



Logo restyling per THEORIA

Scadenza: 29.10.2010 23:59 GMT

Brand: Theoria

Settore: Marketing & Advertising

Paese: Italy

Categoria: Design : Logo

Pubblicato: 29.09.10 16:51 GMT

Budget: \$1 200

Stato: Aperto

Lingua delle Soluzioni: Inglese, Italiano

1 Step Brand Builder

[chi ha scritto il Brief per i Creators di BootB ?]

Theoria è un'agenzia di Relazioni Pubbliche.

Theoria è nata nel 1989 come struttura dedicata ai servizi inerenti il mondo dello sport. Oggi il nostro core business sono le PR, con marketing come servizio 'accessorio' e guardando al mondo dei social media come naturale evoluzione delle PR.

Che si tratti di decisori aziendali, consumatori, giornalisti, rappresentanti di istituzioni, opinion leader o dipendenti, Theoria individua, attiva e sviluppa il canale, il linguaggio e gli strumenti giusti per consentire al Cliente di interagire con i propri pubblici.

www.theoria.it

2 Step Obiettivo-Descrizione Del Progetto

[cosa sta cercando di realizzare il Brand Builder ?]

Nell'ottica di un rinnovamento della nostra immagine aziendale, cerchiamo un restyling del nostro LOGO.

Il logo attuale si compone di tre elementi - per ognuno indichiamo il lavoro che ci aspettiamo:

Logotipo: il nome 'THEORIA' è il nostro 'marchio di fabbrica'. È riconosciuto da tutti i nostri clienti, per cui non prevediamo di cambiarlo. Ci aspettiamo però nuove proposte per quanto riguarda il font e l'ingombro del testo, in modo armonico rispetto agli altri elementi di cui si comporrà il nuovo logo (elementi iconici ed eventuale payoff).

Icona: la spirale va sostituita con un diverso segno grafico, dipendente dalla sensibilità del creativo e in accordo con le indicazioni dei successivi step.

Il segno grafico che sostituirà o evolverà la spirale dovrebbe anch'esso diventare "marchio di fabbrica" così da potere essere utilizzato anche da solo, col tempo e in particolari casi, oltre che abbinato a "theoria".

Payoff: dimenticate l'attuale 'Progetti di comunicazione'. Nella nuova proposta di logo non è obbligatorio l'inserimento di un payoff. Tuttavia apprezziamo che vogliate includerlo e suggeriamo di sceglierne uno tra:

'Comunicazione d'impresa' - 'Sport Marketing' - 'Social PR'

Raccomandiamo un limitato ingombro del payoff, mantenendone però la leggibilità anche per piccole dimensioni.

3 Step Pubblico Target

[chi il Brand Builder sta cercando di influenzare ?]

Ci rivolgiamo prevalentemente a Responsabili Comunicazione e Direttori Marketing, oltre a Country managers di aziende multinazionali.

4 Step **Proposta**

[cosa il Brand vuole che il target capisca o faccia ?]

La riconoscibilità è il nostro 'must'. La nostra agenzia sempre più spesso è chiamata in gare con realtà multinazionali: vorremmo qualificarci agli occhi del nostro target come un partner efficiente, affidabile, orientato al risultato.

Vogliamo accreditarci presso le aziende facendo loro capire il nostro approccio consulenziale.

5 Step **Supporto**

[perchè il target dovrebbe credere nella proposta ?]

Perché facciamo della soddisfazione al Cliente il nostro primo obiettivo. Siamo una realtà estremamente performante e lo dimostra il tasso di fedeltà dei nostri clienti.

6 Step **Carattere**

[quali sono le caratteristiche che meglio descrivono la personalità del Brand ?]

- Affidabile
- Performante
- Orientato al risultato

7 Step **Pianificazione Dei Media/Destinazione Della Creatività Lavoro**

[dove apparirà il tuo lavoro ?]

Il nuovo logo apparirà in tutta la nostra immagine coordinata: sito web, biglietti da visita, carta intestata.

8 Step **Elementi Esecutivi Aggiuntivi**

[ogni altra informazione che il Brand ritiene necessario fornirti]

Alleghiamo il logo attuale in diverse dimensioni e formati.

Per la fase di gara accettiamo le proposte in formato .jpeg o .pdf.

Al vincitore saranno richiesti i formati professionali.

Allegati

371916/0000.zip

650.94 Kb