

THE BRAND DESIGN CANVAS

NOME DEL BRAND _____

CLIENTE <ul style="list-style-type: none">• CHI È?• QUALI SONO I SUOI BISOGNI O DESIDERI?• QUALI PROBLEMI VUOLE RISOLVERE? (PAIN)• COSA VUOLE OTTENERE? (GAIN)	VISION <ul style="list-style-type: none">• COSA ASPIRA A DIVENTARE LA TUA IMPRESA?• QUALI SONO GLI OBIETTIVI A LUNGO TERMINE?	MISSION <ul style="list-style-type: none">• QUALI SONO LE AZIONI DA SVOLGERE PER CONCRETIZZARE LA VISION?• QUALI SONO GLI OBIETTIVI A BREVE TERMINE?	BRAND POSITIONING STATEMENT <p>(NOME) è il primo / l'unico (CATEGORIA) che attraverso (ELEMENTO UNICO) aiuta (CLIENTE) a (BENEFIT).</p> <p>A differenza dei competitor che (COSA FANNO) noi (COSA FACCIAMO).</p>
MERCATO <ul style="list-style-type: none">• QUAL È IL MERCATO IN CUI COMPETE IL BRAND?• CHE ESTENSIONE HA? LOCALE, REGIONALE, NAZIONALE O INTERNAZIONALE?• COME È SEGMENTATO?	PERSONALITÀ <ul style="list-style-type: none">• SE IL BRAND FOSSE UNA PERSONA, CON QUALI AGGETTIVI LO DESCRIVERESTI?• QUAL È IL TONO DI VOCE? COME SI ESPRIME?• QUAL È LO STILE DI COMUNICAZIONE?	VALORI <ul style="list-style-type: none">• PERCHÉ IL BRAND ESISTE?• PER COSA COMBATTE?• QUALI VALORI VUOLE PROMUOVERE? NARRAZIONE <ul style="list-style-type: none">• QUALE STORIA RACCONTA?• PERCHÉ ESISTE OGGI?	PROMESSA <ul style="list-style-type: none">• SEMPLICE• AUTENTICA• CREDIBILE• MEMORABILE• STIMOLANTE
LOGO <ul style="list-style-type: none">• TIPOLOGIA• COLORE/BN• POSITIVO / NEGATIVO• MINIATURA• AREA DI RISPETTO• VARIANTI	PALETTE DI COLORE <ul style="list-style-type: none">• COLORE PRIMARIO• COLORI DI SUPPORTO• SFUMATURE	TIPOGRAFIA <ul style="list-style-type: none">• FONT PRIMARIO• FONT SECONDARIO• WEB FONT	IMMAGINI <ul style="list-style-type: none">• FOTOGRAFIE• ILLUSTRAZIONI• PATTERN• ICONE



PROGETTATO E DISEGNATO DA CRISTIANO GUERRA
THEBRANDESIGNER.COM

Questo documento è rilasciato con licenza Creative Commons "Attribution - Share Alike 4.0 Licence" - <http://bit.ly/CCas40>

THE *Brand* DESIGNER