



IL CONSUMO CHE
CI PIACE

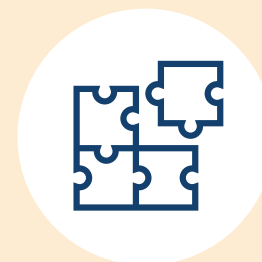


Comunicazione



fase 6 - COMUNICAZIONE

Finalmente siamo arrivati alla fase più entusiasmante: quella in cui decideremo il **nome della nostra azienda** e il **nome del prodotto o servizio** offerto; ma anche quella in cui daremo spazio alla **creatività**, definendo tutti gli aspetti della **comunicazione**.





fase 6 - COMUNICAZIONE

Cominciamo dal **nome** della nostra start up.

Cosa vogliamo comunicare:

- 1 Una forte **innovazione** e tecnologia?
- 2 Il recupero della **tradizione** locale?
- 3 Una particolare scelta di **sostenibilità**?
- 4 Un'alleanza con i **consumatori**?

Ricordate che il **nome** deve essere **facile da ricordare**, deve **trasmettere la ragione d'essere** della vostra start up, e deve essere immediatamente **leggibile** per tutti (in caso di inglesismi).



fase 6 - COMUNICAZIONE

Ognuno di voi deve scrivere autonomamente **3 proposte di nome**, che poi dovranno essere **condivise con la classe**, attribuendo ad ogni singola proposta un **voto**.

Procedete gradualmente, attraverso progressive sessioni di voto, cercando ogni volta di eliminare solo le soluzioni che ricevono meno voti in assoluto (ad es. le 20 meno votate).

Cercate di **argomentare le scelte**, così che la decisione sia il più possibile ragionata.





fase 6 - COMUNICAZIONE

IL LOGO

Ed ora spazio alla creatività:

dobbiamo elaborare il **marchio dell'azienda**.

Anche in questo caso, cercate prima di sviluppare autonomamente la **vostra personale soluzione** di logo, per poi procedere alle fasi di votazione.

MIX APPEAL

Sperimentate anche la **commistione di loghi diversi**.

A volte un logo presenta una soluzione originale che, se opportunamente inserita in un altro logo, porta ad un risultato finale superiore.



fase 6 - COMUNICAZIONE

Alcune regole per sviluppare un buon LOGO

- I caratteri devono essere di facile lettura
- Non usare una clip-art
- Il logo deve essere riconoscibile in bianco e nero e quando è scalato
- Non abusare di effetti speciali (gradienti, ombre, riflessi, raggi di luce...)
- Il logo deve essere inscrivibile all'interno di una forma definita (quadrato, cerchio)
- Progettare il logo considerando le diverse applicazioni, le diverse forme e i diversi luoghi in cui verrà utilizzato
- Il logo avrà segni forti per concetti forti e segni morbidi per concetti morbidi
- Non utilizzare più di due font e più di 3 colori
- Ogni elemento del logo deve essere allineato (sinistra, centro, destra, in alto o in basso)
- Sbarazzarsi di tutto ciò che non è assolutamente necessario
- Il logo dovrebbe avere un equilibrio visivo



fase 6 - COMUNICAZIONE

IL NOME DEL PRODOTTO

È ora il turno di ideare il **nome e il marchio del prodotto o servizio** che vogliamo offrire sul mercato. Procedete esattamente con la stessa metodologia utilizzata per individuare nome e marchio dell'azienda: **proposte singole e votazioni democratiche.**

Molto spesso le start up hanno un nome che coincide con il prodotto o servizio che le contraddistingue.



Può funzionare anche per la vostra realtà?



fase 6 - COMUNICAZIONE

IL CLAIM

Tutti gli sforzi che avete fatto nella fase precedente per individuare le **argomentazioni** di vendita troveranno ora una **interpretazione creativa**.

Oltre al nome, infatti, dovete identificare uno **slogan**, una **frase breve ed efficace**, in grado di sintetizzare con brio, ironia e intelligenza le **qualità della vostra offerta**.

Ormai il metodo per procedere vi è sicuramente chiaro: via con le proposte e con le votazioni!



fase 6 - COMUNICAZIONE

IL VISUAL

Prima di impostare la nostra campagna di comunicazione, dobbiamo definire con quale **approccio grafico** vogliamo presentare il nostro prodotto o servizio.

1

Cosa vogliamo raccontare con l'immagine?

2

Quali colori esprimono meglio il concetto?

3

Scegliamo una fotografia o una illustrazione?

4

Quale carattere è più efficace: tecnico, simpatico, elegante?



Forza, è il momento di CREARE!



fase 6 - COMUNICAZIONE

LA CAMPAGNA

Come tutte le start up che si rispettino, non potete contare su investimenti importanti per promuovere il vostro prodotto o servizio: niente spot televisivi, niente giornali, niente radio.

Abbiamo i SOCIAL!

Scegliete un **canale social che ritenete più adatto** per intercettare il vostro pubblico.

Aprirete sul canale scelto un profilo della vostra azienda, cercando di **presentare emotivamente la vostra start up: raccontate la vostra idea** con il visual che avete ideato, con un video o con le parole.





fase 6 - COMUNICAZIONE

Ed ora fateci vedere cosa avete prodotto e come lo avete comunicato.

Inviare al tutor, attraverso la form,

il link per visualizzare la vostra pagina social:

la sintesi ultima di tutto il vostro sforzo creativo.





IL CONSUMO CHE
CI PIACE

BUON LAVORO!