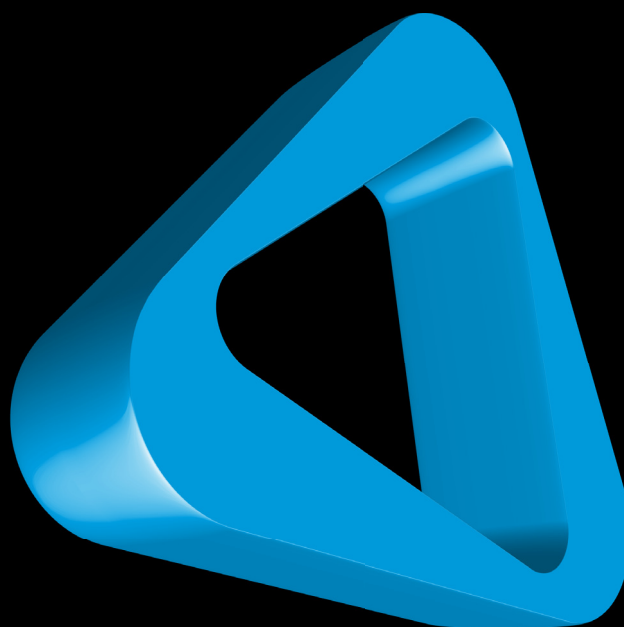


Brand  
Design



SOMMARIO

EXPERIENCE

LIFE

IDEA

EXCLUSIVE

INSIGHT

EVOLUTION

# Experience

## Il brand è un'esperienza

È ciò che rende Evian pura prima di leggerne l'etichetta.

È perché pensiamo al design prima di aprire la scatola dell'iPad.

La brand experience è ciò che i consumatori ricordano di te.

È ciò che lascia una traccia e diventa preferenza.

È ciò che rende il nostro servizio diverso dagli altri: un'esperienza reale, tangibile e misurabile.

*Ti sei mai chiesto perché chiedi una Coca-Cola e non una Pepsi?*

*Perché se pensi alla pasta ti viene in mente la Barilla?*

*Perché la colazione è legata a una brioches del Mulino Bianco?*

*Investire sul branding significa dare risalto a ciò che differenzia il tuo prodotto dagli altri e lo rende più desiderabile.*

I ♥ LIFE

## Il brand è comunicazione vitale

Nell'assordante rumore della competizione globale, il brand rappresenta la strada più efficace per arrivare al cuore e alla mente delle persone.

Questo è il motivo per cui chiediamo ai nostri clienti di essere parte integrante della brand conversation, dovunque abbia luogo, nell'interesse di un dialogo sempre più ricco.

*Ti sei mai chiesto perché se pensi alla grafica immagini un Mac?  
Se pensi a un lettore MP3 ti viene in mente un iPod?  
Se immagini un tablet visualizzi un iPad?  
Diventare un Brand significa elevare un prodotto o un servizio  
dall'essere merce indistinta tra altre merci indistinte, per diventare  
un marchio con un carattere e una promessa uniche.*



**IDEA**

## Il brand è la forza di un'idea

Nell'ambito del mercato odierno, globale e dinamico, è sempre più difficile per i brand creare e mantenere un vantaggio sulla concorrenza.

ABC Interactive fornisce ai propri clienti l'aiuto necessario a creare e trasformare i loro brand, a sviluppare opportunità di new business e a costruire valori solidi nel tempo.

*Ti sei mai chiesto come ha fatto Easyjet a estendere con successo la nozione di "facile ed economico" a una gamma di servizi che spaziano dalla pizza agli orologi? La potenza di un marchio sta nella sua capacità di diventare un punto di riferimento per prodotti e mercati diversi. Essere un Brand significa individuare ciò di cui i consumatori hanno bisogno e desiderano, diventandone l'emblema, sempre, in ogni contesto.*



## Il brand è unicità

Il fatto che la buona gestione di un brand crei un vantaggio competitivo, non è certo una novità.

Per affermarsi nel lungo termine, una società deve definire i suoi valori di base.

Ciò significa trovare il punto di vista in cui credere e agire di conseguenza. ABC Interactive aiuta i propri clienti a capire cosa li rende diversi, a catturare la loro unicità per costruire il successo.

*Ti sei mai chiesto qual è il modo migliore di far risaltare il tuo prodotto? Perché è diverso dagli altri? Di cosa i consumatori hanno bisogno? Insomma, hai mai pensato alla "personalità" della tua offerta?*

*Definire l'unicità del tuo prodotto equivale a creare una risonanza emozionale tra il Brand e la mente dei consumatori, in grado di condizionarne le scelte di acquisto.*



# Insight

## Il brand è intuizione

Lo studio di un brand deve prima di tutto basarsi su una profonda comprensione della sua identità e sulla capacità di guardare le cose in modo nuovo.

ABC Interactive combina insight strategici a energia creativa e intuizioni per definire la vera identità di un brand, il suo rapporto con il consumatore e la sua evoluzione nel futuro.

*Ti sei mai chiesto perché il marchio Microsoft è da sempre inestricabilmente legato al concetto di software?*

*Generare una visione significa pensare al futuro, agli sviluppi del mercato e chiederti dove vorrai essere, ovvero definire i valori del Brand e mantenere una promessa.*



# EVOLUTION

## Creare il segno e farlo evolvere

Offrire il servizio di branding significa affrontare una sfida importante che investe l'identità, l'autorevolezza, e la capacità di rassicurazione di un'azienda.

Se oggi la tendenza al mondo della comunicazione è un approccio standard di costruzione del prodotto prima e realizzazione del brand dopo, ABC Interactive agisce in maniera opposta: inizia con una promessa e si evolve con essa, portando le brand values a compiere un viaggio trasversale su tutto quello che permette di comunicare di più e meglio.

*Perdi l'essenza  
di merce generica  
e diventa Prodotto  
di Marca!*



**ABC INTERACTIVE**  
design&code for your best projects

CITY Rivoli (TO) • Italy | via Roma, 2 • 10098

PHONE +39 011 536 89 20

WEB [www.abcinteractive.it](http://www.abcinteractive.it)