy, etykiety, grafiki oraz treści umieszczone na opakowaniu. Ma on istotny wpływ na to, jak produkt jest postrzegany pod względem jakości i atrakcyjności.

Czcionka/typografia

Rodzaj liter (np. czcionka, wielkość, odstępy). Spójna typografia sprawia, że teksty są bardziej czytelne i tworzy charakterystyczny, rozpoznawalny styl komunikacji.

Informacje ogólne

Co oznacza „relaunch marki” w Reico?

Relaunch, czyli odświeżenie marki oznacza, że Reico całościowo modernizuje swój wizerunek. Obejmuje to nowe logo, świeżą kolorystykę, zmienione opakowania oraz zaktualizowany corporate design. Celem jest zaprezentowanie marki w sposób bardziej nowoczesny, przejrzysty i emocjonalny – bez utraty naszych wartości i tradycji.

Dlaczego Reico przeprowadza relaunch marki?

Reico nieustannie się rozwija – zarówno w Niemczech, jak i na rynkach międzynarodowych. Aby również wizualnie oddać naszą jakość, naturalność i wyjątkowość, modernizujemy

FAQ – relaunch marki

nasz wizerunek. Ponadto w ostatnich latach wielu konkurentów upodobniło się do nas, przez co z perspektywy klientów rozróżnienie marek stało się coraz trudniejsze. Relaunch wzmacnia markę, zwiększa rozpoznawalność i wspiera partnerki oraz partnerów handlowych w komunikacji z klientami.

Kiedy zostanie wprowadzony nowy wizerunek marki?

Oficjalna data startu to 7 marca 2026 r. Od tego momentu rozpocznie się faza przejściowa, która potrwa przez cały rok 2026.

Co konkretnie zostanie zmienione 7 marca?

Na początek w nowym designie dostępne będą następujące elementy:

- sklep internetowy oraz portal
- katalog we wszystkich wersjach językowych
- pakiet startowy dla nowych partnerek i partnerów handlowych
- zaproszenia na uroczysty posiłek dla zwierząt i ludzi
- materiały informacyjne do komunikacji z klientami
- artykuły merchandisingowe, takie jak odzież i akcesoria
- (Nowość) MAXiDOG Cura Algi
- (Nowość) MAXiDOG Pura Jagnięcina
- (Nowość) MAXiDOG Racice jagnięce
- (Nowość) Pasta do zębów

Kiedy klienci zostaną poinformowani?

Nasi klienci również będą mogli zapoznać się z nowym wizerunkiem marki od 7 marca 2026 r. Sklep internetowy został już dostosowany do nowego designu. Na stronie internetowej znajduje się także tekst wyjaśniający wprowadzone zmiany. Dodatkowo do każdej przesyłki dołączana będzie ulotka informacyjna, która porusza temat relaunchu i w przystępny sposób go objaśnia.

Logo i design

Co zmienia się w logo?

Nowe logo Reico będzie bardziej nowoczesne, przejrzyste i czytelniejsze. Jednocześnie pozostanie silnie zakorzenione w naszych wartościach. Dotychczasowe logo partnerskie zostaje wycofane. Stosowanie jednego, spójnego logo zwiększa rozpoznawalność marki i zapewnia jednolity wizerunek zewnętrzny. Równocześnie ułatwia to partnerom promowanie marki Reico. Zasady korzystania z nowego logo zostały opisane w nowych wytycznych.

Jakie kolory i czcionki będą stosowane w przyszłości?

Reico otrzyma nową paletę kolorystyczną, podkreślającą naturalność i witalność. Szczegółowe informacje dotyczące kolorów i typografii zostaną udostępnione w nowym podręczniku marki (Brand Guide).

Gdzie mogę znaleźć nowe logo i wytyczne dotyczące projektowania?

Wszystkie materiały będą dostępne do pobrania na portalu partnerskim. Znajdziesz tam

FAQ – relaunch marki

logo w różnych formatach, szablony prezentacji, materiały do mediów społecznościowych oraz pliki do druku.

Nazwy marek

Czy wszystkie produkty zachowają dotychczasowe nazwy?

Nie. W ramach relaunchu podjęliśmy świadomą decyzję o uproszczeniu i uporządkowaniu architektury naszej marki, tak aby była bardziej przejrzysta i zrozumiała.

Aby maksymalnie ułatwić korzystanie zarówno partnerom, jak i klientom, po wpisaniu dotychczasowej nazwy produktu w sklepie nadal będzie wyświetlany właściwy produkt.

Produkty i opakowania

Czy same produkty ulegną zmianie?

Nie. Nasza sprawdzona jakość pozostaje bez zmian! W ramach nowego projektu opakowań mogą jednak zostać wprowadzone drobne korekty w deklaracjach. O wszelkich takich zmianach będziemy informować w sposób przejrzysty w odrębnej komunikacji. Celem nowego designu opakowań jest jeszcze większa czytelność, wyższa jakość wizualna oraz atrakcyjniejszy wygląd.

Jak rozpoznam różnicę między starymi a nowymi opakowaniami?

Nowe opakowania wyróżniają się nowym logo Reico oraz świeżą, harmonijną koncepcją kolorystyczną. Dodatkowo nazwy produktów i informacje o składzie będą przedstawione w bardziej przejrzysty sposób.

Jak długo będą jeszcze stosowane stare opakowania?

Proces zmiany będzie rozłożony na cały rok 2026. Wynika to m.in. z bardzo złożonych procedur związanych ze zmianą opakowań. Świadomie zrezygnowaliśmy z utylizacji dotychczasowych materiałów wyłącznie po to, aby szybciej wprowadzić nowy design. W tym zakresie zdecydowaliśmy się na rozwiązanie bardziej zrównoważone i przyjazne środowisku.

Czy nie powstanie chaos, jeśli stare i nowe opakowania będą używane równolegle?

Temat jest rzeczywiście bardzo złożony, dlatego będziemy na bieżąco i w sposób przejrzysty informować naszych klientów.

- Nasi pracownicy działu wsparcia zwracają uwagę na wprowadzaną zmianę podczas rozmów telefonicznych.
- Do każdej przesyłki dołączona będzie ulotka wyjaśniająca tło zmian oraz powody, dla których opakowania mogą się różnić.
- W sklepie internetowym prezentowane będą nowe opakowania, a w opisie produktu znajdzie się informacja, że proces wymiany opakowań może potrwać.

Mój klient chce zareklamować przesyłkę, ponieważ produkt wygląda na przestarzały.

Produkty w dotychczasowych opakowaniach nie są przestarzałe. W przypadku niektórych grup produktów (np. worki z suchą karmą) nadal stosowane są dotychczasowe opakowania. Różnica dotyczy wyłącznie designu opakowania, a nie samego produktu. W

FAQ – relaunch marki

takim przypadku reklamacja nie może zostać uwzględniona. Prosimy o bezpośrednie wyjaśnienie tej kwestii klientkom i klientom – najlepiej już przed wysyłką poinformować, że opakowania mogą się różnić.

Komunikacja i sprzedaż

Jak mogę wyjaśnić relaunch moim klientom?

Udostępniamy materiały wspierające komunikację – w tym teksty, grafiki i inne elementy. Dzięki nim łatwo wyjaśnić klientom, że Reico pojawia się w nowym wyglądzie, ale jakość i filozofia marki pozostają bez zmian.

Co stanie się z dotychczasowymi materiałami reklamowymi (ulotki, banery itp.)?

Takie materiały mogą być nadal wykorzystywane w okresie przejściowym. Po jego zakończeniu zalecamy stopniową wymianę na materiały w nowym designie. Dokładny harmonogram fazy przejściowej znajduje się w naszych wytycznych.

Mam nowe stoisko targowe, które właśnie zostało wyprodukowane – jak długo mogę z niego jeszcze korzystać?

Celowo informowaliśmy z wyprzedzeniem, że większe inwestycje warto realizować dopiero po wydarzeniu. Zgodnie z naszymi wytycznymi, stoisko w starym designie może być używane do 31 marca 2027 r.

Chcę nadal używać wcześniejszych grafik do mediów społecznościowych. Dlaczego nie są już dostępne w zakładce z plikami do pobrania?

Zależy nam na jak najszybszym pełnym wdrożeniu nowego designu w działaniach reklamowych. Stare szablony nie spełniają już wymagań nowoczesnego wizerunku marki.

Moja strona internetowa była zawsze dostosowywana do designu Reico – kto pomoże mi szybko wdrożyć zmiany?

Dzięki naszym szablonom i propozycjom można łatwo zastosować nowy design oraz wybrane grafiki. Należy jednak pamiętać, że stosowanie logo Reico podlega szczególnym wytycznym, których należy ściśle przestrzegać.

Na przykład, pod logo Reico nie można oferować innych produktów ani usług. Wszystkie pozostałe zasady można znaleźć w wytycznych oraz w naszym podręczniku marki.

Dodatkowe informacje

Do kogo mogę się zwrócić w razie pytań?

Oferujemy wiele materiałów informacyjnych, w tym niniejsze FAQ. Dodatkowe pytania można kierować na adres marketing@reico-vital.de.