



L'immagine che fa grande l'azienda

La comunicazione di un'azienda è un'attività vasta e complessa, che comprende tutto quanto concorre a dare visibilità e valore al brand: l'immagine coordinata, la comunicazione istituzionale e di prodotto, la pubblicità, gli eventi, il punto vendita, il packaging, le iniziative di marketing eccetera.

Questa particolare attività, tanto vasta da coinvolgere varie entità aziendali necessita, per produrre risultati apprezzabili, della conoscenza dei diversi canali della comunicazione e della loro applicazione attraverso la sinergia reciproca di enti e competenze professionali. Spesso le aziende improvvisano un "fai da te" del tutto nocivo per l'efficacia del processo a causa della mancanza di coordinazione delle proprie azioni. Infatti, ogni singola fase eseguita in un'ottica di sviluppo della comunicazione va eseguita, pianificata e processata in modo razionale e ragionato senza fare "tentativi a vuoto", pur sempre mantenendo un approccio creativo. Ecco perché diventa opportuno affidarsi alle mani esperte ed alla consulenza di un'agenzia.

L'immagine aziendale è un elemento fondamentale, è ciò che caratterizza la presenza dell'azienda sul mercato e ne determina la sua riconoscibilità. Proprio per questo diventa fondamentale che la corporate identity sia il risultato di un processo di creazione coordinato e riconoscibile, giusta declinazione del logo aziendale. Quest'ultimo, infatti, deve sintetizzare l'idea, il processo produttivo e la sostanza dell'azienda ed

essere allo stesso tempo "tanto familiare" da poter essere riconosciuto; in ultimo, dev'essere insolito e particolare per poter essere ricordato.

Tutti gli elementi fondamentali dell'identità aziendale (oltre al marchio/logo anche caratteri e colori istituzionali) necessitano di essere definiti all'interno di un progetto comunicativo complessivo.

Infatti un aspetto fondamentale della comunicazione aziendale è dato dal "coordinamento" di questa in modo da costruire un unico stile identificabile, ecco perché oltre alla fase creativa iniziale, la definizione dell'immagine aziendale comprende la progettazione e realizzazione del coordinato base (carta intestata, buste e biglietti da visita), della modulistica interna ed esterna, di cartelle e contenitori porta documenti e della comunicazione istituzionale (monografia aziendale, relazione di bilancio, annual report).

Molte sono le ditte che oggi decidono consapevolmente di registrare il proprio marchio d'impresa dato che in un panorama economico globalizzato, la capacità operativa e la competenza riferita al proprio nome o marchio distintivo acquista un'importanza fondamentale per lo sviluppo e la tutela del business aziendale. Il logo infatti è testimone e risultato di anni di lavoro, di capacità acquisite e di scelte perseguite, magari anche con investimenti economici rilevanti, ecco perché merita quindi di essere tutelato da plagio e contraffazioni.

In ultimo non sono da sottovalutare le azioni di promozione e la vendita dei propri prodotti e servizi: per far questo nasce la necessità di utilizzare una vasta gamma di supporti promozionali quali folder e schede, depliant, volantini, cataloghi, listini, cartoline, adesivi nonché supporti informativi come manuali, opuscoli tecnici e libretti istruzione, che, per coerenza comunicativa e coordinamento d'immagine, devono essere ideati all'interno di un unico progetto editoriale.

