



BRANDING ZANELLI

CLIENTE
ZANELLI

BRAND DNA
BRAND IDENTITY

ALBERTOBONDONI.IT



CHI SONO

BRAND DNA

CHI

COSA

U.S.P.

+

T.A.Y.

BRAND PILLARS

ARCHETIPI

TONO DI VOCE

BRAND IDENTITY

MARCHIO

COLORI

FONT

APPLICAZIONI

INDICE

CHI SONO

Innanzitutto mi presento: sono un Direttore Creativo + Brand Specialist e con le mie idee aiuto le PMI e i professionisti a promuovere i loro servizi o prodotti. Ho 48 anni e un'esperienza di 23 anni nel settore.

Il mio lavoro consiste nel posizionare i brand dei miei clienti nella mente delle persone e con le mie idee e il mio stile renderli immediatamente riconoscibili.

Perché per vincere nel business non bisogna copiare i competitor per cercare di essere come loro. Bisogna essere diversi, e le mie idee sono differenti da quelle degli altri.



BRAND DNA

CHI

Niente giri di parole, andiamo dritti al punto:
Zanelli è un geometra.

COSA

- progettazione di abitazioni (non si occupano dell'arredo)
- direzione dei lavori nei cantieri edili e supervisione dei processi di sicurezza sul lavoro
- pratiche catastali
- rilievi di terreni e di costruzioni
- perizie tecniche e stime immobiliari
- controversie edilizie (denunce, eredità, ecc.)
- consulenze per quanto riguarda i bonus fiscali legati all'edilizia e in materia di risparmio energetico
- certificazioni energetiche

U.S.P.

UNIQUE SELLING PROPOSITION

Zanelli AIUTA le persone ad abitare la loro nuova casa
ATTRAVERSO progetti e consulenze GRAZIE all'esperienza
maturata sul campo e a un rapporto trasparente e onesto.

/ . ALBERTOBONDONI.IT



- trasparenza e onestà
- competenze acquisite sul campo
- gestione pratiche burocratiche
- certificazioni energetiche
- controversie edilizie

T.A.Y.

THINKING ABOUT YOU

Risolvono le problematiche
edilizie con successo.

BRAND PILLARS



onestà
competenza
empatia

ARCHETIPI

IL SAGGIO



In un mondo dove l'apparenza regna sovrana, Zanelli cerca la sostanza. La verità nuda e cruda, senza fronzoli. Perché sa che la vera potenza risiede nella chiarezza. Ecco perché preferisce condividere la sua saggezza, le sue conoscenze, nel modo più diretto possibile. Il suo tono è quello di chi sa di cosa parla, privo di ambiguità. Nell'era moderna, questa sua abilità naturale gli consente di guidare e coordinare un team con disinvoltura.

L'UOMO COMUNE



La normalità non lo spaventa, anzi, si accetta così com'è. Ma quello che davvero desidera è un senso di appartenenza, sia al gruppo che alla società. Questa sua inclinazione lo rende perfetto per comunicare con le persone comuni. La sua empatia naturale gli consente di stabilire facilmente un contatto autentico con chiunque incontri. Allo stesso tempo, il suo realismo gli tiene i piedi per terra, senza perdere mai di vista la realtà circostante.

TONO DI VOCE



Il tono di voce è autorevole, per affermare le proprie competenze, socievole per instaurare un rapporto di fiducia con l'interlocutore, ma soprattutto privo di terminologia tecnica che andrebbe a creare una sorta di *muro* difficile da abbattere. Se non è possibile evitarla, riportare sempre una breve spiegazione per renderla comprensibile anche ai non addetti ai lavori.

Riuscire a farsi capire anche dalla *persona comune* è la base per una comunicazione efficace e redditizia.

Utilizzare sempre il singolare e, quando possibile, dare sempre del tu per entrare maggiormente in empatia con la persona.

BRAND DESIGN

IL NUOVO MARCHIO

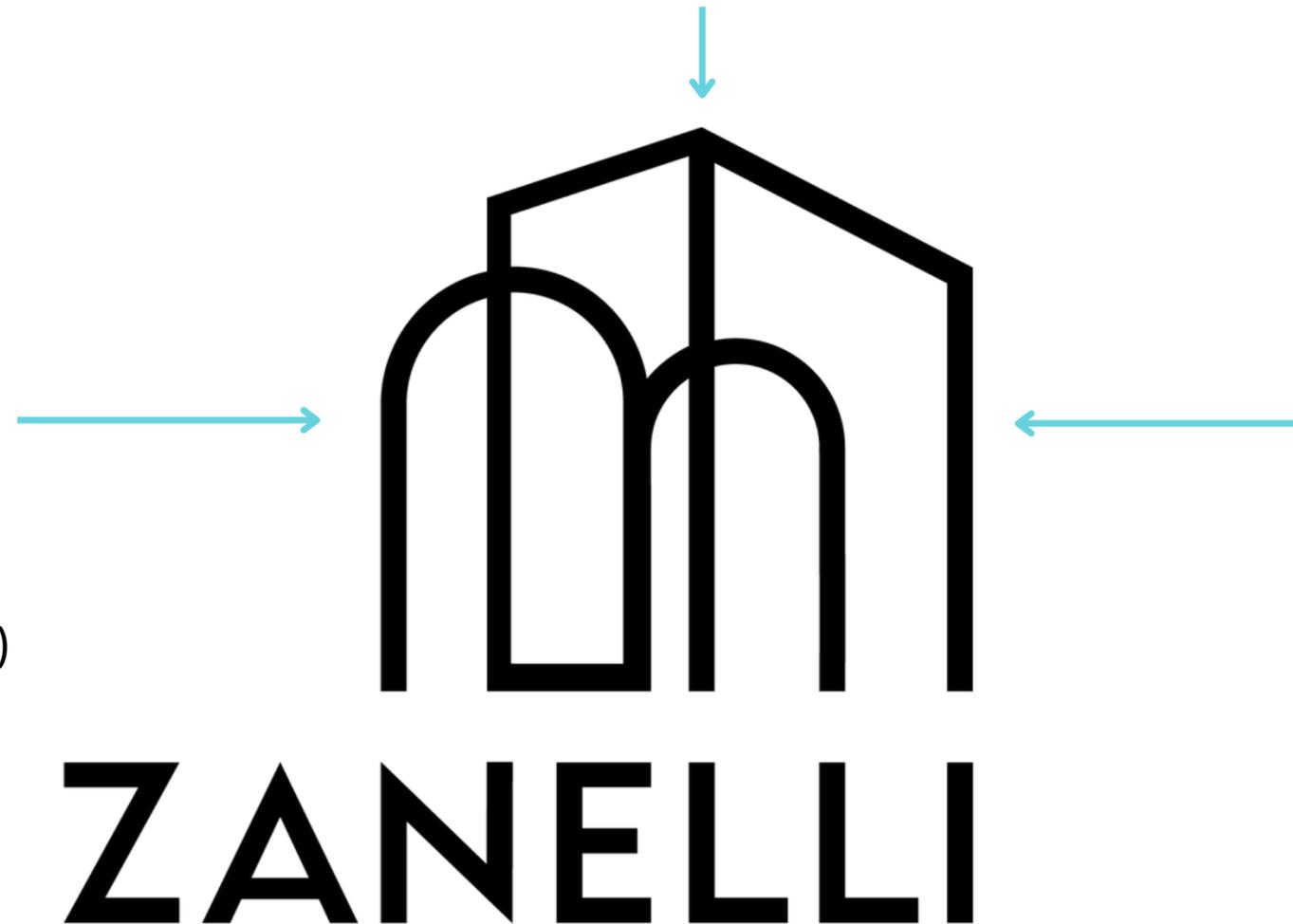


Il pittogramma è stato disegnato senza staccare la matita dal foglio così da rappresentare una sorta di continuità e il ponte fra il passato e il futuro.

Gli archi rappresentano l'architettura classica e il residenziale. Raffigurano anche i due componenti principali dello Studio

Tecnico:

- il padre (l'arco grande)
- il figlio (l'arco più piccolo)



Il parallelepipedo rappresenta l'architettura moderna e il mondo aziendale.

*Il pittogramma è stato sviluppato utilizzando una griglia basata sulla successione di Leonardo Fibonacci, detta anche successione aurea.

La N è la rappresentazione della Z ruotata di 90°, ovviamente adattata per risultare leggibile e coerente con le altre lettere che compongono il logotipo.



Il logotipo è chiaro, deciso, autorevole. È *senza fronzoli* e arriva dritto al punto.

L'angolo che forma la A è privo di interruzioni e si ispira all'immagine di un compasso aperto.

Le linee si *agganciano* ai bastoni del logotipo e, in alcuni casi, diventano la naturale prosecuzione dello stesso.

COLORI

BENNET NUIT

Col suo effetto calmante e distensivo, capace di rallentare il battito cardiaco ed allontanare ansie e preoccupazioni, il blu è un colore rassicurante e tranquillizzante che trasmette un senso di lealtà e appartenenza, ma soprattutto fiducia e sicurezza.

In questo caso il colore viene reso più *pacato* ed elegante dalla nuance Bennet Nuit, acquisendo una sorta di neutralità e trasmettendo una piacevole sensazione di equilibrio.

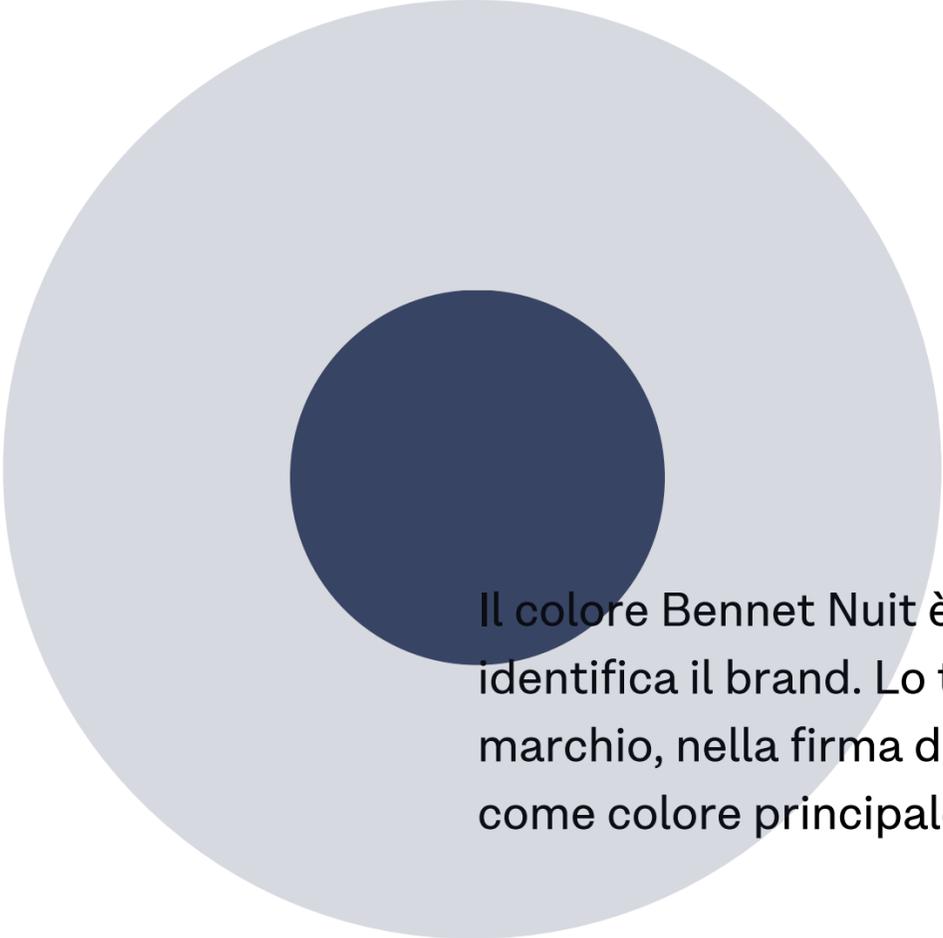
BLAZON SKIES

L'arancione, colore caldo per eccellenza, infonde una sferzata di energia e positività. Colore *ottimista* per eccellenza, incoraggia la socializzazione, la tolleranza e ispira la produttività. Secondo il Feng Shui è un colore che infonde la pace interiore, la fiducia in sé stessi, e stimola la saggezza.

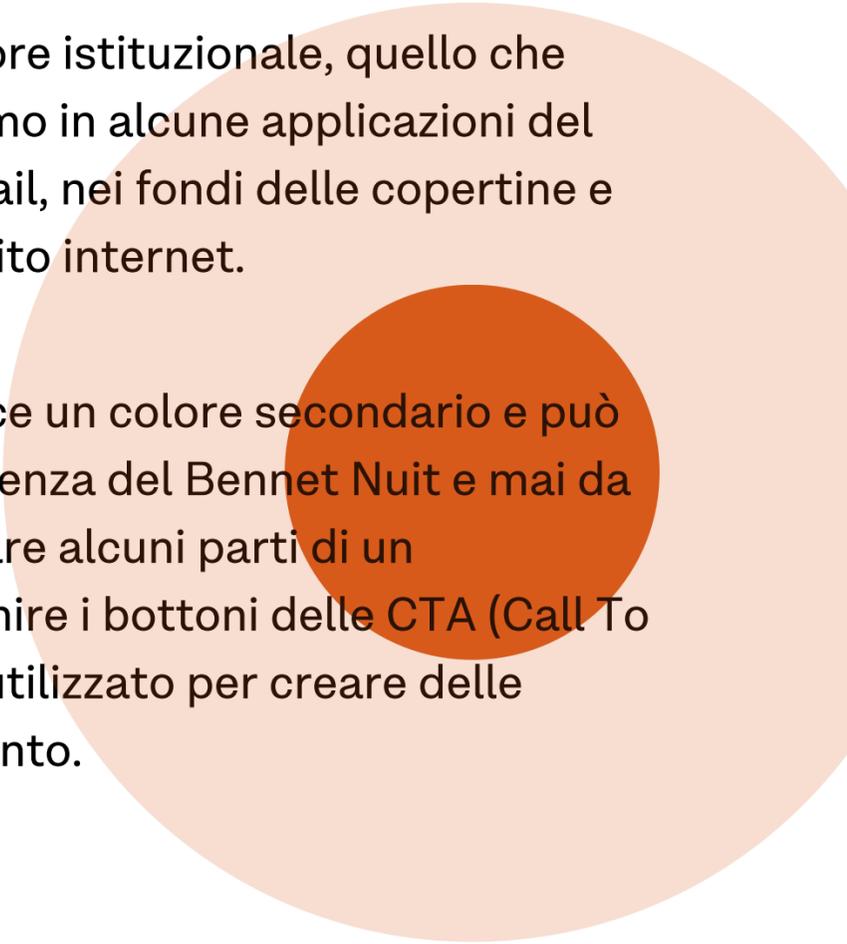


Il colore Blazon Skies, anche se insolito, è inoltre un colore non estraneo all'architettura moderna contemporanea, che lo vede spesso protagonista.

UTILIZZO DEI COLORI



Il colore Bennet Nuit è il colore istituzionale, quello che identifica il brand. Lo troviamo in alcune applicazioni del marchio, nella firma della mail, nei fondi delle copertine e come colore principale del sito internet.



Il colore Blazon Skies è invece un colore secondario e può essere utilizzato solo in presenza del Bennet Nuit e mai da solo. Esso può identificare alcune parti di un documento o di un sito, definire i bottoni delle CTA (Call To Action) e può anche essere utilizzato per creare delle immagini di accompagnamento.

Qualche esempio di immagini virate accostate al colore Bennet Nuit.



BILANCIAMENTO DEI COLORI

Il colore Blazon Skies è il protagonista, mentre l'arancio Blazon Skies ha un ruolo marginale e non deve per nessun motivo sopraffare il blu che è e deve rimanere il colore aziendale principale.

Anche per calcolare la percentuale di ogni colore è stata utilizzata la successione di Fibonacci.



BILANCIAMENTO DEI COLORI

84%

16%

FONT

EFFRA

Progettato da Jonas Schudel, Gockhausen/Zurich, il design della famiglia di caratteri Effra ha le sue radici in uno dei primi caratteri sans-serif (senza grazie) disponibili in commercio, Caslon Junior, del 1816. Ridisegnato e tradotto in un linguaggio contemporaneo di forma per adattarsi ai nuovi media, tra i quali ovviamente il digital (web, social, email, ecc), il suo design si identifica nelle sue linee pulite, nelle sue proporzioni aperte e i suoi caratteri circolari che esprimono la modernità.

Effra è caratterizzato da un aspetto che si distingue dalla massa ma ha la capacità di fondersi perfettamente con altri elementi di design. È un carattere che si legge facilmente ed è adatto a diverse dimensioni di testo e a un ampio spettro di applicazioni.

È stato inoltre insignito del prestigioso Red Design Awards nel 2013 (<https://www.red-dot.org/project/effra-corporate-edition-19838>).

LIGHT

Das Wort Sprache hat zwei Bedeutungen: Zum einen bezeichnet es konkrete Zeichensysteme (z.B. die deutsche Sprache, die Programmiersprache Basic), zum anderen umfasst es alle Handlungen, die etwas zum Ausdruck bringen, etwas mitteilen sollen. Hierzu gehört die beim Menschen biologisch vorgegebene Fähigkeit zu sprechen (Verbalsprache), aber auch die Körper-

REGULAR

Πιστεύεται, ότι δεν υπάρχει σαφής διαχωριστική γραμμή ανάμεσα στον όρο γλώσσα, με τη σημασία της συγκεκριμένης εθνικής γλώσσας, και στον όρο διάλεκτος. Σύμφωνα με τη διατύπωση του, «γλώσσα είναι μια διάλεκτος με στρατό και στόλο», ενώ σύμφωνα με άλλη διατύπωση «διάλεκτος είναι μια ηττημένη γλώσσα και με άλλη διατύπωση» δεν υπάρχουν πρότυ-

MEDIUM

Linguagem é qualquer e todo sistema de signos que serve de meio de comunicação de ideias ou sentimentos através de signos convencionados, sonoros, gráficos, gestuais etc., podendo ser percebida pelos diversos órgãos dos sentidos, o que leva a distinguirem-se várias espécies ou tipos: linguagem visual, corporal, gestual, etc., ou, ainda, outras mais complexas,

BOLD

O limbă reprezintă un sistem abstract, complex, de comunicare verbală între oameni. În afară de forma orală (limba vorbităbită, exprimată cu ajutorul vocii), bazată pe articularea de sunete, limbile actuale au în general și o formă grafică, limbascrisă. La baza oricărei limbi se află cuvântul ca unitate elementară de transmitere a unui înțeles. Con-

APPLICAZIONI



Biglietto da visita stampato a
1 colore (blu Bennet Nuit).

Biglietto da visita, carta intestata (ovviamente fornita in formato elettronico) e cartellina porta documenti con alette interne. Anche quest'ultima è stampata solo a 1 colore.



Insegna esterna in alluminio
stampato a 1 colore.





Cheers!



Se anche tu vuoi fare la
differenza e arrivare al cuore e
alla mente dei consumatori
contattami!

Trovi tutti i dettagli sul mio
nuovo sito albertobondoni.it.