

BRANDING: FAI LA DIFFERENZA



L.J. Peter

BRANDING

WWW.PERSEUSCOACHING.IT

DOTT. ANGELO BALDINELLI

INTRODUZIONE

Branding è il processo che crea e diffonde la notorietà del marchio. In pratica le strategie che creano l'identità e l'immagine aziendale, attraverso la pubblicità e l'uso del logo.

Per posizionarti nel tuo mercato di riferimento e per segmentarlo hai bisogno di capire CHI SEI e COME SEI PERCEPITO DAL TUO MERCATO.

Spesso può succedere che quello che vogliamo essere non è chiaro nella testa del parrucchiere o può essere anche che quello che pensiamo di essere non è poi percepito allo stesso modo dalla nostra clientela.

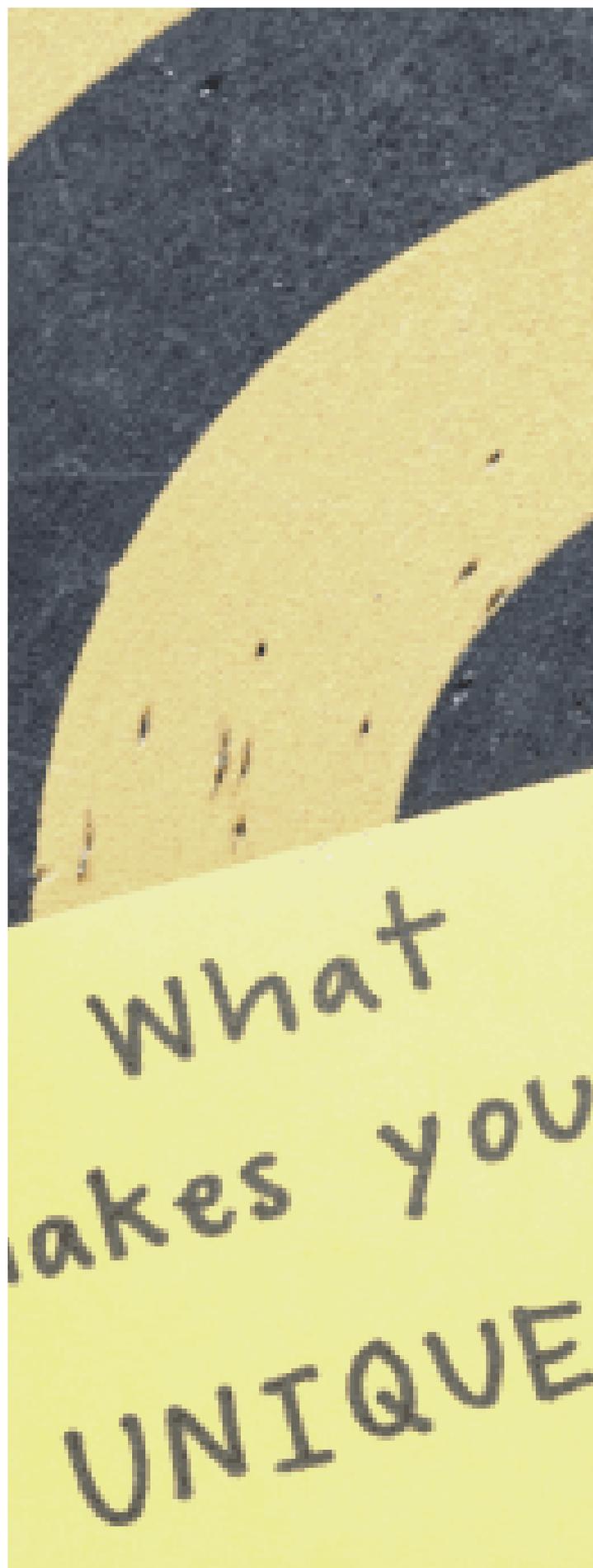
Prima di fare qualsiasi iniziativa pubblicitaria, devi chiarire in modo inequivocabile la tua identità e la tua differenziazione del prodotto/servizio.

La domanda che devi porti è: Quale è quell'elemento che distingue il mio salone dagli altri saloni? Quale è il mio talento che mi identifica e mi differenzia? Quali sono gli aggettivi che mi rappresentano?

Una volta che hai chiarito chi sei e dove puoi differenziarti, devi capire quale è il segmento di mercato che può essere soddisfatto in base alle tue caratteristiche sopra esposte. Attualmente hai una clientela che risponde alle tue caratteristiche oppure no? Come puoi raggiungere quella nicchia che meglio rappresenta la tua identità, il tuo brand?

Da tutto questo nasce poi la comunicazione, ovvero tutti gli strumenti che ti permettono di veicolare al tuo mercato il messaggio giusto in linea con chi sei veramente.

La nascita del logo parte proprio dalle risposte a tutte queste domande. Questo è quello che devi fare per evitare di sbagliare strategie di marketing che non corrispondono con il tuo brand.



"DOVE TI DIFFERENZI ? PERCHE' DOVREBBERO SCEGLIERE IL TUO SALONE ?".

CAPITOLO 1

ORA SCRIVI SEI AGGETTIVI CHE TI RAPPRESENTANO (es professionale, innovativo, creativo, comunicativo ecc)

- 1 - _____
- 2 - _____
- 3 - _____
- 4 - _____
- 5 - _____
- 6 - _____

Ora scrivi tre coppie di aggettivi usando quelli che hai scritto poco fa- Es . Professionale e innovativo ; Simpatico e Comunicativo ecc

- 1 - _____ E _____
- 2 - _____ E _____
- 3 - _____ E _____

Ora vai ad individuare GLI OBIETTIVI DEI PROSSIMI 12 MESI.

IMPORTANTE. Assicurati di considerare nei tuoi obiettivi anche il benessere:

- Dei tuoi clienti
- Dei tuoi partner
- Dei tuoi collaboratori
- Dei tuoi familiari
- Del contesto nel quale vivi e lavori

I TUOI OBIETTIVI DEVONO ESSERE SPECIFICI E RAGGIUNGIBILI: ES. voglio guadagnare 3000 euro
Voglio creare un team motivato, voglio aumentare di 4 presenze la frequenza in salone ecc.





ORA CREA LA TUA BRAND IDENTITY

Ora prendi le tre coppie di aggettivi che hai creato e crea la tua brand identity:

Es. Noi siamo un salone che PONE ATTENZIONE AL CLIENTE in un contesto in continua CRESCITA , creando un clima in salone ACCOGLIENTE e PROFESSIONALE , dal quale sia i clienti che il team trovano UN BENESSERE e una QUALITA' che non possono trovare in nessun altro salone.

Nell'esempio abbiamo costruito una brand identity basata sugli aggettivi: ATTENZIONE AL CLIENTE, CRESCITA E INNOVAZIONE, ACCOGLIENZA E PROFESSIONALITA', BENESSERE E QUALITA'.

Ora tocca a te: crea con le coppie di aggettivi che ti identificano la tua BRAND IDENTITY.

ORA FAI UN TEST !!!

Devi verificare che quello che hai scritto sul tuo salone sia VERITIERO ovvero DEVI CHIEDERE AI TUOI CLIENTI PIU' FEDELI se riscontrano nel servizio che gli offri tutto quello che hai scritto sulla tua brand identity. Eventualmente cerca di capire cosa devi modificare nella tua organizzazione.

IMPORTANTE.

La tua brand identity è in linea con i tuoi obiettivi dei prossimi 12 mesi ?

La tua brand identity ti rappresenta davvero ?

Cosa devi cambiare oggi nel tuo salone per allinearti alla tua brand identity ?

FAI LE GIUSTE RIFLESSIONI E I GIUSTI CAMBIAMENTI SE NECESSARI !!!

ORA SEGMENTA E POSIZIONATI !!!

Da tutti questi ragionamenti ora devi arrivare ad individuare **QUALE E' IL SEGMENTO DI CLIENTELA GIUSTA PER IL TUO SALONE E COME VUOI POSIZIONARTI NEL TUO SEGMENTO OVVERO CHE TIPO DI RAPPORTO VUOI CREARE TRA QUALITA' OFFERTA E PREZZO RICHIESTO.**

Mentre la segmentazione risponde alla domanda "a chi dobbiamo rivolgerci", IL **POSIZIONAMENTO** è l'associazione mentale che il potenziale cliente fa del tuo prodotto e del tuo servizio. Come sei percepito nella testa e nel cuore del tuo segmento ? Posizionarsi vuol dire quindi occupare quella posizione nella testa della clientela su aspetti, bisogni e valori ritenuti importanti dal tuo target e quindi fare in modo di associarli al tuo prodotto o al tuo servizio.

IMPORTANTE.

E' molto importante quindi stabilire un nesso tra qualità e prezzo. Chi vuoi essere nella testa del tuo cliente ? Un salone a basso prezzo e alta qualità ? Basso prezzo e bassa qualità ? Alto prezzo e alta qualità ? Alto prezzo e bassa qualità ?

METODO INTERVISTA PROFONDA



ORA ARRIVIAMO A CAPIRE COME PUOI COSTRUIRE SULLA BASE DEL TUO BRAND LA COMUNICAZIONE MARKETING PER I SOCIAL, PER LA CARTA STAMPATA E PER INIZIATIVE ALL'INTERNO DEL TUO SALONE.

Prendi una coppia dei due aggettivi che ti caratterizzano precedentemente individuata. Nell'esempio abbiamo **PROFESSIONALE E SORRIDENTE**. Questa è una caratteristica del salone stando all'esempio. Ora salendo il gradino della scala, bisogna capire **QUALE E' IL VANTAGGIO** che puoi fornire al cliente in base a questi tuoi aggettivi (tu usa i tuoi aggettivi ma segui l'esempio). Qui abbiamo che essere professionali e sorridenti fornisce al cliente potenziale un vantaggio basato sulla qualità e su un ambiente positivo e sereno. Terzo gradino. Quale è il vantaggio che percepisce il cliente? la qualità e l'ambiente sereno lo fa sentire in buone mani e a suo agio. Quarto gradino: quale è il valore percepito del cliente? Stando all'esempio **BENESSERE E PROFESSIONALITA'**. Come vedi tra il secondo e terzo gradino trovi i messaggi che devi usare **NELLE TUE CAMPAGNE MARKETING** se gli aggettivi che ti rappresentano sono stando all'esempio professionalità e positività. Es. un messaggio può essere. Ti aspettiamo nel nostro salone dove mani esperte e altamente qualificate ti daranno la possibilità di creare un look giusto per te in un ambiente dove ti sentirai a tuo agio come se tu fossi a casa tua. Ora tocca a te. Usa i tuoi aggettivi, tutti e tre le coppie create precedentemente e crea **TANTI MESSAGGI CHE PUOI USARE PER LE TUE CAMPAGNE MARKETING OFFLINE E ONLINE**.

FONDAMENTALE: IL PERCHE' !!!

ALLE PERSONE NON INTERESSA COSA FACCIAMO E NEMMENO COME LO FACCIAMO. ALLE PERSONE INTERESSA PERCHE' LO FACCIAMO. SE SCOPRIAMO IL PERCHE' LO FACCIAMO, DIVENTA LA NOSTRA IDENTITA' PROFONDA E DIVENTA IL "MANTRA" DEL NOSTRO BRAND, CHE CI GUIDA E CI ACCOMPAGNA IN TUTTE LE DECISIONI DA PRENDERE, IN TUTTE LE CAMPAGNE MARKETING E CI GUIDA AD UN COMPORTAMENTO COERENTE DI TUTTO IL TEAM DENTRO IL SALONE. OGNI VOLTA CHE PRENDIAMO UNA DECISIONE DOBBIAMO CHIEDERCI "SE E' IN LINEA CON LA NOSTRA IDENTITA' PROFONDA: IL PERCHE' !!!



RISPONDI A QUESTE DOMANDE:

Cosa: Miglioriamo la bellezza delle nostre clienti

Come: Creando linee di taglio e di colorazione personalizzate

Perché: Le nostre clienti devono sentirsi bene, devono sentirsi amate e devono sentirsi sicure con chiunque.