

**Basta poco per dare
una brutta impressione**

L'azienda comunica sempre anche involontariamente

A prescindere che un'azienda curi o meno la propria comunicazione, **un cliente la percepisce in base a ciò che essa gli comunica anche involontariamente.**

È meglio quindi una comunicazione curata che possa incrementare la fiducia nel cliente e invogliarlo ad acquistare prodotti e servizi, oppure lasciare che tutto “vada come vada”?



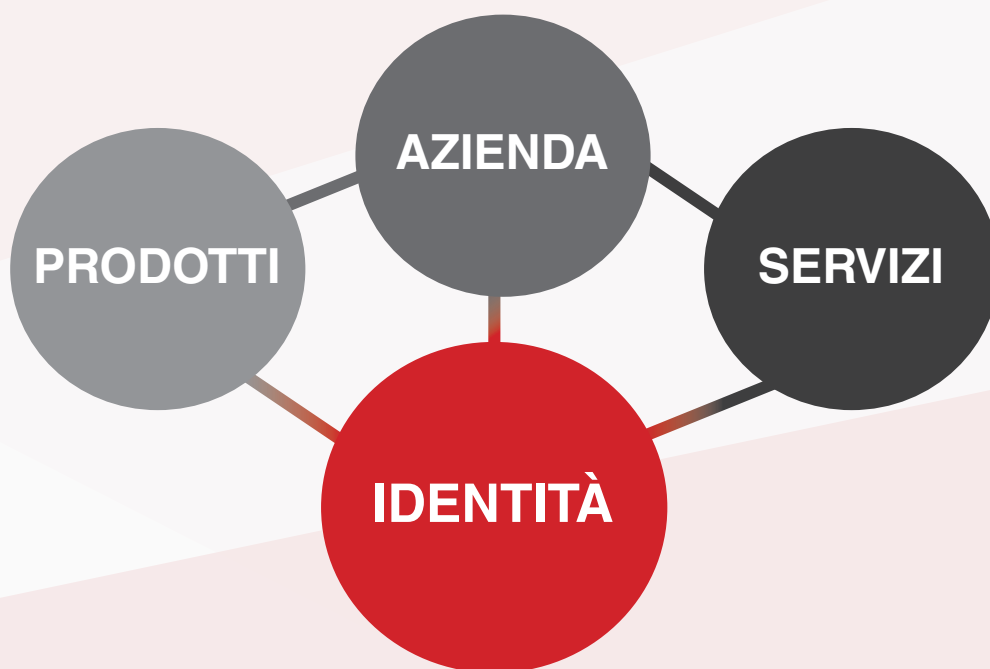
Ogni azienda deve comunicare con il cliente per **vendere** i propri prodotti e servizi. Più la **comunicazione** sarà **diretta, mirata e studiata ad hoc**, più il cliente maturerà **fiducia** nell'azienda, imparerà a conoscerla e **acquisterà prodotti** e servizi per poi innescare quel meccanismo di “passa parola” che da solo non è sufficiente ad incrementare la mole di acquirenti.

Il cliente ha una percezione dell'azienda in funzione di ciò che essa gli comunica. Basta poco per fare una brutta impressione, per questo è importante che tutto quello che l'azienda comunica direttamente o attraverso un prodotto in vendita, sia valutato attentamente dal punto di vista della comunicazione, cercando di capirne le reazioni nel cliente finale ed eventualmente i metodi migliori per approcciarsi alla clientela.

L'azienda ha una sua identità?

La base di partenza per qualsiasi comunicazione è l'azienda stessa con tutti i suoi prodotti e servizi, in altre parole: l'**identità**.

L'identità aziendale è **ciò che l'azienda “è” e vuole esprimere** attraverso se stessa, i suoi prodotti e servizi.



Tutto questo deve essere sintetizzato in un linguaggio comprensibile a tutti, attraverso un segno (il marchio), una serie di colori e forme che sarà poi declinato su tutta l'azienda, dalla sede operativa al packaging del prodotto finale. Questa operazione è importantissima perché definisce un metodo di rappresentarsi che rimane impresso ogni volta che il cliente entra in contatto con essa. Più si richiama l'azienda in ogni aspetto, più la sua immagine sarà forte.

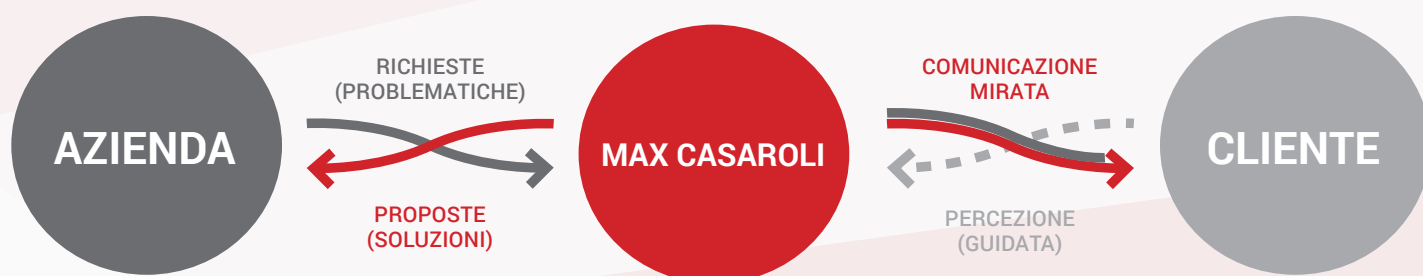
L'identità aziendale non si limita ad un “disegno” e qualche biglietto da visita ma si sviluppa oltre all'aspetto grafico, in una serie di comportamenti e metodi operativi che contraddistinguono l'azienda e che la rendono immediatamente riconoscibile, permettendo di abbracciarne l'intera filosofia. **Il cliente non compra solo perché gli piace il prodotto ma perché si sente in sintonia con l'azienda.**

Cosa fa Max Casaroli?

Una soluzione per le aziende

Da queste riflessioni nasce la figura professionale di Max Casaroli come designer della comunicazione, ossia progettista della comunicazione.

Il suo intervento consiste nell'offrire all'azienda una visione globale di ciò che essa comunica e proporre interventi per il miglioramento sul mercato.



Max Casaroli si occupa di strutturare l'identità aziendale a trecentosessantagradi o intervenire nell'azienda per migliorarne la qualità nella sua comunicazione.

Insieme all'azienda struttura una strategia, proponendo soluzioni alle varie problematiche poste e poi trova i mezzi più adatti per rivolgersi al pubblico, rafforzando la comunicazione aziendale e colpendo "i punti deboli" della clientela.

L'azienda comunica attraverso una moltitudine di canali e di modalità più o meno efficaci e offerte a prezzi notevolmente differenti. Max Casaroli si occupa di valutare i mezzi più idonei e proporre all'azienda un planning annuale o per il periodo prescelto in funzione del budget a disposizione.

Max Casaroli si occupa di vagliare le offerte che vengono proposte all'azienda, permettendole di indirizzare a lui tutti gli agenti che propongono iniziative pubblicitarie, eventi etc. Così, si può effettuare una valutazione oggettiva e professionale, senza rischiare di essere influenzati dall'agente di vendita o dal mezzo proposto.

Un servizio a chiamata oppure **ALL-INCLUSIVE**

Il servizio offerto può essere come consulente oppure anche **all-inclusive**.



Grazie alla sua rete di collaborazioni, Max Casaroli è in grado di offrire al cliente la messa in atto del piano di comunicazione, occupandosi personalmente della gestione e del coordinamento, diventando il punto di riferimento per l'azienda.

DIRETTO
E SINCERO

ATTENTO

PRATICO

Max Casaroli è disponibile ad un incontro senza impegno per discutere della sua attività e di come potrebbe giovare all'azienda.

tel. 346-784-0860 / email: mail@maxcasaroli.com

maxcasaroli designer
www.maxcasaroli.com