

# BRAND IDENTITY & CORPORATE IMAGE

## Voi siete il vostro marchio

Strategie innovative ed il monitoraggio continuo dei mezzi di comunicazione utilizzati sono alla base dell'unitarietà del brand e dell'azienda che lo rappresenta.

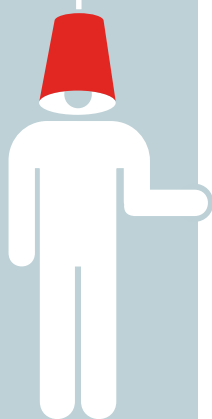
Voi siete il vostro marchio.

Quando si costituisce una società spesso si tende a dare poco peso al suo "nome" dimenticandosi che è la prima cosa che il mercato percepisce della sua attività. Ogni nome rappresenta infatti un'immagine ben definita, che racchiude in sé, una storia, un destino e che deve avere un senso. Noi vi affianchiamo nella sua scelta analizzando quanti più aspetti possibili concomitanti alla sua definizione.

Nome e studio del logo concorrono alla definizione di "immagine coordinata". Questo avviene quando i differenti fenomeni comunicativi risultano coerenti l'uno con l'altro. Questa coerenza si riferisce tradizionalmente a elementi di comunicazione visiva quali, ad esempio, loghi, colori, caratteri tipografici, impaginazione e presentazione grafica dei documenti, senza dimenticare il logo che campeggia sull'edificio della sede aziendale.

L'immagine risultante deve essere percepita all'esterno come proveniente dalla stessa entità. Naming e immagine coordinata danno luogo alla corporate identity ovvero all'immagine che un'azienda ha, o cerca di procurarsi, presso il pubblico in modo da distinguersi dai concorrenti.

E' un passaggio fondamentale e non va sottovalutato nel panorama delle azioni da intraprendere nel campo della comunicazione aziendale. L'importanza di questa coerenza rende più efficiente il processo comunicativo fornendo ai destinatari precisi punti di riferimento e inducendo un processo virtuoso di progressivo riconoscimento con conseguenze positive sul suo successo.



naming  
studio del logo  
immagine coordinata  
corporate identity

