

RINGKESAN

Brand Image Rabbani urang salaku fashion Muslim modern pernah kapikiran katuhu. Salaku prosés nu dilumangsungkeun ku CV. Rabbani Asysa mimiti formasi awal taun 1995 - dugi dinten. Rabbani tetep konsisten ti awal pikeun ngabentuk nepi ka kiwari di perdana-Na, a produk - a produk anu dihasilkeun langkung classy jeung variatif.

Pamakéan média kayaning tipi, anu Internet atawa citak média kayaning majalah, koran jeung média sosial nya éta alat pangkuatna pikeun narik para nasabah. Gandeng ka era hadir simplify sagalana kalawan ayana internét. Rabbani terus tumuwuh jeung bukti bubuka toko di sagala rupa dayeuh di Indonésia sarta Malaysia.

Modern fashion Muslim kiwari mangrupa sedeng unggulan mulangkeun gambar Islam di Indonésia nu mungkas - tungtungna ieu tarnished ku Ngaran Teror Rabbani islam.Branding dipigawé hasil merangsang pamakéna mun teu tobat kana jenis merek Rabbani. Karna konsistensi of Rabbani. Rabbani ngadamel produk fashion Muslim nu nawiskeun produk kalawan motif variatif teu ngalanggar syariat Islam. Ieu geus jadi rujukan pikeun brand ritel séjén ambéh salamet.

Kabawaan dina aksi sosial jeung CSR nambahan Rabbani di sustaining ayana hiji gambar positif di masarakat. Gandeng jeung branding inohong publik nambahkeun hiji titik misah pikeun pamakéna dina milih hiji fashion Muslim modern. Rabbani salawasna hayang nyadiakeun pangalusna dina watesan maké pakéan Muslim anu sok luyu jeung naon Allah geus ngutus dina QS Al-Ahzab ayat 59. Ngaliwatan kagiatan sarta acara undertaken ku Rabbani nambahkeun trust publik dina hal séjén di luar tina konteks nu fashion Muslim. aktivitas Corpotare Social Responsibility (CSR) dilakukeun titik penting pikeun tumuwuhna Rabbani dinten, najan ngan dimimitian dua taun kaliwat.

Henteu hiji hal gampang pikeun ngajaga gambar positif Rabbani, ku gawé sakabeh lingkup pagawean na mitra taun delivering jasa unggulan pikeun nasabah na. Leuwih ti éta, pesaing brand sarupa geus sprung nepi kana waktu.