PERCHÉ?

Più o meno consapevolmente, ogni azienda o istituzione ha una propria personalità o identità aziendale e ogni suo atto comunicativo ne è intriso.

LINK UTILI

- www.rateservizi.it

COS'È E PERCHÉ È IMPORTANTE LA CORPORATE IDENTITY?

La Corporate Identity nient'altro è che l'immagine che una società presenta di sé nei confronti del mondo, sia esterno che interno.

È strettamente collegata al piano strategico per il posizionamento di una società. Nello studio del posizionamento di un brand è fondamentale individuare e definire un'identità ben precisa e integrarla coerentemente con la strategia definita.

Avere una strategia definita significa essere percepiti con maggiore precisione, in meno tempo e con un minor investimento economico.

La Corporate Identity si costituisce di **tre componenti fondamentali**.

1 - LA CORPORATE IMAGE

È l'**identità visiva** dell'azienda.
I principali elementi dell'identità visiva di un brand sono il logo, il sistema di colori e i caratteri tipografici.
Tutti questi elementi vengono uniti un'identità visiva chiara e univoca che dovrà trasmettere tutti i messaggi e i valori dell'azienda.

L'identità visiva sarà poi declinata in modo coerente su tutti i canali di comunicazione utilizzati dall'azienda, nella cosiddetta **immagine coordinata**:

- biglietti da visita
- carta intestata e altri supporti cartacei
- sito web
- banner
- grafiche per i social network
- packaging
- video

Al fine di mantenere la coerenza in tutti gli aspetti visuali della comunicazione aziendale è utile realizzare il **manuale d'identità visiva**, una vera e propria guida per la realizzazione di tutto il materiale, cartaceo e on-line, di cui l'azienda ha bisogno per le sue attività di comunicazione, interna ed esterna.

2 - LA CORPORATE COMMUNICATION

La comunicazione d'impresa, interna o esterna, altro non è che la pianificazione strategica di tutta la comunicazione aziendale. Inutile dire che è un aspetto di fondamentale importanza. Spesso, infatti, è proprio il modo in cui l'azienda comunica a dettare la percezione del brand e il suo successo.

Strettamente legata a promozione e marketing, **la corporate communication ha tra i suoi scopi primari quello di legare indissolubilmente il brand all'azienda.**

3 - LA CORPORATE BEHAVIOUR

Definisce eticamente e strategicamente il comportamento dell'azienda nei confronti del mondo esterno. Strumento principe della corporate behaviour sono ovviamente le **pubbliche relazioni**.

Appare subito chiara l'importanza della corporate identity. Data la complessità e l'importanza dell'argomento solamente un'analisi ben strutturata può portare alla realizzazione di un progetto valido che faccia emergere l'identità aziendale.

Lo sviluppo di una strategia di corporate identity può aiutare a identificare e gestire sistematicamente le strutture, i temi e la personalità di una società. Il programma individuato dovrà poi diventare la linea guida per tutte le attività aziendali. In questo modo sarà possibile perseguire i propri obiettivi di business senza apparire incoerenti e senza disperdere le risorse, o ancor peggio incappando nell'errore di inviare messaggi incoerenti.
Ricordate che una società comunica attraverso tutto ciò che fa o non fa, ventiquattro ore al giorno.

Hai bisogno di una consulenza per definire o migliorare la tua brand identity?
#chiediloarateservizi