



# COSTRUIRE UN BRAND SOLIDO IN UN MONDO DI NUOVE OPPORTUNITÁ.

Il Percorso specifico per la creazione,  
definizione e lancio di un **Brand** sul  
mercato.





# DA DOVE INIZIO?

Desideri posizionarti sul mercato, ma le variabili sono molte.



## CASO 1

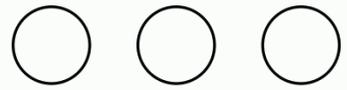
Hai deciso di metterti in proprio ed avviare la tua StartUp, **ma non hai chiaro come presentarti**, come differenziarti e con chi ti confronterai sul mercato.

## CASO 2

hai già un attività, ma senti di aver **lavorato** finora per il tuo Brand un po' "a sentimento" e non è chiara l'identità del tuo business.

## CASO 3

la tua azienda è cresciuta e **non ti rispecchia più**, hai bisogno di rivedere tutto, dall'identità del brand ai tuoi obiettivi.



Per **Brand Identity** si può intendere l'insieme dei codici interlinguistici, visuali, verbali, testuali, sonori, olfattivi e tattili, che coinvolgono i sensi dell'essere umano. Questi, coerentemente con gli **obiettivi strategici**, hanno il compito di rendere tangibile e riconoscibile un'entità (azienda/persona), consentendo sia di differenziarsi, sia un'evocazione del suo **modo di essere** e di pensare.

**Il Brand è un generatore di valore aggiunto percepito.**

# BRAND E RELAZIONI

Il nuovo rapporto preteso dai Brand non è più la transazione economica, ma la **relazione**. I Brand devono diventare **Brandfriendly**, a misura di cervello e di relazioni. In un'era in cui la realtà è sostituita dalla **percezione**, in cui il "vero" non è ciò che si crede essere, ma ciò che pensa un determinato numero di persone, il brand funziona solo con un approccio in grado di **coinvolgere emotivamente un pubblico** grazie a **ciò che si è** e non ciò che si fa.



# IT'S TIME

É tempo di definire il tuo **Brand** e posizionarti sul mercato con la tua unicità.



## PERCHÉ?

Come ogni mercato in crescita è naturale e sano veder crescere anche la **concorrenza**.

**Posizionarsi** per tempo e con il corretto processo fa la **differenza**.

## INOLTRE...

un processo creativo e di indagine necessita tempo, come ogni cosa di **valore**. Per non trovarti impreparato davanti ad un potenziale cliente, **inizia ora**.

*Sii il* <sup>uo</sup> **Brand**  
Life e Business Coaching per Brand Identity



# IL PERCORSO

Cosa significa esattamente  
**posizionarsi sul mercato** con  
un Brand forte?

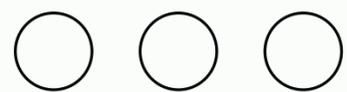


CONSOLIDARE UN'IDENTITÀ  
CHIARA E COERENTE

**Fare chiarezza su sé stessi,**  
conoscere i propri punti di forza e  
trasformarli nel tuo business.

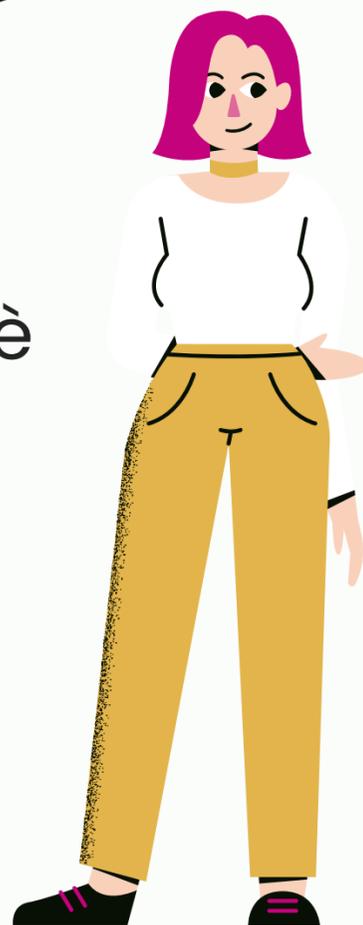
ESSERE RICONOSCIUTO DAL  
PROPRIO TARGET

Il **cliente oggi è parte attiva del  
Brand** e come tale contribuisce al  
valore e allo sviluppo dello stesso.  
Coinvolgere il proprio target  
**eticamente ed emotivamente**  
diventa attività costante e  
funzionale del Brand.



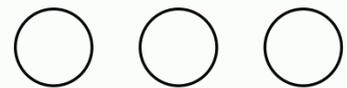
# COME LO FACCIAMO

Il Branding lavora su concetti come **Scopo, Vision, Mission, Valore Percepito** ed il **Coaching** è il metodo migliore per scoprire, comprendere e concretizzare questi pilastri.



In un mercato che offre ogni genere di opportunità, **sapersi distinguere** e soprattutto **essere coerenti** con ciò che si offre, come diciamo noi “essere la rappresentazione vivente di ciò che si fa”, è l’unica via per fare bene il proprio lavoro e prosperare da esso.

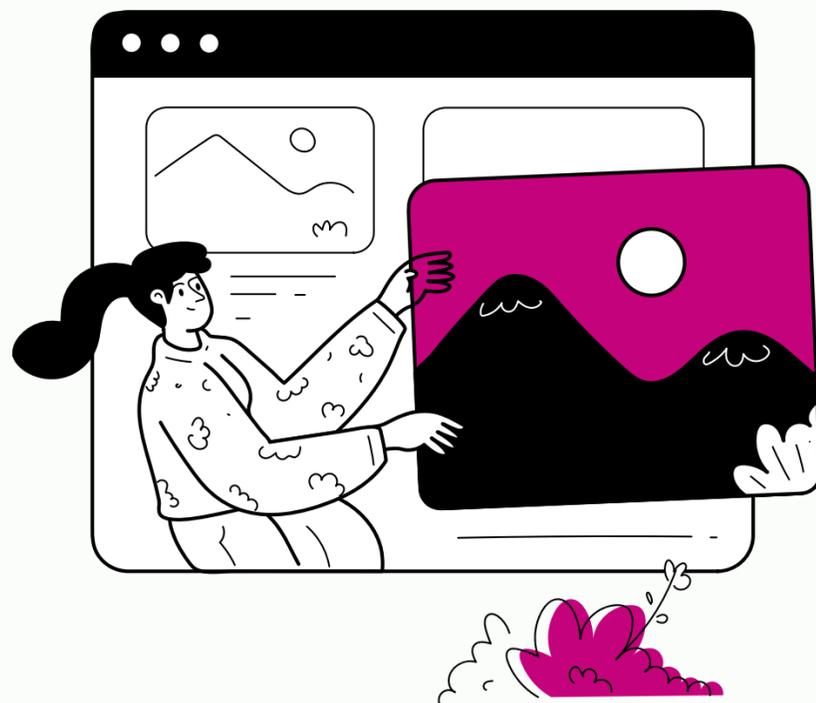
Uno degli obiettivi del Branding per Coach è di portare l’individuo alla realizzazione e lo sviluppo del proprio Brand partendo da sé.



# SU COSA SI LAVORA



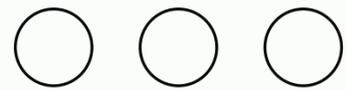
Definizione del tuo asset personale: andiamo alla ricerca delle tue **potenzialità, valori** e abilità migliori e le direzioniamo per il tuo scopo;



Gli **obiettivi della tua comunicazione:** cosa raccontare, come e attraverso quali canali;



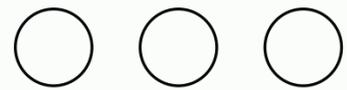
Identificazione dei **punti di forza:** ciò che funziona meglio per la tua comunicazione;



# SU COSA SI LAVORA



- ✓ La tua **proposta di Valore** e l'analisi dei competitor;
- ✓ Creazione del profilo dei tuoi **target** potenziali;
- ✓ La **personalità** che rispecchia il tuo Brand;



# GLI STEP

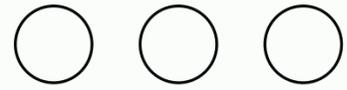
Vediamo passo passo le aree che vengono sviluppate con il percorso di **Branding Coaching**



## Fase 1 Analisi



É fondamentale come primo passo fare un'analisi del presente, un'analisi dei competitor ed un'analisi dei punti di forza e di debolezza già in essere o potenziali.

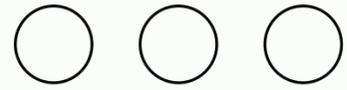


# Fase 2 Definizione del Brand

- Obiettivi comunicativi;
- Scopo, Vision e Mission
- Valori;
- Personalità;
- Tono di Voce.

Gli elementi che compongono il tuo Brand unico.



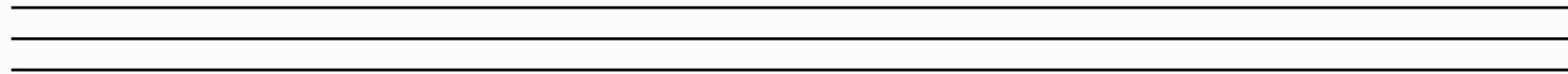
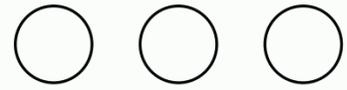


# Fase 3 Posizionamento

Come ti differenzi dagli altri?  
Qual è la tua proposta di Valore?  
Perché te piuttosto che un altro professionista?  
A chi ti rivolgi precisamente e come?

Per ognuna di queste domande, strumenti e sotto domande specifiche, fanno emergere le risposte che servono per proseguire...





# Fase 4 Visual Identity

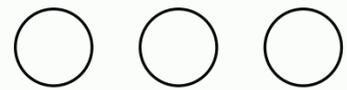
Cosa vedono del tuo Brand?

Immagini, Logo, Colori, Tipografia,  
Packaging, sito web, grafiche social,  
merchandising...

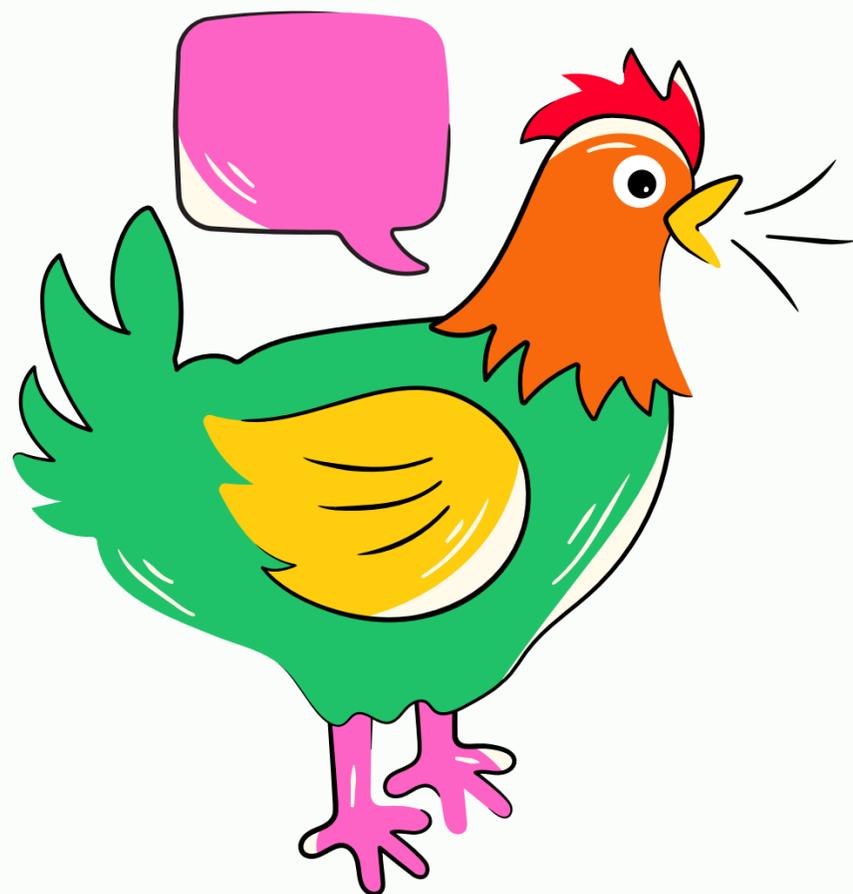
Tutto parla di te.

7





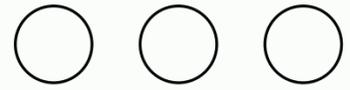
# Fase 5 Comunicazione



Si dice che c'è un animale che ha inventato il Marketing: la **Gallina**, perché quando fa l'uovo canta (lo comunica).

E ora? Come si comunica tutto ciò che è emerso?

Storytelling, Emozioni, piano editoriale, scelta dei mezzi di comunicazione più adatti al brand, strategie...

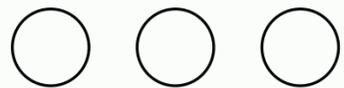


# Fase 6 Brand Experience

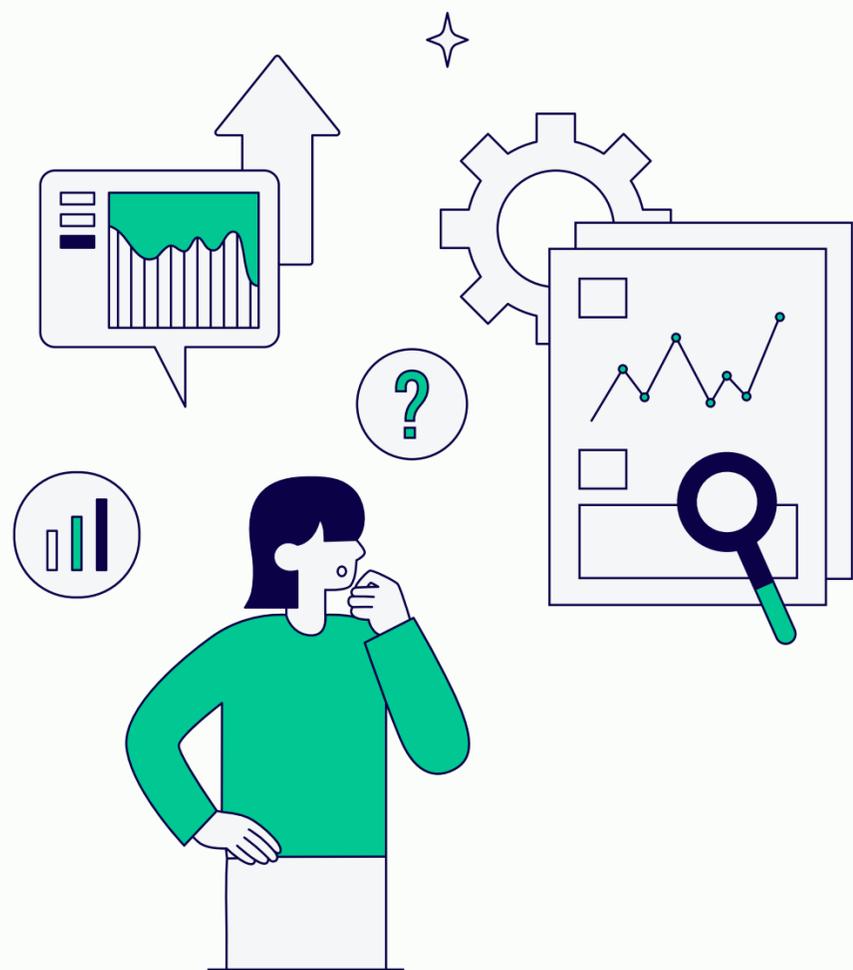
Come fanno esperienza del tuo prodotto o servizio i tuoi clienti? E quelli potenziali?

Prima di acquistare o per fidelizzare, il cliente vive internamente diversi step cognitivi e comportamentali che, se opportunamente diretti, accompagnano passo passo all'acquisto e alla fidelizzazione.





# Fase 7 Misurazione



Ora che siamo alla fine di tutta la costruzione, come misuriamo i risultati?

Da buoni Coach questa fase non può mancare, perché è la risposta al lavoro svolto sulla base degli obiettivi prefissati.

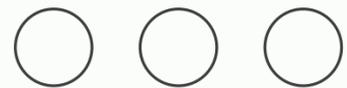
Come sta andando il tuo Brand? Quali sono gli elementi di misurazione per sapere che siamo sulla buona strada?



Tutto il lavoro, della durata di circa 6 mesi, viene redatto su un documento di **Brand Identity**.

Questo ha lo scopo di essere il documento di riferimento “senza tempo” per ogni iniziativa, comunicazione, partnership, crown funding, progetti futuri.





# **RICHIEDI UNA CALL GRATUITA**



**EMAIL**

[progetti@ilpassosuccessivo.it](mailto:progetti@ilpassosuccessivo.it)



**WHATSAPP**

+39 3792087517