

4 Consigli per Fare Branding nel 2020

Pubblicato: Mercoledì 5 Febbraio 2020



I nuovi canali di comunicazione digitale hanno reso possibili nuovi metodi pubblicitari.

Quelli che prima erano depliant, cataloghi e volantini nella cassetta della posta, oggi sono e-mail, newsletter e link che dirottano a pagine internet.

Tutto viene però spedito e ricevuto in tempi molto più brevi rispetto alla posta tradizionale, e con la maggiore ricchezza generata negli ultimi anni in diverse parti del mondo, sono nati molti, molti nuovi brand e aziende.

Pensando a quanta posta elettronica si riceve ogni giorno, è facile immaginare come ogni consumatore venga invitato a comprare beni e servizi di qualunque tipo.

Come farsi notare e fare la differenza in questo oceano di offerte? Focalizzandosi sul branding.

Il **branding** è l'insieme di tecniche e strategie atte a creare un'immagine ben definita nella mente dei clienti.

In questa semplice definizione è inclusa qualsiasi cosa riguardi un marchio, dai colori principali fino al tipo di comunicazione all'interno della pubblicità.

È importante saper sfruttare appieno il branding e farlo passo dopo passo. Da dove cominciare? Ecco 10 consigli per il branding della vostra impresa nel 2020:

1. Stringete il cerchio

Ogni azienda intende offrire i propri beni o servizi al maggior numero di persone, ma il commercio richiede che, a fronte di una concorrenza sempre più evoluta, si renda la propria offerta sempre più competitiva.

Ecco perché, nonostante oggi sia la generazione dei millennial a offrire il maggior numero di clienti nel mondo, è fondamentale capire quale tipo di buyer persona apprezza di più la vostra azienda.

Una volta completati alcuni profili specifici, potrete avere maggiori certezze di soddisfare al 100% le esigenze di tantissimi vostri clienti attirandone sempre di nuovi.

2. Sito web

Se la vostra azienda è appena nata, sarete concentrati sulla creazione di un logo che riporti alla mente gli elementi fondamentali della vostra attività e potrete utilizzare lo stesso spirito, le stesse forme e colori impiegati nel logo per curare la grafica del vostro sito web.

Se invece avete già un sito ma le conversioni sono poche, investite su un nuovo design tenendo a mente l'importanza di una solida strategia di marketing e di un design che sia favorevole alla customer

experience.

Ricordate di investire anche sulla pubblicità al vostro sito, o terminerà inesorabilmente nell'oblio con vostro stupore.

3. Regali promozionali

Più o meno tutti abbiamo tenuto in mano una penna che riportasse il nome di questa o di quell'azienda.

Ebbene, si trattava di un regalo promozionale il cui scopo è quello di fare pubblicità nel modo più semplice, longevo e profittabile che ci sia.

Dando ai vostri clienti fidelizzati o alle persone interessate dei regali promozionali, offrirete qualcosa di utile, a volte indispensabile, su cui stamperete il vostro marchio insieme a qualsiasi altra cosa possa ricordare a chi utilizzerà i gadget che siete stati voi a regalarlo.

Impermeabili, ombrelli, agende, tazze da caffè, penne USB, tappetini per il mouse sono tutti oggetti molto comuni e che ogni giorno vengono utilizzati da milioni di persone, ideali da personalizzare per pubblicizzare la vostra azienda.

Uno dei regali promozionali più utili, attuali, ecologici e adatto alla pubblicità sono le borracce personalizzate. Consentono di evitare spreco di plastica per bere acqua in ufficio, in palestra, a casa e all'aperto, portando in giro la buona immagine della vostra azienda.

Volete sapere dove trovarle? Tutte su [Maxilia](#).

4. Mostrate fantasia

Siete sempre stati sobri nelle vostre campagne pubblicitarie?

Forse è arrivato il momento di sfoggiare un po' di grinta e far vedere ai clienti di cosa siete capaci pur di rispettare lo spirito, gli ideali e la mission aziendale in un mondo fatto di spietata concorrenza.

Che decidiate di farvi pubblicità sui cartelloni stradali o solo in digitale, create una campagna divertente, che sia in grado di lasciare il segno, anche con un po' di sano umorismo se ritenuto opportuno. Lo scopo è rimanere nella mente dei clienti veicolando un messaggio positivo.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it