L'artisanā è artigianato

Identità d'impresa

01
DIECI



ArtigianImpresa
PILLOLE DI COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE ARTIGIANE

Un marchio per un'azienda è come la reputazione di una persona. Ci si guadagna una reputazione cercando di fare bene le cose difficili.



Jeff Bezos

Fondatore di Amazon.com

L'IDENTITÀ D'IMPRESA

L'identità di impresa è l'insieme costitutivo di elementi tangibili e intangibili che caratterizzano l'impresa e che definiscono la sua riconoscibilità sul mercato, i valori e i modelli di comportamento che intende promuovere, il suo ruolo in relazione ai bisogni che intende soddisfare.

Un'identità coerente è fondamentale in quanto permette di farsi ricordare e riconoscere, distinguendosi e costruendo più facilmente una relazione solida e duratura con il pubblico.

FOCUS
PUNTI FORTI

9 domande da porsi per avviare l'identità d'impresa

› Come mi presento?

› Che cosa realizzo?

› Come lo creo?

› Perché ho scelto di farlo?

› Quali sono i miei valori?

› Quali saranno i miei clienti?

› Come sono strutturato?

› Come lavoro?

› Quali obiettivi ho raggiunto e quali vorrei raggiungere?

LINK UTILI
CONTENUTI ONLINE

APPROFONDIMENTI

› Marchio - cos'è e come funziona - la registrazione

› Le funzioni del brand

› Corporate identity: cos'è e quali gli esempi di identità aziendale

› Come costruire una brand identity: guida in 5 step con esempi

STRUMENTI UTILI

› Naming: come scegliere il nome aziendale o di un prodotto, servizio, idea

› Personal brand: l'errore che fanno tutti

› La creatività è un comportamento | Stefano Scozzese | TEDxSchio

› Dynamic brand | Emanuele Cappelli | TEDxModena

VIDEO

› Mini corso sulla Brand Identity: Trova la tua identità.

5 TAPPE PER LA SCELTA E IDEAZIONE DEL MARCHIO

01
LICEITÀ
deve rispettare le prescrizioni di legge e non avere restrizioni legali

02
MEMORABILITÀ
è importante che sia originale e distintivo

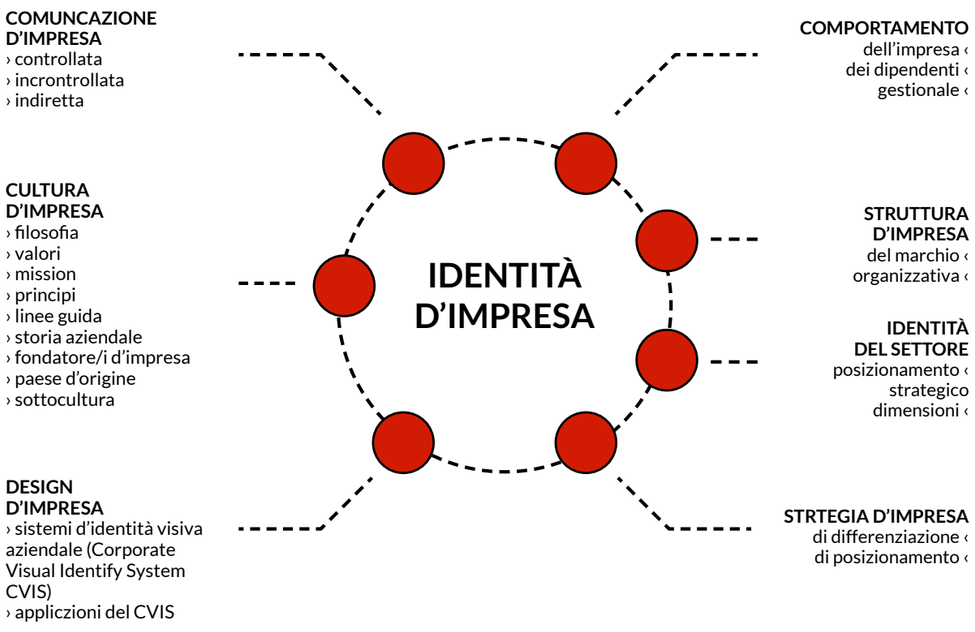
03
CONFORMITÀ
deve mantenere coerenza con l'immagine, i valori del prodotto e dell'impresa

04
SEMPLICITÀ
come approccio del brand, unita alla capacità di suscitare emozioni

05
RIPRODUCIBILITÀ
indispensabile su tutti i supporti, online e offline

SUGGESTIONI
NON DIMENTICARTI DI ...

7 elementi costitutivi dell'identità d'impresa
(Melewar 2003)



CASE STUDY
UNA CAMPAGNA DI SUCCESSO

Behind the brand: **la storia della Nike**

A Phil Knight non piaceva il logo
L'aveva giudicato "il migliore dei peggiori"

Caratteristiche del progetto
The Nike Logo: A $35 Logo That Became a Global Icon | Looka

Il progetto, 53 anni dopo
Ascesa Nike: quanto fattura e patrimonio | ecco i dati





02
Identità di prodotto

03
posizionamento

04
concorrenza e co-marketing

05
obiettivi della comunicazione

06
strumenti offline

07
strumenti online

08
contenuti

09
piano di comunicazione

10
piano editoriale

VisaMultimedia.com