بازار

«افزایش سن بازنشستگی» در نوبت بررسی شورای نگهبان

سخنگوی شورای نگهبان گفته که هنوز نوبت به بررسی مصوبه افزایش سن بازنشستگی در شورای نگهبان نرسیده است.به گزارش ایسنا، طحان نظیف درباره مصوبه افزایش سن بازنشستگی گفت: درباره فرایند تصویب آن باید از نمایندگان مجلس پرسش شود اما درباره سرنوشت آن در شورای نگهبان باید بگویم که هنوز نوبت به بررسی این مصوبه در شورای نگهبان نرسیده است. این اطمینان را می‌دهم که هم بررسی دقیقی در صحن شورای نگهبان در این زمینه خواهیم داشت و هم اینکه به‌محض تعیین تکلیف موضوع، حتماً اطلاع‌رسانی لازم را انجام خواهیم داد.

پیشنهاد اختصاص ۵۰ همت برای همسان‌سازی حقوق بازنشستگان

روز گذشته و در جریان بررسی کلیات بودجه سال آینده، رئیس مجلس خواستار پذیرش منابع همسان‌سازی حقوق بازنشستگان در لایحه بودجه سال آتی از سوی رئیس سازمان برنامه و بودجه شد. به گزارش همدلی، محمدباقر قالیباف خطاب به سازمان برنامه و بودجه بیان کرد: انتظار داریم در بحث همسان‌سازی حقوق بازنشستگان به صورت شفاف توضیح دهید. هم اکنون به صورت کتبی به شورای نگهبان نامه زدید که در برنامه هفتم توسعه، همسان‌سازی بازنشستگان مشمول بار مالی بوده و این مشکل ایجاد می‌کند. باید روشن باشد که آیا دولت این موضوع را می‌پذیرد و اجرایی می‌کند؟
در نهایت «داوود منظور» رئیس سازمان برنامه و بودجه در پاسخ به تذکر رئیس مجلس تاکید کرد که به صورت کتبی ۵۰ همت برای همسان‌سازی حقوق بازنشستگان در لایحه بودجه سال آینده را می‌پذیریم.

رقم یارانه در سال آینده تغییر نمی‌کند

سخنگوی ستاد هدفمندی یارانه از واریز یارانه کمک معیشتی آذرماه به حساب سرپرستان خانوار خبر داد. به گزارش همدلی، حسینی با بیان اینکه برنامه‌ای برای افزایش یارانه نداریم، گفت: سرپرستان خانواری که تسهیلات اعزام به عتبات عالیات را دریافت کرده‌اند اقساط این تسهیلات به نسبت بعد خانوار از حساب ایشان کسر خواهد شد.

واردات لوازم برقی و گازسوز خانگی آزاد شد

معاون اول رئیس‌جمهور در بخشنامه‌ای مصوبه هیأت وزیران در زمینه صدور مجوز واردات لوازم و تجهیزات برقی و گازسوز (لوازم خانگی) با استاندارد و برچسب انرژی با دو رتبه برتر انرژی را ابلاغ کرد.
به گزارش همدلی، در بخشنامه مخبر آمده است: واردات لوازم و تجهیزات برقی و گازسوز مشمول مقررات اجرای اجباری استاندارد معیار مصرف و برچسب انرژی فقط با دو رتبه برتر انرژی و براساس آخرین ویرایش استاندارد ملی معیار مصرف انرژی تجهیزات انرژی‌بر برقی خانگی و گازسوز مشمول مقررات اجرای اجباری مجاز بوده و باید از واردات تجهیزات مذکور با رتبه‌های انرژی پایین‌تر جلوگیری به عمل آید.

برنج مرغوب ایرانی بین ۶۰ تا ۱۶۰هزار تومان است

اقتصادآنلاین روز گذشته در گزارشی به بررسی قیمت برنج ایرانی موجود در بازار با برندهای مختلف پرداخت.طبق این گزارش، قیمت برنج هاشمی درجه یک معطر از برند آستانه اشرفیه طایفه کیلویی ۱۴۸هزار تومان و برنج صدری هاشمی آقاجانیان هر کیلو ۱۴۹هزار و ۹۰۰ تومان است. قیمت برنج دودی سنتی آقاجانیان در کیسه ۵ کیلوگرمی ۸۰۰هزار تومان یا به عبارتی هر کیلو ۱۶۰هزار تومان است.
در این گزارش، ارزان‌ترین برنج ایرانی مرغوب، نیم‌دانه طارم گلستان برابر با هر کیلو ۶۰هزار تومان عنوان شده است.

نفت ایران با چای سریلانکا تهاتر می‌شود

مدیرعامل انجمن تخصصی محصول چای ایران گفت: بعد از یک وقفه در واردات چای، ثبت سفارش این محصول آغاز شده و چای سیلان سریلانکا با طلب نفتی که از این کشور داریم، تهاتر می‌شود.
احمدرضا بخشی در گفت‌وگو با تسنیم با بیان اینکه واردات چای سالانه بین ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون دلار نیاز دارد، اظهار داشت: با توجه به توقف مقطعی واردات چای، اکنون با افزایش قیمت این محصول در بازار مواجه هستیم.وی با اعلام اینکه امکان ثبت سفارش چای سریلانکا وجود دارد، افزود: وزارت جهاد کشاورزی دوباره شرایط واردات چای به کشور را فراهم کرده و تهاتر چای سیلان سریلانکا با طلب نفتی آغاز شده و امکان ثبت سفارش از سریلانکا و هند فراهم است.

۱۳۴ فروند هواپیما زمین‌گیر شده است

مدیرعامل سازمان هواپیمایی کشور گفت: در حال حاضر ۱۳۴ فروند هواپیما بیش از دو سال زمین‌گیر هستند.به گزارش همدلی، محمد محمدی‌بخش گفت: در کشور شرکت‌هایی وجود دارند که می‌توانند نیازهای مصرفی و اقلام مورد نیاز صنعت هوایی را تأمین کنند اما در حال حاضر ۱۳۴ فروند هواپیما بیش از دو سال زمین‌گیر هستند.

هزینه‌های مسکن ۴۰درصد از درآمدهای ایرانیان را می‌بلعد

درآمدها در بند مسکن

همدلی| به گزارش اکوایران، گزارش اخیر مرکز آمار نشان می‌دهد متوسط درآمد هر خانوار شهری (به طور متوسط ۳,۱ نفره) در سال گذشته به حدود ۱۶۷ میلیون تومان رسیده که ۱۳۷ میلیون تومان آن صرف پرداخت هزینه‌ها می‌شود.
آمارها نشان می‌دهد؛ بیشترین سهم هزینه خانوارهای شهری صرف تامین مسکن (به طور دقیق مسکن، آب، فاضلاب، سوخت و روشنایی) می‌شود، طوری‌که هر خانوار شهری در سال ۱۴۰۱ به طور میانگین معادل ۳۸,۱درصد از هزینه‌های خود را به مسکن اختصاص داده است.
به بیان دیگر در سال ۱۴۰۱ هر خانوار شهری به طور میانگین ۵۲,۲ میلیون تومان را صرف هزینه‌های مسکن کرده که در مقایسه با سال ۱۴۰۰ حدود ۵۷درصد افزایش داشته و طی حداقل پنج سال اخیر بی‌سابقه بوده است.
همچنین خانوارهای روستایی نیز در سال ۱۴۰۱ به طور متوسط معادل ۱۹,۱درصد (به ارزش ۱۵ میلیون تومان) از هزینه‌های خود را به بخش مسکن اختصاص داده‌اند که در مقایسه با سال ۱۴۰۰ معادل ۵۶,۶درصد افزایش داشته است.

هزینه مسکن در استان تهران؛ بیشتر از نصف درآمد خانوار

بررسی سهم بخش مسکن از کل هزینه خانوارهای شهری به تفکیک استان‌ها نشان می‌دهد استان تهران، گرانترین استان برای ساکنان شهری کشور است. براساس گزارش مرکز آمار کشور در استان تهران بیش از نیمی از هزینه‌های خانوار صرف مسکن می‌شود و نسبت هزینه خالص مسکن به کل هزینه‌های خانوار شهری در استان تهران در سال گذشته معادل ۵۰,۸درصد بوده است.
پس از تهران، استان‌های البرز، فارس و گیلان بیشترین سهم مسکن از هزینه‌های خانوار شهری در سال ۱۴۰۱ را به ثبت رسانده‌اند. نسبت هزینه خالص مسکن به کل هزینه‌های خانوار شهری در استان البرز معادل ۴۱,۹درصد، در فارس معادل ۴۱,۶درصد و در گیلان معادل ۳۹درصد بوده است.
از سوی دیگر کمترین سهم هزینه‌های مسکن از کل هزینه خانوارهای شهری برای استان بوشهر به ثبت رسیده، طوری‌که خانوارها در این استان به طور میانگین معادل ۲۱,۱درصد از هزینه‌های خود را بابت مسکن پرداخت می‌کنند. پس از بوشهر، استان‌های چهارمحال و بختیاری با ۲۲,۴درصد و خراسان جنوبی با ۲۲,۹درصد کمترین نسبت هزینه خالص مسکن به کل هزینه‌های خانوار شهری را به ثبت رسانده‌اند.

*** گزارش اخیر مرکز آمار نشان می‌دهد متوسط درآمد هر خانوار شهری (به طور متوسط ۳,۱ نفره) در سال گذشته به حدود ۱۶۷ میلیون تومان رسیده که ۱۳۷ میلیون تومان آن صرف پرداخت هزینه‌ها می‌شود**
*** در سال ۱۴۰۱ هر خانوار شهری به طور میانگین ۵۲,۲ میلیون تومان را صرف هزینه‌های مسکن کرده که در مقایسه با سال ۱۴۰۰ حدود ۵۷درصد افزایش داشته و طی حداقل پنج سال اخیر بی‌سابقه بوده است**

چشم‌ها در انتظار «مسکن ملی» خشک شد

آشفتگی و التهاب در بازار مسکن و افزایش هزینه‌های سرسام‌آور خرید خانه و اجاره‌بها طی سال‌های اخیر گریبان خانوارها را گرفته و به یکی از معضل‌های اقتصادی کشور تبدیل شده، در حالی‌که دولت برای حل این مساله در سال ۱۴۰۰ قانون جهش تولید و تامین مسکن را به تصویب مجلس رساند تا یکی از ضروری‌ترین نیازهای اساسی شهروندان یعنی داشتن مسکن تا حد زیادی مرتفع شود.
در همین راستا دولت سیزدهم نیز پروژه تامین مسکن را با عنوان نهضت ملی مسکن و با هدف خانه‌دار کردن اقشار متوسط و کم‌درآمد و ایجاد رونق در ساخت و ساز در مهر ماه ۱۴۰۰ شروع کرد و مقرر شد که سالانه یک میلیون واحد مسکونی (در چهار سال ۴ میلیون واحد مسکونی) احداث شود. با گذشت دو سال از شروع این طرح اما مرکز پژوهش‌های مجلس اخیرا اعلام کرد که عملکرد دولت در این طرح بسیار ناامیدکننده بوده و با گذشت دو سال از ابلاغ قانون جهش تولید مسکن و استقرار دولت، تعداد واحدهایی که در طرح نهضت ملی مسکن به مرحله اجرایی رسیده‌اند حدود ۴۰۰هزار واحد بوده که نشان از عقب‌ماندگی جدی در اجرای قانون دارد.

مدیرعامل اتحادیه مرکزی دام سبک کشور:

قیمت گوشت با توزیع در میادین، کم نمی‌شود

همدلی| مدیرعامل اتحادیه مرکزی دام سبک کشور، دلیل بالا بودن قیمت گوشت گوسفندی در بازار را افزایش هزینه‌های تولید خواند و گفت: عرضه محدود گوشت وارداتی در چند فروشگاه و میادین منجر به تنظیم بازار نمی‌شود.افشین صدر دادرس در گفت‌وگو با ایسنا با بیان اینکه قیمت دام زنده سبک به کیلویی ۲۰۵ تا ۲۱۰هزار تومان رسیده، گفت: این افزایش قیمت دلایل متعددی دارد که یکی از آنها کاهش جمعیت دامی است. قیمت دام تابع عرضه و تقاضاست و هر نوسانی در عرضه می‌تواند قیمت را تغییر دهد.وی ادامه داد: هزینه‌های تولید بالا رفته است. قیمت جو گرچه در مقطعی کاهشی شد و به حدود ۸۰۰۰ تومان رسید اما مجددا افزایش یافت و در حال حاضر قیمت آن به حدود کیلویی ۱۰هزار تومان رسیده است. کرایه‌های حمل و نقل نیز افزایش یافته است.
مدیرعامل اتحادیه مرکزی دام سبک کشور، یکی از عوامل مهم در بالا بودن هزینه‌های تولید را افزایش قیمت دام پای‌پرواری عنوان کرد و گفت: دام پای‌پرواز یعنی دام‌های لاغری که باید چاق شوند. چون جمعیت این دام‌ها کاهشی شده، قیمت آن نیز افزایش یافته است.
وی با اشاره به اینکه واردات نیز قیمت تمام‌شده تولید را بالا می‌برد، گفت: در تابستان ۱۴۰۲ که واردات گوشت بیشتر شد، قیمت تمام‌شده تولید داخل بالا رفت و کشتار در کشتارگاه‌ها کمتر شد. این یعنی واردات تاثیر منفی در تولید داشته است. از طرفی واردات نتوانسته بازار را به درستی پوشش دهد و هنوز قیمت گوشت در سطح شهرها نسبت به مراکز کنترل شده در تهران برای مصرف‌کنندگان بالاست.این فعال صنعت دام با بیان اینکه عرضه محدود گوشت وارداتی در چند فروشگاه و میادین منجر به تنظیم بازار نمی‌شود و واردات نمی‌تواند تنظیم‌گر بازار باشد، اظهار کرد: اگر افزایش قیمت گوشت ناشی از سوداگری و سودجویی عوامل تولیدکننده و توزیع‌کننده بود، با عرضه گوشت وارداتی بازار تنظیم می‌شد اما این افزایش قیمت به دلیل افزایش هزینه‌های تولید است.
باید در کوتاه‌مدت برای افزایش قدرت خرید مصرف‌کنندگان و در میان‌مدت و بلندمدت برای کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری تولید فکر کرد.

فعال سیاسی اصولگرا خبر داد:

افزایش ۱۵۰درصدی حقوق وزیران

یک فعال سیاسی اصولگرا در مطلبی تلگرامی، فیلمی از اظهارات اخیر وزیر رفاه مبنی بر اینکه حقوق ۵۰ میلیون تومانی می‌گیرد را منتشر کرده است.به گزارش همدلی، محمد مهاجری نوشت: چند ماه پیش معاون اجرایی رئیس‌جمهور ادعایی درباره زندگی معمولی و همسنگ مدیران دولت با مردم مطرح کرد. در توییتی از او خواستم فیش حقوق وزرا را منتشر کند تا ادعایش ثابت شود. سپس نوشتم حقوق وزرای دولت رئیسی دو برابر دولت روحانی است.وی در ادامه نوشت: مدتی بعد به دادسرا احضار شدم و آنجا دیدم معاون حقوقی رئیس‌جمهور شکایتی مفصل در موارد متعدد از من کرده و ازجمله اینکه چرا نوشتم حقوق وزرای دولت سیزدهم دو برابر دولت قبل شده و این نشر اکاذیب است! خدا را شکر که آقای وزیر کار سند محکمه‌پسند به دستم داد، ضمن اینکه معلوم می‌شود حقوق وزرا دو برابر نشده، ۲,۵ برابر شده! چون به اذعان برخی وزرای دولت روحانی، رئیس‌جمهوری قبل با اینکه قانونا می‌توانسته حقوق بیشتری بدهد سقف را روی ۲۰میلیون بسته بوده. ظاهراً معاونت حقوقی رئیس‌جمهوری به جای اینکه وقتش را صرف مفسدان پرونده ۳.۷میلیارد دلاری کند، ترجیح داده صرف شکایت از منتقدان دلسوز حامی مردم کند.

بانک و بیمه

اهدای نشان «تعالی کیفیت و مشتری‌مداری» به سپ

به گزارش روابط عمومی سپ، چهارمین اجلاس سراسری نشان تعالی کیفیت و مشتری مداری (دوشنبه ۲۰ آذر ماه) در مرکز همایش‌های صدا و سیما برگزار شد. این رویداد با حمایت و همکاری معاونت آموزشی و پژوهشی وزارت صمت، دانشگاه صنایع و معادن، سازمان حمایت از حقوق مصرف کنندگان و انجمن توسعه و بهره‌وری ایران برگزار شد. نمایندگان وزارت صمت، نمایندگان و بنیان‌گذاران واحدهای برتر صنعتی و اقتصادی کشور، چهره‌های تاثیرگذار در حوزه تجارت و فعالان کسب و کار از حاضرین و مدعوین این اجلاس بودند. شرکت سپ به پاس سال‌ها فعالیت درخشان در صنعت مالی کشور و کوشش در راستای جلب رضایت مشتریان و ارائه خدمات برتر در حوزه پرداخت، لوح و تندیس زرین سازمان پیشرو در کیفیت و نوآوری را تحت عنوان نشان «تعالی کیفیت و مشتری‌مداری» دریافت کرد. شایان ذکر است که مدیران و سازمان‌های برگزیده اقتصادی در این اجلاس مطابق ماده ۲۰ سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی برگزیده شدند.
بهبود کیفیت تولیدات و خدمات به منظور رونق اقتصادی کشور، ارائه راهکارهای نوین جهت برآورده ساختن انتظارات مشتریان، تغییر نگرش در فرایند تولیدات باکیفیت ، برقراری سیستم رضایت‌مندی مشتری از طریق بهبود کیفیت خدمات ارائه شده، شناسایی و تجلیل از تولیدکنندگان کالا و خدمات باکیفیت، بررسی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و نحوه اجرای آن، بررسی نرخ کیفیت با شاخص رضایت‌مندی مشتریان و مصرف‌کنندگان کالا و خدمات، افزایش فضای رقابتی با تأکید بر استانداردسازی محصولات، خدمات و چالش‌های محصولات ایرانی برای حضور در بازارهای جهانی را از جمله مهم‌ترین اهداف چهارمین اجلاس سراسری نشان تعالی کیفیت و مشتری مداری می‌توان برشمرد.
سپ به تازگی و در آخرین رتبه‌بندی نشریه «نیلسون ریپورت» نیز توانست به عنوان برترین شرکت حوزه پرداخت در خاورمیانه در کنار بزرگان صنعت مالی، جایگاه دوازدهم جهان را به خود اختصاص دهد.

با انعقاد تفاهمنامه همکاری میسر شد:

پشتیبانی بانک تجارت از صنعت مس کشور

با انعقاد تفاهمنامه‌ای بین بانک تجارت و شرکت ملی صنایع مس ایران، تامین مالی ریالی و ارزی این شرکت برای اجرای طرح‌های توسعه‌ای در حوزه بالا و پایین دست در یک دوره ۴ ساله از سوی بانک تجارت انجام خواهد شد. به گزارش مدیریت روابط‌عمومی و ارتقای سرمایه اجتماعی بانک تجارت، مدیرعامل بانک تجارت در مراسم امضای این تفاهمنامه که با حضور امیر خرمی شاد مدیرعامل ملی صنایع مس ایران برگزار شد، با تاکید بر تاثیر این تفاهم‌نامه بر تحکیم روابط دو مجموعه تصریح کرد: تامین مالی و تسهیل گری انجام امور بانکی مجموعه مس، پیمانکاران و سایر شرکایی که در حوزه‌های مختلف با این مجموعه فعالیت می‌کنند، در چارچوب قوانین و سیاست‌های بانک مرکزی از جمله اهداف بانک تجارت در این تفاهمنامه است.هادی اخلاقی فیض آثار ضمن تشریح فرآیند اجرایی این تفاهم‌نامه گفت: تفاهم‌نامه‌ای که به امضای دو طرف رسیده، چشم‌اندازی چهارساله دارد که و این مهم، نشاندهنده آن است که بانک تجارت افقی بلندمدت را در رابطه پیش رو مدنظر قرار می‌دهد.
مدیرعامل بانک تجارت در ادامه سقف تسهیلات در نظر گرفته شده در قالب این تفاهم‌نامه و لزوم تامین مالی خارجی برای محقق شدن اهداف توسعه‌ای شرکت ملی صنایع مس را مورد اشاره قرار داد و خاطرنشان کرد: ظرفیت‌های بانک تجارت در این بخش نیز می‌تواند مورد استفاده قرار بگیرد و شکی نیست که این عملیات از طریق ایجاد انسجام در میان تمام بازیگرانی که در کنار این مجموعه فاخر در حال ارزش‌آفرینی هستند اتفاق خواهد افتاد.

شهرداری اهواز

اصلاحیه

بدینوسیله پیرو آگهی چاپ شده مورخ ۱۴۰۲/۹/۷ به شناسه ۱۶۱۲۳۱۹ با موضوع پیاده رو سازی ضلع جنوبی آرامستان شهرداری اهواز به اطلاع میرساند مبلغ پایه پروژه به ۴۶/۵۰۱/۳۰۶/۵۸۵ ریال اصلاح می گردد. ضمنا توزیع اسناد مناقصه در سامانه ستاد ایران تا مورخ ۱۴۰۲/۹/۲۳ تمدید گردید.

شناسه آگهی : ۱۶۲۳۰۲۷ اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز

نوآوری در برابر ریبرندینگ
چگونه بهترین تغییر را برای یک کسب‌وکار انتخاب کنیم؟

نوآوری و ریبرندینگ هر دو نشان‌دهنده تغییر هستند، اما به‌طور قابل توجهی با یکدیگر متفاوت‌اند.
تغییر در یک کسب‌وکار اجتناب‌ناپذیر است و نبود آن نشان‌دهنده رکود کسب‌وکار است. با اینکه یک سازمان زنده باید تکامل یابد، اما هر نوع تغییری هم ایده‌آل نیست. دو نوع متداول تکامل کسب‌وکار، نوآوری و ریبرندینگ هستند. قبل از تصمیم‌گیری در مورد مسیری برای برند خود، درک اینکه هر کدام از این‌ها چه معنایی دارد، مهم است.

نوآوری

به گفته مریام وبستر، نوآوری «یک ایده، روش یا وسیله جدید یا معرفی هر چیز جدید است».
نوآوری تفکری برای خلق ارزش با زنده کردن ایده‌های جدید است. معرفی موبایل و تبلت نمونه‌های خوبی از نوآوری در کار هستند. موارد دیگر عبارتند از:
- خودرو
- خط مونتاژ
- هواپیما
- وسایل نقلیه الکتریکی
- پلاستیک‌های زیست تخریب‌پذیر

نوآوری همچنین فرآیندی است که در پس آن اتفاقی به وقوع می‌پیوندد. به‌عنوان مثال، بدون کوچک‌سازی ریزتراشه‌ها، تولید موبایل و تبلت امکان‌پذیر نبود. همین امر در مورد فناوری صفحه نمایش لمسی و بسیاری از فرآیندها و محصولات دیگر هم صدق می کند.

ریبرندینگ

در مقابل، ریبرندینگ به عنوان «تغییر یا به‌روز رسانی برند(یک محصول، خدمات و غیره) تعریف می‌شود.»
ریبرندینگ تعهدی برای تغییر است که می‌تواند قابل توجه یا جزئی باشد. به‌عنوان مثال، زمانی که کیا لوگوی خود را در سال ۲۰۲۱ تغییر داد، بسیاری تصور می‌کردند که این تلاشی برای ریبرندینگ بوده است. اما، تکامل بصری لوگو فقط بخش کوچکی از ریبرندیگ کیا بود و بر اساس بیانیه مطبوعاتی کیا که در آن زمان منتشر شد، این تغییر نشان‌دهنده تحول جسورانه و هدف کاملا جدید این خودروساز بود. یا زمانی که گروه وطن‌زرین در سال ۱۳۹۹ نام خود را از گروه صنعتی پلیمر بوشهر به گروه صنعتی وطن‌زرین مروارید آسیا تغییر داد، این تغییر فقط در مورد اسم گروه نبود و با توجه به تغییر ماهیت کسب‌وکار، بیانیه چشم‌انداز این گروه نیز تغییر کرد.
قبل از ریبرندینگ چه نکاتی را باید در نظر گرفت؟

ایجاد هویت برند جدید یا به روز شده، اغلب به بودجه و جدول زمانی مناسب نیاز دارد. در بیشترِ موارد، ریبرندینگ ممکن است با توجه به شرایط بین ۶ تا ۱۲ ماه طول بکشد. تلاش برای عجله در فرآیند معمولاً نتیجه معکوس نیز دارد. قبل از انجام ریبرندینگ بهتر است یک ممیزی روی برند انجام دهید. این کار کمک می‌کند فعالیت‌های ممکن ارزیابی شوند، شکاف‌ها مشخص شوند و ....
مانند نوآوری، قبل از انجام ریبرندینگ، تحقیقات لازم است. این اطلاعات باید مشخص شود؛
- پایگاه مشتریان چه کسانی هستند؟
- مشتریان در حال حاضر چگونه برند را درک می‌کنند؟
- این درک چگونه باید تغییر کند؟

انجام تحقیقات کمک می‌کند فرصت‌های رشد آینده و منابع و قابلیت‌های لازم برای سرمایه‌گذاری روی آن‌ها شناسایی شوند. علاوه بر تحقیق، باید مزیت رقابتی شناسایی و یا ایجاد شود. بدون آن، تلاش برای تغییر برند بیهوده خواهد بود. به‌عنوان مثال برند پنبه‌ریز یکی از برندهای زیرمجموعه گروه وطن‌زرین، با شناخت و درک عمیقی که از مشتریان خود در طول سال‌ها فعالیت به‌دست آورده و همچنین با انجام تحقیقات گسترده به خوبی توانست نیاز حال حاضر مشتریان و اینکه این نیازها به چه سمتی تغییر می‌کند را درک کند و در سال ۱۳۹۹، این برند ریبرندینگ خود را اعلام کرد.
چه زمانی یک برند نیاز به ریبرندینگ دارد؟
ریبرندینگ مستلزم تعهد به زمان، منابع مالی و تلاش است.
دلایل زیادی برای در نظر گرفتن ریبرندینگ وجود دارد و تصمیمات خلاقانه بر موقعیت برند، خلاقیت برند و هویت بصری برند تأثیر می‌گذارد. در ادامه به برخی از رایج‌ترین دلایل ریبرندینگ اشاره خواهیم کرد؛
- هماهنگ کردن ادراکات داخلی و خارجی از برند
- تعریف بهتر از بازار هدف
- دستیابی به مخاطبان و مشتریان جدید برای معرفی محصول
- احیای برند و افزایش ارتباط
- تغییر قابل توجه در ترکیب محصولات یا خدمات
- منحصر به فرد نبودن موقعیت برند در بازار
- منسوخ شدن برند بصری و احساس نیاز به احیا و بازسازی
- اشتباه بودن تصویر برند و احساس نیاز به یک هویت برند قوی
- از بین رفتن شخصیت برند
- احساس نیاز به داشتن تصویر برند مثبت‌تر
- احساس نیاز به داشتن یک برند هدفمند
- ادغام شدن سازمان
- تغییر ماموریت سازمان

چالش‌های مرتبط با ریبرندینگ بسته به اینکه ریبرندیگ به کدام یک از دلایل ذکرشده در بالا انجام شده باشد، متفاوت خواهد بود.