

I 10 Passi essenziali per creare un brand autentico e riconoscibile

Creare un brand che risuoni con il tuo pubblico e si distingua dalla massa richiede un approccio strategico e creativo. Questo workbook ti guiderà attraverso i 10 passi essenziali per definire un'identità di marca forte e autentica.

Passo 1: Immergiti nel Tuo "Perché"

- Qual è la tua mission? Qual è il tuo scopo più profondo?
- Quali sono i tuoi valori fondamentali? Cosa guida le tue azioni?
- Cosa ti spinge a fare quello che fai ogni giorno?

Esercizio: Scrivi una breve dichiarazione della tua mission e dei tuoi valori.

Passo 2: Conosci il Tuo Pubblico Ideale

- Chi sono i tuoi clienti ideali? Quali sono i loro bisogni, desideri e sfide?
- Dove trascorrono il loro tempo online e offline?
- Cosa li motiva e cosa li influenza nelle loro decisioni?

Esercizio: Crea un profilo dettagliato del tuo cliente ideale.

Passo 3: Analizza il Tuo Mercato e i Tuoi Competitor

- Chi sono i tuoi principali concorrenti? Quali sono i loro punti di forza e di debolezza?
- Come si posizionano nel mercato? Qual è la loro brand identity?
- Quali sono le opportunità e le minacce nel tuo settore?

Esercizio: Crea una tabella comparativa dei tuoi principali competitor.

Passo 4: Definisci la Tua Proposta di Valore Unica

- Cosa ti rende diverso e speciale rispetto alla concorrenza?
- Qual è il beneficio unico che offri ai tuoi clienti?
- Perché dovrebbero scegliere te?

Esercizio: Scrivi una dichiarazione chiara e concisa della tua proposta di valore unica.

Passo 5: Esplora il Tuo "Limbo Creativo": Trova l'Essenza del Tuo Brand

- Se il tuo brand fosse una persona, come sarebbe? Quale sarebbe la sua personalità?
- Quali emozioni vuoi suscitare nel tuo pubblico?
- Qual è la "sensazione" che vuoi che il tuo brand trasmetta?

Esercizio: Utilizza parole chiave, immagini e metafore per descrivere l'essenza del tuo brand.

Passo 6: Scegli il Tuo Nome e il Tuo Tono di Voce

- Il tuo nome è memorabile, facile da pronunciare e in linea con la tua essenza?
- Qual è il tono di voce che utilizzerai nella tua comunicazione (formale, informale, amichevole, autorevole, ecc.)?
- Il tuo tono di voce è coerente con la tua personalità di brand e il tuo pubblico?

Esercizio: Brainstorming di possibili nomi e definizione delle linee guida per il tuo tono di voce.

Passo 7: Dai Forma alla Tua Identità Visiva: Logo, Colori e Tipografia

- Il tuo logo è semplice, riconoscibile e versatile?
- La tua palette di colori riflette l'essenza del tuo brand e suscita le emozioni desiderate?
- La tua tipografia è leggibile e in linea con la tua personalità di brand?

Esercizio: Raccogli ispirazioni visive e inizia a definire i tuoi elementi grafici chiave.

Passo 8: Crea la Tua "Storia di Marca" (Brand Story)

- Qual è la storia dietro il tuo brand? Come è nato?
- Quali sono le sfide che hai superato?
- Qual è la narrazione che connette il tuo brand al tuo pubblico a un livello emotivo?

Esercizio: Scrivi una bozza della tua storia di marca.

Passo 9: Definisci le Tue Linee Guida per la Brand Identity

- Documenta tutti gli elementi chiave della tua brand identity (mission, valori, pubblico, proposta di valore, personalità, tono di voce, logo, colori, tipografia, ecc.).
- Crea un documento di riferimento che garantisca coerenza in tutte le tue comunicazioni.

Esercizio: Inizia a compilare il tuo manuale di brand identity.

Passo 10: Vivi e Comunica la Tua Brand Identity con Coerenza

- Assicurati che la tua brand identity sia riflessa in ogni punto di contatto con il tuo pubblico (sito web, social media, materiali di marketing, servizio clienti, ecc.).
- Sii coerente nel tuo messaggio e nella tua identità visiva nel tempo.
- Ascolta il feedback del tuo pubblico e sii pronto ad adattare la tua brand identity se necessario, mantenendo sempre la tua essenza.

Conclusione

Creare un brand riconoscibile è un viaggio continuo, ma seguendo questi passi e rimanendo fedele alla tua essenza, potrai costruire una connessione duratura con il tuo pubblico e distinguerti in un mercato affollato. Inizia oggi stesso a dare forma al tuo marchio!

Come vogliamo che il mondo ci conosca, quali sono i colori che ci rappresentano, le parole che vorremmo fossero associate, e il logo che sentiamo e desideriamo resti nella memoria del nostro cliente perché torni sempre a pensarci quando avrà bisogno di quello che noi facciamo.

A volte arriva come un fulmine a ciel sereno, a volte ci vogliono molte sedute. Ma il senso è che non dobbiamo dimenticare che è attraverso il brand che noi ci mostriamo agli altri.

Cerchiamo di essere onesti e consistency per non perdere di credibilità e al contrario rafforzarci sempre di più nella direzione che abbiamo scelto.