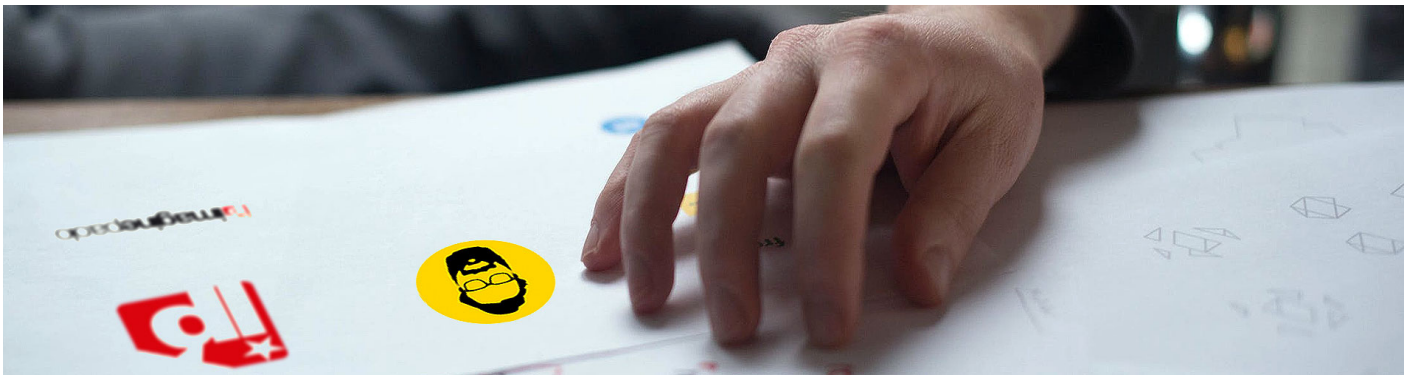
Come creare un brand di successo in 7 azioni chirurgiche

di Paolo Franzese



Come creare un brand di successo? Vediamo se riesco a risponderti.

Nel mondo esistono milioni di aziende, un'infinità di marchi, non si sa mai da dove cominciare per costruire un brand. Io ne ho fatti tanti, ma tanti. Se tu hai difficoltà, parti da questo articolo.

Come creare un brand di successo?

Un argomento discusso molto in rete e di cui mi sento pienamente coinvolto, pensa che ho trovato l'altro giorno un floppy che contiene il primo logo che ho fatto da "grafico pubblicitario" era il 1990, avevo appena 20 anni.



Uno dei miei primi loghi.

Ecco quello che secondo me **devi sapere per creare il tuo brand e renderlo di successo**, questo post lo sto scrivendo proprio per te, se sei all'inizio e vuoi **avviare la tua attività**, ma lo scrivo anche per chi ha già un'attività e magari vuole migliorare il suo brand.

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

Nella **prossima diretta** che farò nella mia community, ho deciso di parlare con voi anche di questo argomento, risponderò alle vostre domande, vi darò consigli e *fornirò aiuto a tutti gli iscritti*, fisseremo l'attenzione sull'importanza della vostra immagine, studieremo i mei casi di successo. È fondamentale curare gli aspetti della comunicazione che rendono "**eterna**" la propria immagine aziendale.

Guarda questa immagine e **ti sfido** a non ricordare l'odore, l'atmosfera di questa semplice scatola blu, ecco un **esempio** di come creare un brand di successo, di quale crema stiamo parlando? Quale brand?



Questa foto per capire la potenza di un brand di successo.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Parleremo di **brand**, **immagine coordinata**, **immagine aziendale**, **immagine personale**, il cuore della comunicazione visiva, le basi per essere riconosciuti da un determinato pubblico, dai vostri clienti.

Sono sicuro che non sai da dove cominciare, specialmente se sei all'inizio della tua attività.

> Le persone non comprano prodotti e servizi, ma relazioni, storie e magia.
> – Seth Godin

Come creare un brand di successo? Vediamo cosa significa brand.

Che cosa è il brand?

Per capire bene cos'è il brand possiamo partire dal significato della parola "**brand**", *marchiare a fuoco il bestiame*. Noi siamo abituati alla parola "**marchio**", un nome, un simbolo o la composizione di nome e simbolo. L'importante e che questi elementi devono distinguere l'azienda e i suoi prodotti dalla concorrenza. Oltre agli aspetti grafici, ai simboli, al testo, oggi uniamo il concetto di brand con l'esperienza, ecco, il brand *è ciò che è nella mente del consumatore*.





Una slide del mio seminario di Personal Branding sul significato di Brand.

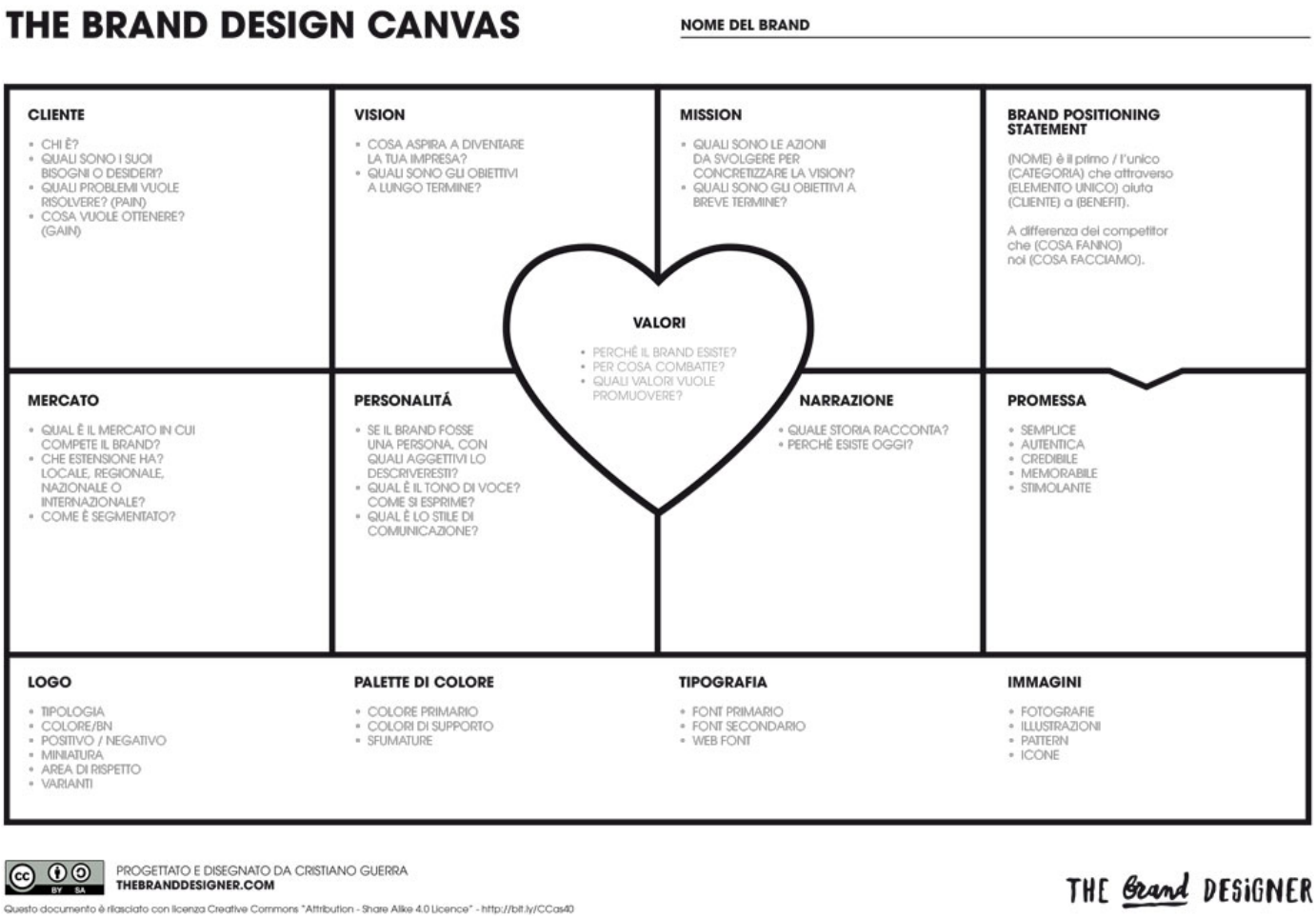
Come creare un brand di successo? Parti da alcune domande.

Come puoi creare il tuo brand?

Innanzitutto devi partire dalla piena conoscenza di chi sei, nel mio seminario chiedo: "Chi vuoi essere da grande?", la domanda che emoziona tutti. A tale scopo puoi utilizzare questo strumento che può aiutarti a definire meglio chi sei.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Il **Brand design Canvas** un modello disegnato da **Cristiano Guerra** per definire l'identità interna ed esterna (logo, colori, tipografia e immagini) di un brand:



Iscriviti alla newsletter e potrai avere altro materiale per il tuo successo.

Come creare un brand di successo? Diffondi la tua immagine ovunque.

Brand Identity (identità di marca)

Le risposte a queste domande ti permetteranno di definire bene la tua identità, **solida** e **chiara**. Questa identità deve essere **forte**, **unica** e **duratura** per essere scelto dai tuoi clienti e per farti spazio tra i tuoi concorrenti (**competitors**). L'identità di marca è l'insieme di tutti questi elementi distintivi.

Come creare un brand di successo? Scegli il tuo nome giusto.

Come si sceglie il nome?

Esistono molti modi per elaborare un "**naming**" giusto di successo, la prima cosa che devi fare è la *ricerca*. Devi diventare consapevole di ciò che è stato già fatto, è qui che nasce la vera

creatività, dalla consapevolezza, senza consapevolezza farai un lavoro inutile. Potrai commettere l'errore di creare un duplicato, inconsapevolmente. Questo è quello che dico sempre ai miei seminari "la conoscenza semplifica la vita", quindi mettiti all'opera e cerca in rete.

> @imaginepaoloCome scegliere il nome per il tuo brand? ##brand ##dogitalcoach ##naming ##logo ##weareimaginers ##graficdesign ##graficapubblicitaria ##perte ? suono originale – imaginepaolo

Scegli tua categoria e studia la concorrenza, **cerca in Google**, vedi cosa hanno fatto gli altri. Un mio consiglio, **considerando che poi dovrai creare un sito** è di controllare anche se il nome scelto ha un dominio libero (**On Line Brand Protection**), puoi controllarlo sui siti di registrazione dei domini se il nome risulta disponibile o meno.

Il nome deve essere **corto**, **semplice**, **memorizzabile**, **unico**, **originale**, **positivo**, **semplice** da leggere e semplice da scrivere. Pensa un nome e poi gioca con le lettere, sposta, sostituisci, etc… Ovviamente cerca di rendere il nome, **rassicurante**, specialmente in questo periodo di quarantena, **hanno vinto i brand "rassicuranti"**, **conosciuti**.

Ma come si fa a scegliere un nome efficace? La prima idea e forse la più "pigra" e semplice, è utilizzare il nome e cognome, si parla di **Branding Eponimo**, infatti si dice così quando un personaggio, l'eponimo, reale o fittizio, dà il suo nome a una città, un luogo geografico, una dinastia, un periodo storico, un movimento artistico, o altro. L'esempio più evidente tra i miei brand è "**Cira Lombardo**", ho scelto insieme alla mia cliente di rendere brand il nome e cognome.

Poi c'è che si orienta per gli **acronimi**, oppure nomi composti. Nomi descrittivi del prodotto, espliciti, ad esempio "**Auto Sposi Napoli**", "**ASN Service**", un mio successo per quanto riguarda il noleggio auto per matrimoni, oppure "**ACEP**" Autori Compositori Editori Produttori,…

Nomi composti "**Di Fiore** Fotografi", "**FotoEma**" Fotografia ed Emanuele, od anche nomi completamente inventati, "**QUICKLY**". Ci sono tanti esempi e metodi per "creare" il nome giusto per la tua attività, ma occorre **creatività**, **conoscenza**, **esperienza**, occorre produrre un' *idea che diffonda un'emozione*.

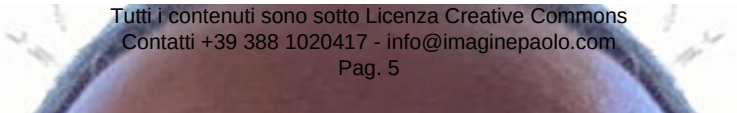
Come creare un brand di successo? Sii riconoscibile in pubblico.

Corporate Identity (immagine coordinata)

Il tuo brand deve essere immediatamente riconoscibile in pubblico. Uno degli aspetti più importanti che determina l'efficacia e il successo di un brand è quello di avere un'**immagine coordinata** impeccabile.

L'immagine coordinata, conosciuta anche come **corporate identity**, è sostanzialmente l'insieme degli elementi grafici che costituiscono la comunicazione aziendale, ovvero il **sito web**, il **logo**, la **carta intestata**, i **biglietti da visita** e via dicendo. Tutti questi elementi devono avere uno stile ben definito e coerente, devono permettere al pubblico di riconoscere immediatamente il tuo brand.

Questa è la mia specialità, **creare l'immagine coordinata**, inserire il logo ovunque, rispettare i colori, la "voce" del tuo brand. Io ritengo, che tutto debba essere visto in ottica "**corporate identity**", dalla stampa, ai social, al web… Alle mascherine.



su tutti i supporti.

Come creare un brand di successo? Segui questi consigli.

Quali caratteristiche deve avere il logo?

Queste sono le caratteristiche di un logo efficace:

- **Semplice**, **scalabile**, le regole della semplicità sono sempre valide. Less is more!
- **Accattivante**, **carismatico**, meglio un logo bello che un logo brutto, pulito e chiaro, così il logo sarà anche d'impatto;
- **Apparenza**, **versatile**, oggi l'utilizzo dei loghi è dalla stampa, su vari supporti, al web, in varie dimensioni. Devi poter stampare il logo su qualsiasi superficie. Spesso mi è capitato di ricevere dei loghi fatti in jpg, come immagini. Errore gravissimo! Ricordati che il logo deve essere consegnato in vettoriale, sviluppato con programmi per lavorare il tratto, il logo deve essere composto da linee e riempimenti;
- **Longevo**, **immortale**, attento a collegare il logo ai trend, il logo non deve avere tempo;
- **Originale**, io consiglio di partire dalla carta, da schizzi, disegni, tratti, etc… anche prendere spunto dalla firma può essere una buona idea. Ricordati, o ti distingui o ti estingui.

In effetti una regola utile è anche questa, raramente i loghi rappresentano l'azienda nei loro tratti guardiamo questa lista di loghi:

- **Adidas** non ha per logo una scarpa;
- **Mercedes** non ha per logo una macchina;
- **Huawei** non ha per logo un cellulare;
- **McDonald's** non ha per logo un panino;

Hai creato il tuo marchio, ora puoi **renderlo tuo legalmente**.

> Le persone non acquistano ciò che fai, acquistano il perché lo fai.
> – Simon Sinek

Come creare un brand di successo? Alla fine registra il tuo brand.

Come registrare un marchio?

Avere anche il **marchio registrato,** logo ®, è un bel segnale distintivo, di tutela e di lavoro "**ben fatto**".

Ma come si fa? Innanzitutto bisogna avere la certezza che il tuo marchio sia "**originale**", che non sia una copia, per questo io dico di partire dalla carta, dai tratti personalizzati dal **disegno vero e proprio**

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

.



Chiunque, persona fisica o giuridica, può accedere alla registrazione purché utilizzi il marchio entro 5 anni.

Prima di procedere devi avere questi documenti: **lettera d'incarico**, **certificato C.C.I.A.A.**, **eventuale liberatoria**, **tutela privacy**, **ordine**, **eventuale esemplare del marchio** (registrare un marchio in Italia).

Ci sono dei costi da affrontare che dipendono da fare o meno la ricerca d'**anteriorità nazionale e comunitaria**, ricerca d'**anteriorità internazionale** (marchi estesi in Italia per via internazionale) e poi procedere al **deposito decennale italiano** o **internazionale** nelle **classi merceologiche**, il costo di un marchio varia in base a **2 fattori** determinanti:

- per quali stati vuoi registrare il marchio;
- il numero di **classi** secondo la CLASSIFICAZIONE INTERNAZIONALE DEI PRODOTTI E DEI SERVIZI che vuoi coprire con il tuo marchio.

Quindi il costo è variabile ma generalmente la registrazione di un marchio ha un costo che parte dai **180 euro** fino ad arrivare ad un massimo di circa **300 euro**. In **Italia** le tasse sono di circa 177 Euro per 10 anni con una classe inclusa e per tutti gli altri 28 Stati UE le tasse sono di 850 Euro per 10 anni, sempre una classe inclusa.

Per il deposito/il costo per registrare un logo italiano, il costo parte da **500 Euro**, oltre agli accessori (IVA, contributi previdenziali). Qualora ci siano molteplici classi merceologiche da tutelare, ci sarà un costo aggiuntivo compreso in un range di **50/200** Euro.

Il mio consiglio è sempre quello di affidarsi ad un **esperto specializzato in brevetti**.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Come creare un brand di successo? Chiedimi e ti sarà dato.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 18 Maggio 2020

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons