



BRANDING FERRAMENTA

Proposta Essential

Perché è importante un buon branding?

Naming, logo, brochure, depliant, espositori e altro ancora, raccontano chi siete ancor prima dei prodotti che vendete. In un mercato altamente affollato, una brand identity forte è l'unico mezzo a disposizione per qualsiasi attività commerciale fronte strada che voglia farsi notare. Sottovalutare ciò, può essere un errore fatale per la tua ferramenta!

Una buona immagine istituzionale è indispensabile per ogni attività, comprese le ferramenta di qualsiasi dimensione!



Come mai alcuni concorrenti hanno più clienti, anche se ho i prezzi migliori?

Se il tuo negozio non si fa ricordare, o peggio è mal organizzato e “non invitante”, se la tua immagine istituzionale non è impattante sul web quanto su tutto il materiale fisico che ti rappresenta, non otterrai mai risultati notevoli e durevoli di vendita e consenso.

Ma, costruendo una immagine istituzionale solida e personale, che identifica in maniera univoca la tua ferramenta, in grado di distinguerti dalla massa, mostrando che sei diverso da tutto ciò che è generato artificialmente (Ai) e da chi si “arrangia”, allora potrai essere notato e percepito come affidabile conoscitore del mercato della utensileria e del bricolage.

Un’ottima immagine e strategie di Branding, unita a una buona strategia di Marketing, digital e fisica, porterà nel tuo punto vendita nuovi potenziali clienti di zona, pronti a fidarsi e quindi spendere da te, riconoscendo nella tua immagine, una voce autorevole.

Noi di Fiam Arreda, in partnership con la One, società di comunicazione e marketing esperta in branding, siamo in grado di supportarti nella trasformazione necessaria alla tua immagine, il tuo punto vendita, massimizzando qualsiasi investimento per un ritorno economico fatto di vendite e attenzione dei clienti.

Grazie alla nostra pluridecennale esperienza nel mondo della ferramenta, siamo in grado di offrirvi le migliori soluzioni di Branding e Marketing, per dare lustro alla vostra attività di ferramenta!

Ma cosa intendiamo per Branding?

Il processo strategico di creazione, gestione e posizionamento dell'identità di un punto vendita, la tua ferramenta, è in grado di differenziarla da tante altre. Un buon branding ti identifica e ti fa riconoscere attraverso una coerenza visiva, e non solo, che in un mercato affollato è l'unico modo per essere identificati come unici.

Parlare di Branding in maniera esaustiva è complesso ed esula dall'intento di tale approfondimento che precede le nostre offerte commerciali. Per maggiori informazioni vi rimandiamo al nostro sito dove nella pagina dedicata al Branding e nel nostro blog, diamo maggiori informazioni a tal proposito.

1. L'identità societaria di base.

Il logo aziendale è l'espressione della vostra essenza e deve rispecchiare il mercato anticipandone cambiamenti, gusti e tendenze. Un buon logo, una bella insegna, è un segnale di modernità che testimonia la vostra cura per l'immagine e l'attenzione ai dettagli. Utilizzare un logo "arrangiato" o vecchio di decenni, per giunta magari realizzato frettolosamente, causa un danno enorme sia d'immagine, che di credibilità e quindi, di clientela che rivolgerà la sua attenzione altrove per i suoi acquisti.



2. Il Manuale di Branding.

Senza regole di base, la regola è il caos visivo e comunicativo!

Per farsi ricordare è fondamentale mostrarsi e comunicare in maniera coerente.

Ammettetelo, **quante volte avete prodotto materiale informativo grafico alla buona**, fatto con il primo grafico di turno, che ha cambiato di volta in volta i vostri font, i vostri colori, la posizione del vostro logo, magari inventandone uno di suo gusto? Tutto questo crea confusione nel pubblico, non vi rende unici e al peggio, fa allontanare la clientela che non vi percepisce quali autorevoli!

Il manuale stilistico contiene le linee guida indispensabili da seguire per l'impiego corretto del vostro logo sui vostri materiali, i font da usare per la vostra comunicazione, le dimensioni e le posizioni da rispettare dei testi e degli elementi grafici, le regole di interazione e molto altro di fondamentale per garantire un aspetto visuale coerente e omogeneo nel tempo della vostra attività. **La definizione di tale regole e farle rispettare, sono importanti** per qualsiasi azienda, attività commerciale e libero professionista che vuole avere un'immagine coerente nel tempo, riconoscibile e ben distinta da tutti gli altri.



Tutti apprezzano la bellezza di una persona curata, un locale alla moda, un bel panorama!

3. Il valore di una Identity di negozio.

un'identità visiva ben definita, vi differenzia e vi mette in risalto!

Il Branding va oltre quella che è “grafica” ed estetica di base e diventando fondamentale in negozio. Rispettando le linee guida accennate al precedente punto, creare un percorso visivo e fisico, in grado di creare un'esperienza “in store” coinvolgente ed emozionale, con cui esprimere i valori del vostro brand, è fondamentale per costruire fiducia con la clientela.

Perché si va da Leroy Merlin, Obi e altri grossi gruppi? Sì certo, la grandezza, talvolta i prezzi convenienti, ma di sicuro perché sanno comunicare un brand ben definito e perché sono belli!

L'allestimento del punto vendita, la disposizione dei prodotti, l'illuminazione, le vetrine, il materiale informativo, i cartellini, le divise e molto altro, rientra negli elementi fisici di cui un progetto di rebranding, deve occuparsi per creare un'identità visiva unica.

Il Branding del punto vendita è il modo in cui il tuo negozio si presenta e si racconta, anche attraverso le luci, la musica, l'interazione con lo staff. Tutti elementi che vanno a definire il Brand e la Store Loyalty (fedeltà) da parte dei clienti che saranno invogliati a tornare in una ferramenta accogliente che li rappresenti, dove spendere per le loro necessità.

La costruzione della brand awareness, della riconoscibilità, deve rispecchiare i vostri valori che devono essere consolidati in tutte le azioni visive di branding e comunicazione. Solo così, in una moltitudine di negozi irrilevanti, sarete scelti.

BRANDING Essential

Sviluppare una brand identity è un lavoro complesso, il consiglio è cominciare con un lavoro di “base” attraverso il quale stabilire le regole fondamentali e produrre i materiali minimi da rispettare e utilizzare, attraverso i quali costruire tutta la presenza visiva e comunicativa per: il vostro punto vendita, il sito, i social.

“Branding Essential” è un servizio di consulenza finalizzato ad analizzare la vostra ferramenta dal punto di vista di immagine, comunicazione, materiale promozionale prodotto sia online che off line.

Per quanto relativo più agli aspetti di marketing, ci occuperemo anche di individuare la tipologia principale dei vostri clienti e dei settori merceologici di vendita primari nella vostra ferramenta, al fine di individuare il mercato, il pubblico di riferimento, altri aspetti fondamentali per costituire una immagine di brand che sia unica ed efficace.

Oltre ad analizzare ciò che è stato già prodotto negli ultimi anni da voi e per voi e il vostro mercato di riferimento, ci occuperemo di effettuare una valutazione dei vostri obiettivi, i vostri gusti, il vostro modo di interpretare il mondo della ferramenta, al fine di poter inserire gli elementi costituenti della vostra visione, all'interno della vostra nuova immagine societaria. brand.

L'obiettivo dell'analisi di tali elementi è quello di identificare una strategia di branding volta ad attrarre clienti nuovi che si rispecchino nella vostra visione e nella vostra nuova immagine. Il lavoro svolto comprenderà:

- 1. Identità Interna e Obiettivi:** dove andremo a identificare la Missione, la Visione, i Valori e gli obiettivi di crescita futura della vostra ferramenta.
- 2. Analisi del Pubblico di Destinazione e Vendite:** dove andremo a identificare la principale clientela attuale e desiderata, in relazione alla posizione del punto vendita, le merci esposte, l'incidenza di fatturato della merce in vendita.
- 3. Analisi del Mercato e dei Competitors:** dove compareremo la vostra ferramenta a quelle di zona e in un'area più ampia di prossimità al fine di individuare punti di forza, debolezza, opportunità. **Attenzione**, si tratta di una complessa operazione di marketing la cui esecuzione in tale ambito è solo accennata.
- 4. Sintesi Analisi e Piano d'Azione:** Tutto quanto sopra genera una sintesi e un piano d'azione che sarà redatto sotto forma di report inserito nel seguente punto.
- 5. Produzione materiale Visivo e Manuale di Branding:** sulla base dei punti precedenti, creeremo un manuale di Branding di “base” con gli elementi essenziali e costituenti di una buona immagine e sua guida di applicazione.

Per tutti i dettagli di sviluppo della “Branding Essential” si veda a seguire e per maggiori chiarimenti in merito, contattateci!

Attenzione: la presente proposta “Branding Essential” è una versione più evoluta dell’offerta “Branding” presente in abbinamento con altri servizi, come quelli Social, che riguarda i soli elementi grafici riportanti nel presente lavoro più dettagliatamente sviluppato.

Descrizione Lavoro: Come anticipato nella pagina precedente dal punto 1 al punto 3, andremo ad analizzare la vostra ferramenta visionando tutto il materiale fin ora da voi prodotto che potete conferirci, l’attività digital e quella cartacea al fine di realizzare, come evidenziato al punto 4, un report di sintesi che comprenda un’analisi del mercato e dei competitors di zona, una analisi della vostra realtà, della clientela e delle vendite, al fine di identificare punti di forza e debolezza, opportunità e criticità della vostra attività per definire quella che può essere la vostra visione futura del vostro brand. Tutti elementi che saranno poi riversati nel materiale che realizzeremo per voi di cui a seguire facciamo l’elenco.

Identità Visiva: dall’analisi preventiva che avremo effettuato andremo a creare:

1 Logo e Simboli: andremo a identificare il vostro nuovo logo rendendolo un elemento distintivo memorabile, eventualmente caratterizzandolo con un Simbolo (come la mela di Apple) di un elemento grafico che lo caratterizzi e lo renda di immediato riconoscimento, stabilendo le regole di applicazione, che ritroverete nel manuale di brand.

2 Font Primari e Secondari: identificheremo un set di caratteri primari e secondari che siano evocativi del vostro stile e del vostro modo di comunicare, stabilendo le regole di applicazione, che ritroverete nel manuale di brand.

3 Palette Colori: sceglieremo una combinazione di colori coerenti con il vostro modo di comunicare e l’immagine che volete esprimere, che siano in grado evocare emozioni e rafforzare l’identità del vostro marchio. Stabilendo le regole di applicazione, che ritroverete nel manuale di brand.

4 Immagine coordinata: svilupperemo per voi gli elementi essenziali della vostra immagine coordinata. Biglietto da visita, blocco appunti, carta intestata, grafica per busta da lettere, firma per email, grafica shopper.

5 Simulazione elementi: svilupperemo una simulazione di elementi fondamentali del branding, che troverete nel manuale, riguardanti le divise dei dipendenti, l’insegna della vostra attività, la grafica di un veicolo aziendale.

Identità Verbale: il modo in cui il brand comunica è altrettanto importante, per questo nel manuale di brand andremo a identificare le linee guida

fondamentali del “tono di voce” di tutta la comunicazione. Andremo a tal proposito a creare:

6 Tono di Voce: andremo a ricreare 4 differenti tipologie di comunicazione nei confronti dei clienti, stabilendo il modo con il quale si debba interagire con loro. Formale, informale, distaccato, amichevole o altro, sulla base delle scelte prese per la creazione del brand.

7 Pay Off / Slogan: Una frase breve e accattivante che riassume la promessa o il posizionamento del brand (es. "Just Do It"). Da utilizzare nelle comunicazioni istituzionali. Frase che come il logo, serve a rafforzare l'identità del brand e la sua riconoscibilità nei confronti del pubblico.

Il cliente riceverà alla chiusura del lavoro i seguenti materiali:

1 Logo, biglietto da visita, blocco appunti, carta intestata, busta da lettere, firma email, grafica shopper - 2 Set di Font primari e secondari - 3 Schema Palette Colori - 4 simulazione divise dipendenti, insegna negozio e grafica mezzo aziendale - 5 elementi stilistici dell'identità verbale per identificazione del tono di voce della comunicazione aziendale - 6 payoff da associare a tutta la comunicazione istituzionale e volendo, al logo societario - Manuale di Branding (versione pdf digitale).

Prezzo: Lo sviluppo del “Branding Essential” ha un costo di **euro 2.000*** oltre iva e comprende solo quanto in precedenza esposto.

Metodo di Pagamento: acconto 30% previo inizio lavori, rata 30% a 30g, Saldo 40% previa consegna dei materiali. Il mancato pagamento dell'acconto, rato o saldo, farà perdere al cliente i diritti sul lavoro svolto.

Tempistiche Sviluppo: le tempistiche di analisi e creazione di tutti i materiali grafici riguardanti la proposta richiede circa 40 giorni lavorativi oltre il tempo di confronto con il cliente e suoi feedback sulle proposte inoltrate durante la lavorazione. Per tale motivo si conteggiano circa 90 giorni lavorativi.

Nota 1: Lo sviluppo del “Branding Base” non riguarda la creazione di cataloghi, volantini o altro materiale di comunicazione e promozione, ne tanto meno riguarda la produzione di video o scatti fotografici. Altresì il lavoro non riguarda la produzione materiale degli elementi grafici quali biglietti da visita, insegne o altro materiale che potrà essere inserito nel manuale di Branding la cui produzione materiale resta a carico e a discrezione del cliente.

OFFERTE IN ABBINAMENTO!

Vogliamo sottoporre alla vostra attenzione la necessità, nel creare la propria immagine coordinata, dell'importanza dei social, quale elemento fondamentale per la propria riconoscibilità nel web e "su strada".

Un investimento in branding può non raggiungere i benefici sperati se non lo si comunica nel modo corretto. Per tale motivo, in abbinamento alla presente proposta "Branding Essential", vi sottoponiamo in offerta quella SOCIAL BASE.

Pacchetto Social Base

Se non avete i social, se non ricordate gli accessi, se avete bisogno di riprenderli, ci pensiamo noi e lo facciamo al meglio!

Ci occuperemo dell'analisi ed eventuale creazione dei principali profili social: [Meta](#), [Google My-business](#), [LinkedIn](#). Ci occuperemo della creazione di 12 post grafici (non animati, ne video), con il vostro marchio, in linea con il vostro Brand, finalizzati alla promozione dell'attività, del sito stesso e dei social nei riguardi dei potenziali clienti online. Ci occuperemo inoltre di programmare tali post su Instagram, Facebook Google e LinkedIn. Una copertura di 3 mesi (un post a settimana) su 4 differenti piattaforme.

Dettagli: svilupperemo 4 post personalizzati relativi la vostra attività, 2 post relativi la vostra presenza web (sito), 4 post ricorrenza standard (natale, pasqua, estate + altra ricorrenza) e due post relativi ad articoli blog o news di vostro interesse. I post saranno realizzati con grafica o foto generate con Ai e saranno corredati di testo descrittivo in linea con il vostro Brand.

Prezzo: l'offerta "social" ha un costo di **euro 500** e comprende solo quanto in precedenza esposto. Il prezzo è valido solo per acquisto in combinata con la proposto "Branding Essential" ragione per il quale il costo di sviluppo dell'offerta Social Base è scontata rispetto al prezzo pieno.

Nota: la realizzazione del lavoro non riguarda la gestione dei profili social del cliente che restano a suo carico.

Metodo di Pagamento: acconto 50% previo inizio lavori, saldo 50% previa consegna dei lavori web.

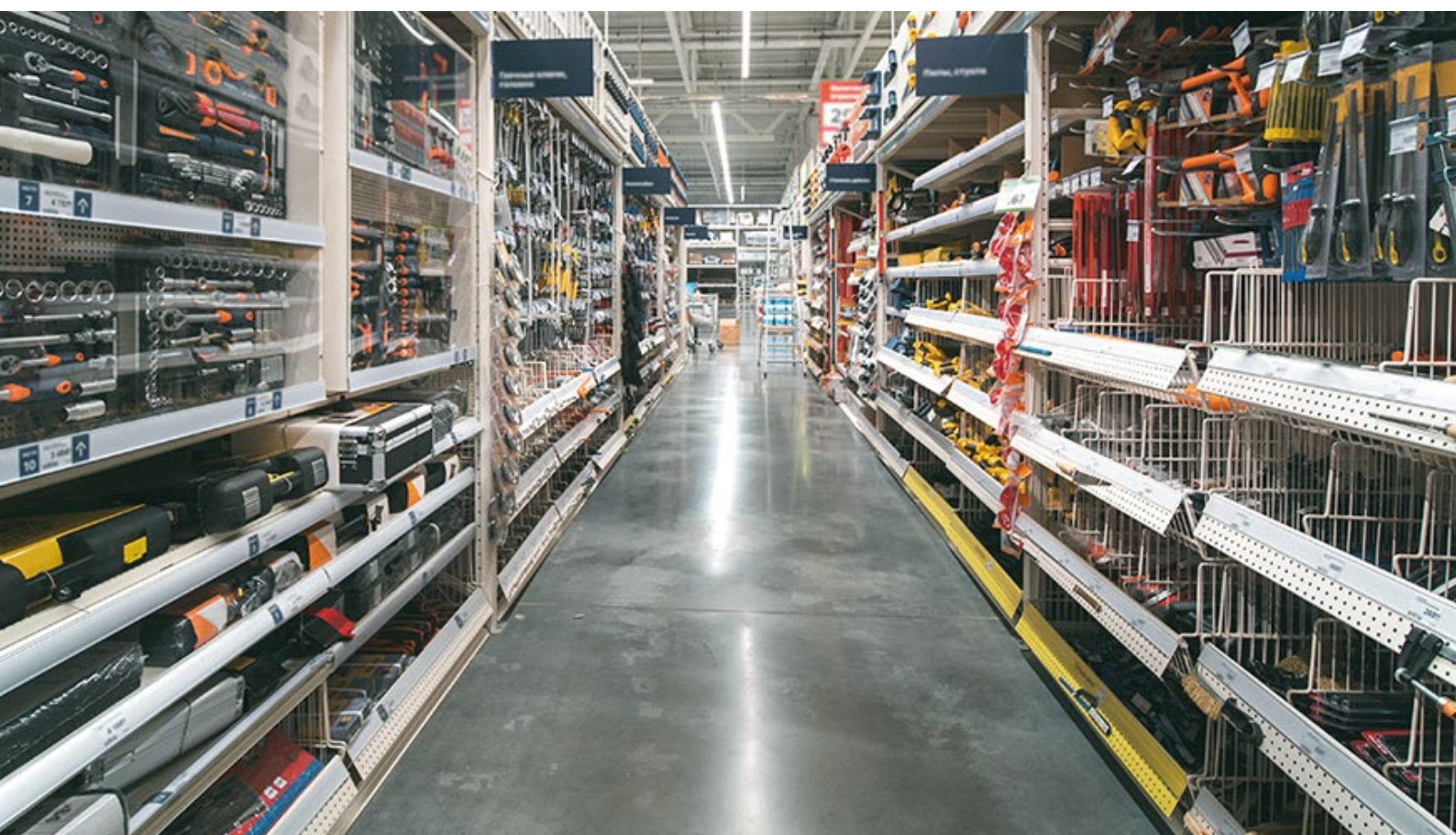
[Per i dettagli di questa offerta o delle altre Social, come per altre offerte e servizi che possiamo darvi come lo sviluppo di siti vetrina o e-commerce, potete contattarci o visionare il sito \[www.fiamarreda.it\]\(http://www.fiamarreda.it\)](#)

FIAM

one
one network experience

advertising
& marketing

ottieni l'immagine



che la tua ferramenta merita!

contact@fiamarreda.it

www.fiamarreda.it

www.onenetworkexperience.com