

Differenziati e rendi unico il tuo marchio.

BRANDING

Guida 2024

La tua guida sulla
realizzazione di
un marchio.

FrancescoGrandin.com

BrandElevate

Francesco Grandin

PANORAMICA



A chi è rivolto?

Chiunque voglia capire il branding in un formato facile da comprendere.

Perché è stata creata questa guida?

Per educare le persone sul potere del branding e fornire loro gli strumenti per iniziare a costruire il proprio marchio.

Cosa imparerai?

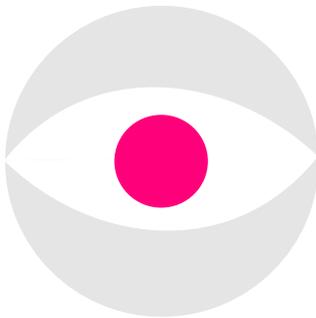
- Concetti essenziali del branding
- I benefici del branding
- Come costruire il tuo marchio
- Caratteristiche di un buon logo
- Mucche rosa e perché dovresti interessartene

IL BRANDING SPIEGATO



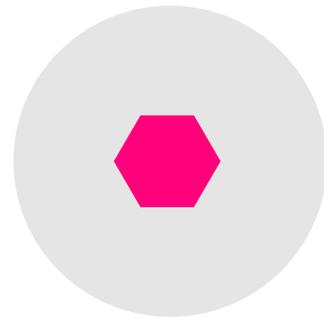
BRAND

immagine percepita emotivamente nel suo complesso



IDENTITÀ'

aspetti visivi e sensoriali che formano il marchio



LOGO

identifica un'azienda tramite un segno o simbolo

Puoi descrivere un **MARCHIO** come un'organizzazione, un prodotto o un servizio con una personalità plasmata dalle percezioni del pubblico.

Jeff Bezos, proprietario di Amazon e successivamente l'uomo più ricco del mondo, l'ha espresso nel modo migliore:

“Un marchio è letteralmente ciò che le persone dicono sulla tua azienda quando non sei nella stanza.”

Fondamentalmente tutto ciò che pensano e provano, ecco perché il branding è così importante.

L'IDENTITÀ' o immagine di un'azienda è composta da molti elementi visivi e sensoriali come:

- Un Logo (Il simbolo dell'intera identità e del marchio)
- Cancelleria (Carta intestata + biglietto da visita + buste, ecc.)
- Materiale di marketing (Volantini, libri, siti web, ecc.)
- Prodotti e confezioni
- Altre forme di comunicazione sensoriale (audio, odore, tatto, ecc.)

Tutti questi rappresentano l'identità di un marchio e dovrebbero sostenere il marchio nel suo complesso.

Un **LOGO** dovrebbe identificare l'azienda in modo semplice, riconoscibile e memorabile. Non mostra letteralmente cosa fa l'azienda, ad esempio, un logo di un'auto non mostra una macchina.

I BENEFICI DEL BRANDING

Ognuno di noi ha un'idea diversa a riguardo, ma c'è una cosa che non possiamo negare...

Il potere del branding.

1

RICONOSCIMENTO

Rende un marchio distinguibile dai suoi concorrenti.

2

FEDELITÀ DEL CLIENTE

Mantiene i clienti che ritornano per ulteriori acquisti.

3

COERENZA

Un marchio coerente è memorabile e più efficace.

4

VALORE DEL MARCHIO

Ogni elemento visivo contribuisce alla costruzione del suo valore.

5

AUMENTO DI CREDIBILITÀ

Stabilisce un'azienda come un'impresa professionale seria.

6

ATTRAZIONE

Quando un'azienda ha un ottimo branding, la gente lo nota.

7

VALORI CONDIVISI

Si connette emotivamente con i clienti creando fedeltà a vita.

8

INFONDE CONFIDENZA

Un marchio solido conosce i propri valori e ciò suscita fiducia.

COME CREARE IL TUO

BRAND

1

DEFINISCI LA TUA STRATEGIA

Una marca forte e ben definita renderà molto più facile far crescere la tua azienda o attività.

Ma cosa rende un brand forte?

Tipicamente, ciò che rende una marca eccezionale non è semplicemente una sola caratteristica magnifica, ma è una combinazione di diverse cose.

Questo è il punto in cui la maggior parte delle persone sbaglia e, a causa di ciò, è necessaria una strategia ben definita.

La tua strategia di branding deve essere allineata con gli obiettivi aziendali/professionali (la ragione per cui esisti).

Per mettere le cose in prospettiva, considera Ikea.

Anche se non sono sicuramente una piccola startup, esemplificano perfettamente un forte branding.

Perché? Perché sono noti per i loro prezzi bassi, i negozi enormi, l'esperienza del cliente, le idee stimolanti e i prodotti innovativi.

La marca di Ikea è più di un semplice logo. Sei d'accordo? Quindi, definisci il tuo "perché" e il resto seguirà.

2

SVILUPPA UNA BRAND IDENTITY

Per un brand forte, avrai bisogno di:

Logo: un simbolo che rappresenta la tua azienda.

Slogan: un motto breve e accattivante.

Identità visiva: una tavolozza di colori coerente, caratteri tipografici, stile di design e illustrazioni.

Voce: il tono, il vocabolario e la sintassi del brand.

Una volta che hai impostato questi elementi, puoi iniziare a costruire il resto dei componenti della tua marca, come il tuo sito web, grafica sui social media, packaging, cancelleria, pubblicità ecc..

3

IMPLEMENTA, MONITORA E ADATTA

Nessuna brand è immutabile. Nel tempo, potresti volerlo aggiornare o fare una ristrutturazione completa.

I tuoi clienti, le nuove tecnologie emergenti e l'economia sempre in evoluzione indicheranno quando potresti dover considerare un re-branding.

COME CREARE UN BUON LOGO

Un buon logo è efficace. È distintivo, appropriato, pratico, grafico, semplice nella forma e trasmette un messaggio predefinito.

SEMPLICITA'

Un design di un logo semplice è facile da riconoscere e consente al logo di essere versatile. I buoni loghi presentano qualcosa di distintivo senza essere eccessivamente elaborati.

Pensate a Apple!

5 PRINCIPI DI UN LOGO EFFICACE

SENZA TEMPO

Un logo pratico dovrebbe resistere per decenni e dovrebbe essere in grado di mantenere la sua unicità. Chiediti se il tuo logo sarà ancora adeguato tra 10, 20, 50 anni?

Pensate a Coca-Cola!

VERSATILE

Un logo efficace dovrebbe essere in grado di funzionare su una varietà di applicazioni, ad esempio sul tuo sito web, su abbigliamento e altro ancora.

Pensate a Nike!

APPROPRIATO

Il logo dovrebbe essere progettato per il suo pubblico target. Ad esempio, il logo di un negozio di giocattoli sarebbe molto diverso da quello di uno studio legale.

Pensate a Toys 'R' Us!

MEMORABILE

Un logo efficace dovrebbe essere memorabile, ciò si ottiene mediante un logo semplice e appropriato.

Pensate a McDonald's!

MUCCHE ROSA - COSA?!

COS'È UNA 'PINK COW' E PERCHÉ DOVRESTI AVERNE CURA

Sai che il "branding" è un argomento vecchio, vero?

Eppure, con la diffusione delle tecnologie social, il branding è più accessibile che mai, il che significa che hai molte più opportunità, ma anche molta più concorrenza, per costruire e far crescere un'azienda o un'agenzia che prospera.

Solo per questo motivo, devi distinguerti e creare un marchio unico nel suo genere.

O stai dominando i concorrenti, o sei invisibile sul mercato.

Non vuoi costruire un marchio "anche io".

Vuoi essere completamente diverso.

Vuoi essere la 'pink cow'.

(Seth Godin ne parla di più nel suo libro "Purple Cow". Noi di BrandElevate abbiamo semplicemente ribattezzato questa idea come pink cow, perché, sai... questo colore è fantastico.!

Ecco come brandizzarti la "pink cow" della tua industria...

#1 DEFINISCI LA TUA "PINK COW"

Prima di creare il tuo marchio, devi avere un pubblico di riferimento, stabilire obiettivi specifici e pianificare di conseguenza. Dai un'occhiata a dove ti trovi ora e dove vuoi arrivare in futuro.

Chiediti:

- In che cosa vuoi essere riconosciuto personalmente?
- In affari, in cosa vuoi essere riconosciuto?
- E tra 2 anni? 5 anni? 10 anni?

Forse vuoi diventare un'autorità nel tuo settore o forse desideri un negozio di e-commerce popolare.

O diventare il prossimo Google. Qualunque sia il tuo obiettivo, pianifica correttamente fin dall'inizio.

Sii la mucca rosa.



#2

CREA IL TUO BRAND

Dopo aver fissato i tuoi obiettivi, delineato il tuo mercato di riferimento e definito come desideri essere percepito, puoi iniziare a costruire il tuo marchio.

Comincia con questi **3 elementi essenziali**:

A) La Tua identità visiva

Avere un'identità visiva unica è uno dei modi più semplici per differenziare la tua azienda dalla concorrenza. La tua identità dovrebbe essere coerente e riflettere i tuoi obiettivi iniziali, ma anche essere flessibile abbastanza da funzionare su tutti i canali di comunicazione.

Questo include i tuoi loghi, caratteri tipografici, colori, cancelleria, elementi grafici, profili sui social media, pubblicità e altro ancora.

A

B) Il tuo sito web, dominio e indirizzo Email personale

Sai di preciso cosa appare quando le persone digitano il tuo nome o quello della tua azienda su Google? Speriamo che esca il tuo sito web come primo risultato, insieme ai tuoi profili social networks. Utilizzi un indirizzo email personalizzato? Tutti questi elementi riflettono sull'immagine del tuo marchio.

B

C) I tuoi social networks

Non è sufficiente avere un account su Facebook o Instagram, devi essere attivo costantemente; condividi contenuti, fornisci valore, poni e rispondi a domande, e fai tutto questo il più frequentemente possibile.

Ricorda che tutto ciò che fai, dici e condividi riflette sul tuo marchio.

C

Se segui questi 3 passi, sarai sulla strada per creare un brand irresistibile.

BrandElevate

Scopri come elevare la tua attività online grazie al branding, marketing e contenuti digitali.

L'unico protocollo in Italia pensato per aumentare i tuoi profitti, status e fiducia grazie alla delega del tuo branding, content marketing e pubblicità.



ASSUMI UN PRO

Francesco Grandin

Fondatore BrandElevate | Branding Designer | Online Marketer

Branding designer, online marketer e social media manager esperto nella digitalizzazione e comunicazione visiva per attività, aziende, agenzie e liberi professionisti.

Grazie alla sua esperienza provata su campo ha aiutato decine di aziende oltreoceano a posizionarsi online grazie al suo protocollo di sua invenzione BrandElevate.

Ha collaborato con Times Square, la più grande realtà pubblicitaria al mondo, e grazie alle sue competenze è diventato un punto di riferimento in Italia nel campo del branding e della pubblicità online.

Visita [FrancescoGrandin.com](https://francescograndin.com)

Francesco Grandin