

VADEMECUM PER LA COMUNICAZIONE

PARTE 1
LA BRAND IDENTITY

THINK POSITIVE
creative duo

ABOUT

Think positive è un duo creativo con molteplici competenze, con una solida esperienza nel design e nella comunicazione.

Il nostro obiettivo è essere la vostra regia creativa per aiutarvi a comunicare in modo chiaro, coordinato e coerente l'essenza del vostro brand. Possiamo infatti sviluppare tutti gli strumenti di cui necessita l'identità aziendale.

I nostri servizi includono: **graphic design, interior design e visual merchandising, web marketing e art direction.**

Il nostro è uno studio di progettazione ma più correttamente è un **laboratorio, un atelier di design**, dove nascono e crescono idee che diventano **progetti che esprimono l'identità del cliente e l'essenza della sua azienda.**

Lavoriamo con un approccio che si può definire eclettico, perché **scegliamo e armonizziamo i principi che riteniamo migliori e che provengono da esperienze e materie diverse ma che bene si intrecciano tra loro.** Proveniamo da esperienze formative e lavorative differenti ma complementari.

Quello che facciamo è curare tutti gli aspetti dell'interazione tra l'utente e l'azienda, affinché la User Experience sia chiara, coerente ed efficace.

**“Proponiamo soluzioni creative
per aziende che vogliono
distinguersi e più di ogni altra cosa
ci interessa fare un buon lavoro.”**

VADEMECUM PER LA COMUNICAZIONE

La comunicazione per i settori wine e food è molto importante. Infatti è indispensabile comunicare in modo continuativo e costante con i propri clienti al fine di tenerli sempre aggiornati sui prodotti. Attenzione però, non basta comunicare per accrescere la notorietà del brand perchè per farlo servono degli strumenti idonei.

Il primo tra tutti è disporre di una:
brand identity chiara e riconoscibile.

Prova a pensare: quali strumenti grafici hai a disposizione per il tuo business? Cosa ti manca? Per strumenti, ci riferiamo a tutti i mezzi grafici che sono necessari per valorizzare e accrescere la notorietà della tua attività. Ritieni che la tua azienda sia ben equipaggiata? Scopriamolo rispondendo a questa semplice domanda:

“ **Disponi di biglietti da visita aggiornati, su un supporto cartaceo adeguato, completo di tutte le info necessarie a contattarti e a raggiungerti? Il logo e il font (il carattere) sono ben leggibili?** ”

La **Brand awareness** (cioè il grado di conoscenza di un marchio da parte dei consumatori), costituisce uno dei principali indicatori del successo aziendale. Per questo, avere tutti gli strumenti della brand identity coordinati e aggiornati è fondamentale!

Continuando l'analisi, un **logo** accattivante che richiami subito l'identità dell'azienda e i prodotti che offre è il primo passo per distinguersi sul mercato. Il logo infatti rappresenta e racconta l'immagine aziendale. Se ben curato e studiato nel design e nei colori, fa subito la differenza.

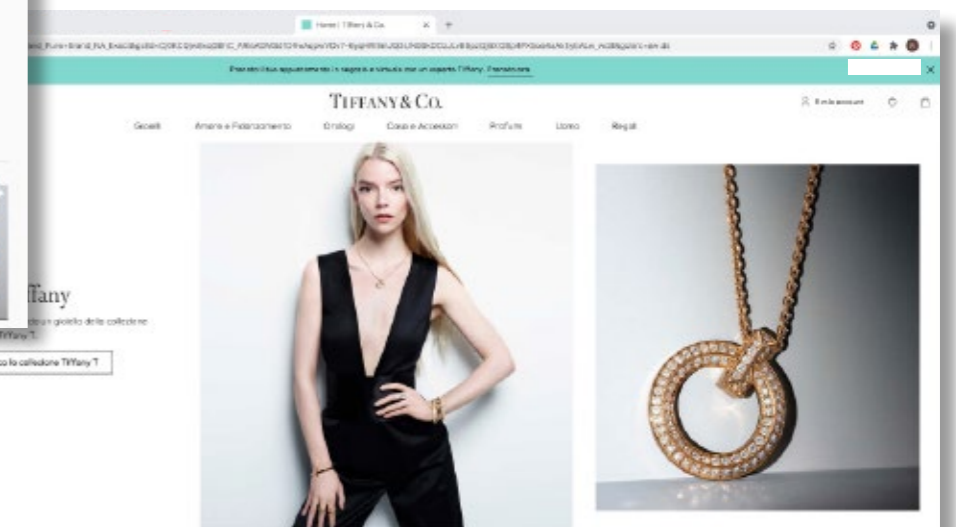
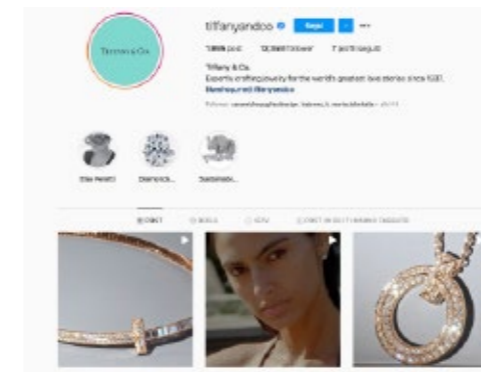
Pensiamo ad esempio a un brand come **Tiffany**, il suo colore caratteristico ci porta immediatamente a pensare al lusso, al gioiello di alta qualità. Tiffany ha dunque costruito la sua brand identity con un chiaro messaggio e un concept ben definito. Nel tempo, molte altre aziende hanno adottato nei loro loghi o packaging la stessa tonalità di turchese, con il chiaro intento di suggerire a chi lo osserva un'idea di lusso e prestigio.

Verifica, dunque, che anche il tuo logo risponda a questi requisiti.



Queste immagini sono un chiaro esempio delle molteplici declinazioni possibili del logotipo e del colore istituzionale. Dal packaging, alle varie tipologie di negozio, al sito internet e i social network.

Una comunicazione multilivello coordinata che rafforza la comunicazione e la riconoscibilità del brand.



Ma ritorniamo al primo quesito. Un biglietto da visita per essere funzionale e comunicativo deve essere graficamente piacevole da guardare, tenere in mano e creare curiosità.

Per questo è importante che il font sia ben leggibile e chiaro. Una lettura difficile crea confusione e non genera coinvolgimento.

Le informazioni devono essere **corrette e aggiornate**. Un biglietto da visita che riporta un email non corretta o un indirizzo web o di destinazione errato porta le persone a pensare che l'azienda sia poco attenta ai particolari.

È poi necessario valutare il **supporto cartaceo**. È bene che sia di almeno 250 grammi.

Il biglietto da visita è come una carta d'identità, racconta e lascia un segno al cliente. Un supporto cartaceo solido e compatto trasmette serietà e professionalità.

Inoltre, **colori di fondo e di stampa** devono essere coordinati con il proprio logo. Attenzione inoltre a non cambiare colore al logo nel biglietto per dare l'idea di averlo aggiornato. Questa operazione generalmente crea solo confusione e il cliente potrebbe confondere il tuo brand con quello di qualcun'altro. Se necessiti di un'operazione di **restyling del logo**, è bene che essa venga poi riportata immediatamente in tutti gli strumenti di comunicazione. Solo così la tua brand identity sarà coordinata, coerente e quindi riconoscibile.

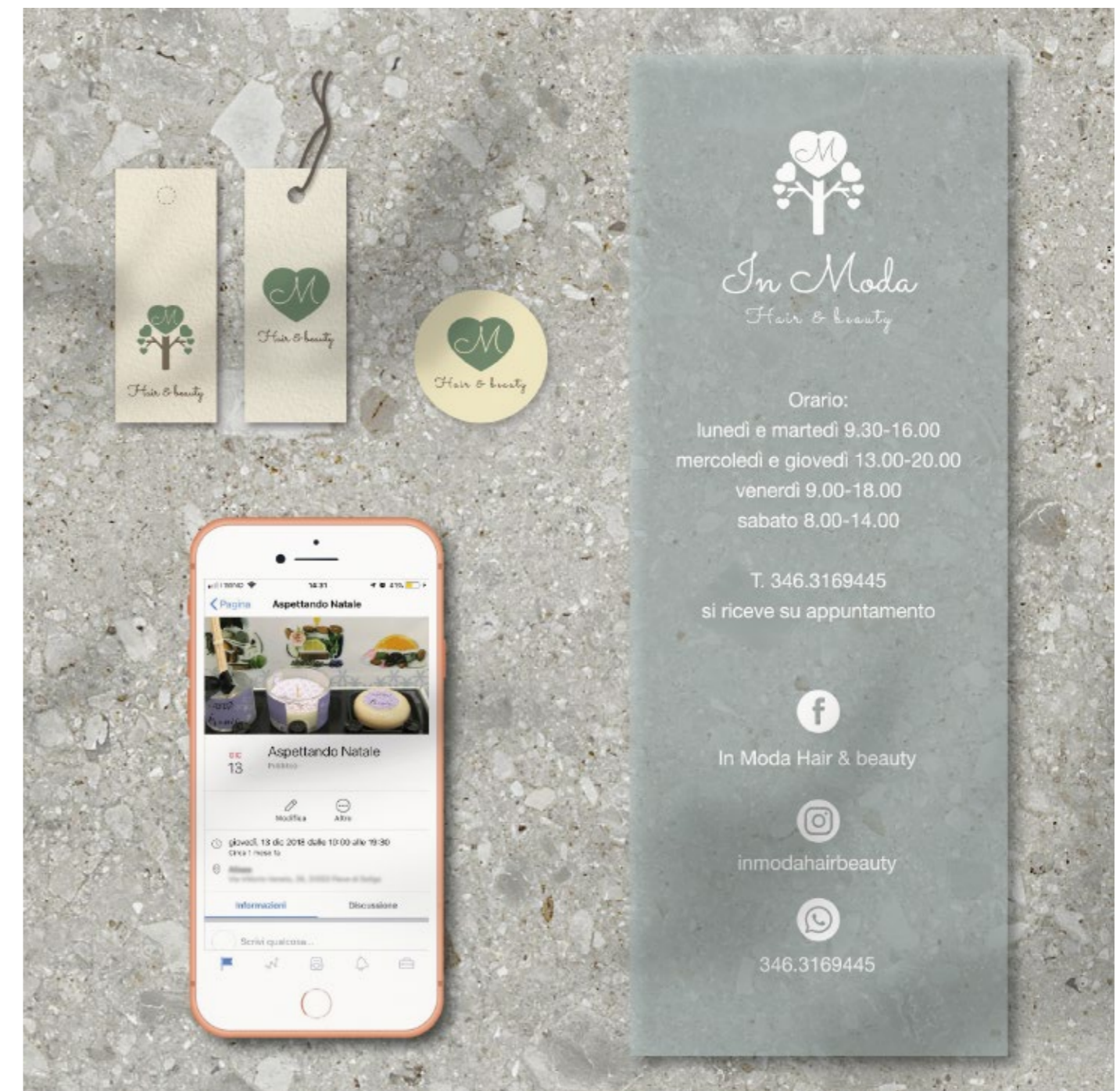
Di seguito riportiamo un nostro lavoro, un case history di sviluppo completo della brand identity per una giovane hair stylist.



Cominciando dal **briefing** con la cliente, sono stati definiti gli **obiettivi e il target di riferimento**.

Come primo step è stato sviluppato il **logo**, il quale è stato poi riportato nei **biglietti da visita**, nelle **gift cards**, nelle **tag** per i prodotti in vendita, nei **volantini** inaugurali, nella **vetrofanìa** ed infine è stato adeguato per essere pubblicato nei **social network**.

Anche in questo caso, l'intento è che gli strumenti di business rispecchino l'identità aziendale, quindi sono stati curati oltre alla grafica, anche i **supporti cartacei**, le **varie grammature e i colori di stampa** per arrivare a definire un **concept** non solo visivo, ma anche **tattile**.



Nella prossima dispensa andremo ad approfondire il tema dello
storytelling aziendale e di prodotto.

Questo importante argomento si attua attraverso strumenti come la **brochure o il catalogo aziendale** (mezzi fondamentali per spiegare dettagliatamente il prodotto e arrivare alla vendita), **il sito web aziendale, i social network e l'email-marketing.**

SEE YOU SOON!

THINK POSITIVE
creative duo

via Vaccari 35, Pieve di Soligo TV — Italy
t. — +39 333 6670756
info@thinkpositive-creativetwo.it

thinkpositive-creativetwo.it

