

## Zmiany w Greencellu: nowy wizerunek zbliża markę do stylu życia odbiorców

**Użytkownicy akcesoriów do ładowania sygnowanych znakiem Greencell odkrywają swoją ulubioną markę w nowej, bardziej przystępnej odsłonie. Producent rozwiązań usprawniających codzienne aktywności zaprezentował właśnie efekty rebrandingu, napędzanego hasłem *Smarter Everyday!***

W czasie 10-letniego rozkwitu na europejskich rynkach Greencell wypracował markę kojarzoną nie tylko z dobrze zaprojektowanymi, wydajnymi produktami, ale też sprytną i lekką codziennością, do stworzenia której się przyczyniają. Nowa, spójna z tym wizerunkiem identyfikacja polskiego producenta ujrzała światło dzienne 1 października. Będzie systematycznie wdrażana do końca 2025 roku.

### Wejście w kolejny etap rozwoju

- Chcieliśmy aby po 10 latach marka stała się bardziej aktualna, uporządkowana i mogła lepiej komunikować się z odbiorcami, którzy ją napędzają - wyjaśnia Paweł Ochyński, założyciel Greencell.

Jednym z kluczowych założeń rebrandingu było znalezienie miejsca dla Greencella w życiu szerszej grupy docelowej, wykraczającej daleko poza środowisko pasjonatów nowoczesnych technologii. - Aby wyzbyć się nieco mrocznych, gamingowych skojarzeń płynących z dotychczasowej identyfikacji, potrzebowaliśmy nowego story dla marki. Chcieliśmy, aby Greencell stał się cichym bohaterem codziennych wyzwań, sprytną i łatwą odpowiedzią na problemy, dzięki której użytkownik może skupić się na tym co najważniejsze - czasie z rodziną i przyjaciółmi - wskazuje Przemysław Warchał, head of brand w Greencell.

Obok przedstawicieli działów kreatywnych firmy w skład zespołu projektowego pracującego nad nowym wizerunkiem polskiego producenta weszli eksperci agencji BNA, odpowiedzialnej m.in. za wizerunkowe metamorfozy mBanku, x-kom czy Żabki. Kontrakt objął prace nad redefinicją marki, kolorystyką, typografią wraz ze sposobem ich stosowania oraz hasłem odzwierciedlającym charakter i strategię rozwoju producenta. Dodatkowo udało się uspołnić wszystkie elementy brandingowe również na poziomie nazwy oraz sygnetu.

### Greencell w centrum codziennych aktywności

- Już pierwsza wizyta w Greencell uświadomiła nam, że - mimo utartych skojarzeń - firma stoi autorskimi projektami, imponującym wzornictwem i spójną wizją dla wszystkich kategorii produktów. Tę właśnie wizję chcieliśmy oddać w strategii marki i designie - podkreśla Andrzej Rozen Strategic Director & Partner w BNA. - Osadzona w świecie "tu i teraz" marka oferuje sprytnie i przyjazne technologie pomagające sprostać wyzwaniom życia codziennego, co spuentowaliśmy hasłem "Smarter Everyday" - dodaje.

Środki graficzne użyte w nowej identyfikacji zmieniają sposób w jaki Greencell pokazuje technologię. Zamiast typowej dla marek technologicznych futurystycznej próżni i dużej ilości czerni Greencell używa jasnej, świeżej kolorystyki, zdjęć podkreślających realny kontekst używania sprzętu oraz typografii uzupełnionej o humanistyczny, szeryfowy krój.

W projekcie nie zabrakło przy tym nawiązań do tradycji Greencella, takich jak wykorzystanie ekspresji ruchu ładowania baterii w logotypie czy uwzględnionej w nazwie producenta zieleni, choć w dużo bardziej stonowanym odcieniu.

Wdrożenie nowej identyfikacji wizerunkowej Greencell rozpocznie od kanałów digitalowych, a pierwsze produkty w nowej odsłonie pojawią się w ofercie jeszcze w IV kwartale 2024. Proces zmiany rozpocznie się od nowowprowadzanych akcesoriów i stopniowo obejmie całe portfolio marki.

---

### **Greencell**

Producent rozwiązań do ładowania i magazynowania energii obecny na 60 światowych rynkach. Impulsem do rozwoju marki stała się niezawodność oferowanych od 2013 roku akcesoriów do mobilnej elektroniki. Obecnie w obszarze specjalizacji Greencell znajdują się również energetyka odnawialna i elektromobilność.

Portfolio firmy zawiera ponad 20 autorskich urządzeń zaprojektowanych przez własny dział R&D. Greencell zatrudnia łącznie blisko 180 pracowników, większość w siedzibie firmy w Krakowie oraz fabryce baterii w Skawinie.

Więcej: [greencell.global](https://greencell.global)

### **Dodatkowych informacji mediom udziela:**

Gabriela Poręba

[gabriela.poreba@greencell.pl](mailto:gabriela.poreba@greencell.pl)

507 094 981