

Creazione del brand

L'identità aziendale parte dal marchio e quindi questo non può essere considerato come un semplice segno, ma deve essere visto come un sistema coordinato di gestione dell'immagine complessiva dell'azienda. In un mercato in cui la qualità del prodotto è diventata una condizione necessaria, ma non più sufficiente per garantire un ritorno economico, bisogna puntare sul marchio per differenziare i propri prodotti.

Infatti oggi anche nel mondo del largo consumo, nel mondo dei servizi di pubblica utilità piuttosto che nelle squadre di calcio o nelle società no-profit si sono sviluppate sensibilità e attenzione al tema del marchio tanto renderlo protagonista di importanti investimenti.

E quindi evidente quanto possa pesare sul successo di un brand la capacità di comunicare il proprio mondo di appartenenza e i propri valori anche nei casi in cui il prodotto non sia tangibile.