

Prekės ženklo identitetą formuoja daugelis veiksnių – prekės ženklo filosofija, jo priešistorė, konkretus vaizdas, grafika, šūkis, prekės ženklo naudojimo ypatumai, spalvos ir t.t. 2008 metų pradžioje "Bitė Lietuva" pristatė prekės ženklo LABAS pokyčius – naują prekės ženklo architektūrą ir filosofiją, kartu su naujais pasiūlymais vartotojams. Naujo LABAS veido kūrimui vadovavo Gary McGuire, "Bitės grupės" generalinio direktoriaus pavaduotojas įvaizdžiui ir komunikacijai, sutikęs papasakoti apie kūrybinius naujojo prekinio ženklo užkulius.

### **Priešistorė**

LABAS – ilgai gyvuojantis ir plačiai žinomas "Bitės" prekės ženklas – tai buvo pirmoji išankstinio mokėjimo paslauga Lietuvoje ir Rytų Europoje. Jis sukurtas laisvę vertinantiems vartotojams, kurie nori mokėti tik tiek, kiek naudojasi. Pagal tai pagrindinė LABAS komunikacijos kryptis nuo pat pradžių buvo skirta jaunimui, trokštančiam gyventi be ribų ar įsipareigojimų.

### **Ambicijos**

LABAS prekinio ženklo atnaujinimo imtasi siekiant praplėsti ir sustiprinti jo patrauklumą jauniems žmonėms. Tyrimai atskleidė, kad LABAS buvo nukreiptas į pernelyg siaurą jaunimo ratą. Geltonai-juodas senasis LABAS stilius tik paryškino jo ekstremumą.

Kuriant naują LABAS portretą buvo stengiamasi tiksliau atskleisti ženklo veidą ir privalumus. LABAS iškėlė ambicingą tikslą būti labiausiai įkvepiančiu prekės ženklu, kuris skatina atsinaujinti, būti originaliu ir nepriklausomu.

Atlikus konkurencinį tyrimą ir įsigilinus į tai, kas svarbu tikslinei grupei, buvo sukurtas naujas ženklas, pagrindinį dėmesį sutelkiantis į atradimus, saviraišką, pasitikėjimą savimi ir įkvėpimą pasiekti to, ko nori. Taip gimė "Būk kuo nori būti" idėja. Pagrindiniais naujo prekinio charakterio bruožais tapo drąsa, smalsumas ir spalvos.

### **Nauja forma, naujos spalvos ir nauji pasiūlymai klientams**

"Kurdami komunikacijos strategiją ir ženklo pristatymą stengėmės įkūnyti pagrindinę mintį – parodyti jauną, savimi pasitikintį žmogų, turintį platų akiratį", - teigia Gary. Naująją LABAS tapatybę atsižvelgdama į "Bitės" tikslus kūrė Didžiosios Britanijos reklamos agentūra "[The Farm](#)", puikiai susipažinusi su "Bitės" prekinio ženklo strategija ir turinti gilią grafinio dizaino patirtį.

Naujasis prekinis ženklas įgavo laisvesnę formą ir nušvito daug platesne spalvų palete, nei geltona-juoda. Kartu su nauju ženklu rinkai pristatyti ir svarbiausi LABAS paslaugos privalumai, kaip 10 ct kaupiamoji premija už kiekvieną įeinančio pokalbio iš kito tinklo minutę, pirmas ir vienintelis Lietuvoje nemokamas SOS SMS, kai ištuštėjus sąskaitai galima išsiųsti nemokamą SMS žinutę ar paskambinti bei "Mobilioji perlaida" – nauja galimybė LABAS klientams papildyti savo sąskaitą iš bet kurio kito LABAS arba "Bitės" numerio išsiuntus SMS žinutę.

### **Pokyčiai – tik pradžia**

Po pokyčių atlikti tyrimai parodė, kad jaunimas atkreipė dėmesį į pokyčius ir priėmė juos teigiamai, atpažindami pagrindines vertybes, kurias norėta pabrėžti.

Tačiau pokyčiai tuo nesibaigia. Pasak Gary, "Bitė" ir toliau sieks mesti rinkai iššūkių ir pasiūlyti vartotojams naują, įkvepiančią patirtį. Karščiausia naujovė bus skirta verslo klientams – tai naujojo "Blackberry Bold" sprendimo pristatymas Lietuvoje.