Corporate Identity

di Paolo Franzese

Osservate le due immagini ed ora rispondete a queste domande:
- a chi chiedereste un parere sugli investimenti?
- a chi fareste fare il babysitter per i tuoi figli?
- da chi ti faresti cucinare una gustosa cena?

Così come ragioniamo per la vita reale, così ci comportiamo sul web.
Quindi cosa aspettate a dare una bella presenza al vostro sito?

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

L'immagine è molto importante, le vostre decisioni importanti sono dettate dall'immagine cheavete davanti, d'istinto decidete… prima ragionate e poi decidete…
Raramente le aziende (medio o piccole) curano per bene la loro **Corporate Identity,** molte aziende sottovalutano il fatto che la Corporate serve a costruire un identità per la propria azienda, indispensabile per relazionarsi con i clienti e con i propri fornitori.

Ma oggi cos'è diventata la Corporate Identity?

La Corporate Identity è la costruzione dell'identità di un marchio, azienda, agenzia, società, squadra di calcio. Per dirla in parole povere è il vostro logo, ciò che vi rappresenta dovunque voi andiate.

La corporate identity oggi è anche la vostra presenza sul web oltre ad essere costituita da:

- logo;
- immagine profilo dei social networks;
- header dei social;
- sito web;
- carta intestata;
- biglietti;
- buste;
- borsa con logo;
- penne e matite con logo;
- case per smartphones e tablets;
- tappetini mouse;
- penne usb
- …e tanto altro ancora;

La **Corporate Identity** deve essere semplice, chiara, appropriata ed armonica anche perché rappresenta voi e la vostra azienda. Soprattutto la **Corporate** deve vendere il servizio che offrite quando non ci siete voi a venderlo.

Quali qualità deve avere una Corporate Identity vincente?

1. **Uniformità**: *occorre che la corporate identity si fissi nella mente del consumatore attraverso immagine coordinata, brand e messaggi promozionali;*
2. **Riconoscibilità**: *distinguersi dai concorrenti non basta, occorre catalizzare il proprio business attraverso immagini, messaggi e comportamenti per emergere dalla massa;*
3. **Familiarità**: *il vostro logo/immagine deve risultare familiare agli occhi della clientela, perché quando qualcosa è familiare è più probabile che ci inspiri fiducia e quindi il cliente sarà più predisposto all'acquisto del prodotto o del servizio che voi vendete;*

Ma come deve essere la vostra immagine?

Purtroppo siamo in un'era **"SMART"** deve essere pratico e facile da comprendere di

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

conseguenza la nostra **Coorporate Identity** deve adeguarsi di conseguenza.

Un buon logo **non deve contenere immagini,** forme o foto di scarsa qualità perché queste ultime se ingrandite si andranno a sgranare rendendo il vostro logo poco riconoscibile.

Il vostro logo deve avere sempre **forme vettoriali**.

Deve essere il vestito del sarto cucito sul vostro business, molti clienti / **prosumers** riconoscono schemi **grafici noti, font noti, colori noti** e questo è molto importate perché il vostro logo inizierà a girare tra i conoscenti dei vostri clienti portando ancora di più clienti e quindi **più guadagno** senza alcun investimento in pubblicità di qualsiasi tipo .

Ora vediamo… avete un logo? Vi piace il vostro logo? Fateci sapere.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 18 Aprile 2013

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons