

## Do večje prepoznavnosti podjetja

**Darko Berginc, Rinor:** »Po dvajsetih letih delovanja, v katerem je naše podjetje iz garažnega brizganja plastičnih mas prišlo do faze, da poleg brizganja nudi tudi popolne orodjarske storitve, smo si želeli storiti korak naprej. Tako smo z lastnim znanjem razvili popolnoma nov produkt, ki se je uvrstil med 30 najboljših slovenskih inovacij (puri-

nor – komplet za nadzorovano izhajanje PUR pene) in obenem spoznali, da podoba podjetja dejansko ne odraža več naše dejavnosti in zmogljivosti. Zato smo se odločili investirati v prenovalo celostne podobe, saj nam je jasno, da je imidž podjetja v sedanjih časih nepogrešljiv del uspešne trženjske dejavnosti. Poleg prenove celostne podobe

smo spremenili tudi ime podjetje iz Mikroplast, saj iz imena ni bila več razvidna naša dejavnost, v Rinor, kar pomeni razvoj-inovacije-orodjarstvo.

Preden je padla odločitev za novo celotno podobo smo bili zaradi relativno visokih stroškov v dilemi o smotrnosti te investicije. Sedaj smo prepričani, da je bil to pravi korak, ki nam je in nam še bo pomagal pri boljši razpoznavnosti podjetja in naših proizvodov. Poleg tega pa je dodatno okrepil tudi pripadnost podjetju med zaposlenimi.»

