

COME APRIRE UN BAR

Marketing e comunicazione

Identità visiva

L'identità visiva di un brand comunica ciò che rende unica un'impresa rispetto ad altre dello stesso settore.

È uno strumento per:

- Rappresentare i valori e far parlare il marchio in modo distintivo;
- Raccontare le specificità e gli aspetti immateriali del proprio marchio;
- Introdurre un linguaggio visivo e uno stile di comportamento univoco e condiviso

Ogni brand deve avere un valore o un attributo su cui costruire la propria identità; questa deve fondarsi sulle qualità proprie dell'azienda, può essere perciò costruita, ma non inventata.

Lo sviluppo dell'identità visiva, dal punto di vista tecnico, comprende la progettazione di una serie di elementi grafici per accrescere la reputazione e la coscienza dell'azienda.

Promozione prodotti

Per fare in modo che il maggior numero di persone possa riconoscere e apprezzare le qualità di prodotti e servizi, è necessario combinare più attività strategiche di promozione.

Per capire quali sono le strategie migliori per far conoscere i prodotti ai clienti è necessario cominciare da un'analisi attenta delle loro caratteristiche, degli obiettivi che ci si prefigge e del budget che si intende stanziare.

Dal marketing relazionale, all'uso di espositori, cartelli, brochure, capi di abbigliamento brandizzato, oggi le possibilità promozionali sono molteplici e possono essere usate, quando le circostanze lo richiedono, in mix. Anche l'intrattenimento, la creazione di eventi e degustazioni, nonché corsi ed esposizioni sono mezzi attraverso cui è possibile fidelizzare i clienti, aumentare la clientela e i margini di guadagno.

E oggi il web e i social network sono essenziali per creare un rapporto comunicativo diretto con una ben delimitata fetta di consumatori, che possa poi parlare bene dei prodotti ad altri e essere informata in tempi brevissimi.

Comunicazione digitale

Sito internet, servizi di social network (Facebook, Twitter ed Instagram), blog, forum, e-mail sono i nuovi strumenti mediatici, sempre in evoluzione, che ci permettono di far arrivare il nostro messaggio in tempi velocissimi alla nostra clientela.

Per "esistere" come azienda, oggi non si può prescindere dalla rete. Gli esperti in comunicazione digitale si occupano della creazione di siti internet che siano in linea con l'identità del brand e creano contenuti in grado di migliorare il posizionamento dello stesso sito nei motori di ricerca.

Avere nozioni e consulenti che gestiscano questa parte della comunicazione è aspetto importante per dotare la propria attività di una marcia al passo con i tempi.

