

BRAND DESIGN

LEZIONE 01

INTRODUZIONE



COS'È IL BRAND?

Il brand è *“un nome, termine, segno, simbolo, o disegno, o una combinazione di questi che mira a identificare i beni o i servizi di un venditore o un gruppo di venditori e a differenziarli da quelli dei concorrenti”* (American Marketing Association). Questa definizione, tuttavia, non esprime appieno il concetto di brand, poiché pone l'accento solo sulla funzione identificativa e segnaletica della marca, tralasciando del tutto il ruolo relazionale che essa ricopre. La marca, invece, riveste un ruolo centrale tanto nel processo di differenziazione del sistema d'offerta quanto nella gestione delle relazioni con i clienti.

Poiché la concorrenza crea scelte infinite, le aziende cercano modi per connettersi emotivamente con i clienti, diventare insostituibili e creare relazioni durature.

Un Brand forte spicca in un mercato densamente affollato. Le persone si innamorano dei Brand, si fidano di loro e credono nella loro superiorità.

Il modo in cui un Brand viene percepito influisce sul suo successo, indipendentemente dal fatto che si tratti di un'azienda, di un servizio o di un prodotto.

Tu chi sei? Chi ha bisogno di saperlo?

Come lo scopriranno? Perché dovrebbero interessarsene?

INTRODUZIONE

I Brand hanno prevalentemente tre funzioni

Navigazione

Le marche aiutano i consumatori a scegliere tra una gamma sconcertante di possibilità.

Rassicurazione

I marchi comunicano la qualità intrinseca del prodotto o del servizio e rassicurano i clienti di aver fatto la scelta giusta.

Fidelizzazione

Le marche utilizzano immagini, linguaggio e associazioni distintive per incoraggiare i clienti a identificarsi con il marchio.

COS'È LA BRAND IDENTITY?

La Brand Identity è la parte tangibile, quella che attrae i sensi. Attraverso di essa un Brand puoi vederlo, toccarlo, tenerlo tra le mani, ascoltarlo, guardarlo muoversi. La Brand Identity alimenta il riconoscimento, amplifica la differenziazione e rende accessibili idee e significati.

Il design gioca un ruolo essenziale nella creazione e nella costruzione del Brand.
Differenzia e incarna l'intangibile - emozione, contesto ed essenza - ciò che conta di più per il consumatore.

INTRODUZIONE



Luceridesign



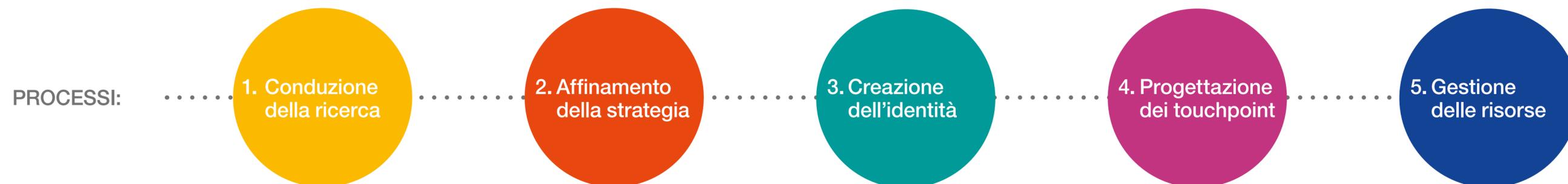
COS'È IL BRANDING?

Il Branding è un processo disciplinato e condiviso da tutta l'azienda, utilizzato per creare awareness e fidelizzare i clienti. **Consiste nel cogliere ogni opportunità per esprimere il motivo per cui le persone dovrebbero scegliere un Brand piuttosto che un'altro.**

Il desiderio di guidare, superare la concorrenza e offrire ai dipendenti gli strumenti migliori per raggiungere i clienti sono i motivi per cui le aziende sfruttano il Branding.

Quando dare inizio al processo di Branding

- Quando nasce una nuova società o un nuovo prodotto
- Quando si verifica un cambio di nome
- Quando c'è una fusione tra società
- In presenza di un brand obsoleto
- Quando bisogna creare un sistema d'identità integrato



INTRODUZIONE

Brand Touchpoints

Ogni punto di contatto tra brand e cliente è un'opportunità per aumentare awareness e fidelizzazione.



THE END