

Siamo il partner di qualità per la comunicazione,
l'advertising e lo sviluppo di business.



ADV-re.com
comunicazione e web agency
www.adv-re.it

Ambiti di attività • web agency
• advertising
• brand image
• corporate identity

MOTOR POWER COMPANY
**GARA PER LA INDIVIDUAZIONE DEL
PIANO DI COMUNICAZIONE 2009/2010**
GLI ELEMENTI ESSENZIALI

SETTEMBRE 2009

PREMESSA

**IL PIANO PRESENTA GLI ELEMENTI ESSENZIALI DELLA NOSTRA PROPOSTA
SUDDIVISI IN DUE SEZIONI:**

- > LA PRIMA DESCRIVE I PUNTI PRINCIPALI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE
- > LA SECONDA VISUALIZZA GLI ELEMENTI PORTANTI DELL'IDEA CREATIVA

DAL BRIEF ALLA STRATEGIA

I 4 PUNTI CHIAVE + 1

1

DAL BRIEF ALLA STRATEGIA

IL REDESIGN DEL LOGO PER SIGNIFICARE IL CAMBIAMENTO

SI LEGGE AL PRIMO PUNTO DEI TOOLS AZIENDALI:

- AMMODERNAMENTO DEL LOGO (NESSUN STRAVOLGIMENTO) A SUPPORTO DEL CAMBIAMENTO

•

CI TROVA CONCORDI:

**INTERVENIRE PER SVECCHIARE IL LOGO E' UNA CONDIZIONE SINE QUA NON
PER SIGNIFICARE IL CAMBIAMENTO IN ATTO**

UN INTERVENTO DOVUTO, QUANTO NECESSARIO.

•

CREDIAMO PERO' CHE IL NUOVO LOGO DEBBA IN ASSOLUTO:

> **EVIDENZIARE IL PERCORSO TECNOLOGICO**

- DAI MOTORI AI SISTEMI

> **CONSENTIRE DI INTERCALARE LE DIFFERENTI BUSINESS UNIT**

- PERSONALIZZANDO IL BRAND DI OGNI SINGOLA DIVISIONE IN UNA IDENTITA' DI CORPORATE SIGNIFICANTE

DAL BRIEF ALLA STRATEGIA

SEMPLIFICARE L'INFORMAZIONE PER FACILITARE L'APPRENDIMENTO

**PER LA DEFINIZIONE E IL LANCIAMENTO DELLA NUOVA FILOSOFIA AZIENDALE,
QUESTA DIVENTA PER NOI LA NECESSITA' PRIORITARIA**

•

IN FUNZIONE ANCHE DI DUE CONSIDERAZIONI EMERSE DAL BRIEF:

CLIENTE TIPO: UOMO, 35 ANNI, TECNOLOGICAMENTE PREPARATO, MOLTO CONCRETO E POCO AVVEZZO ALLE "CHIACCIERE DA VENDITORE"

PERCEZIONE DELL'AZIENDA DA PARTE DEL CLIENTE: SI EVOLVE IN MEGLIO DOPO AVER VISITATO L'AZIENDA > MAGGIORI INFORMAZIONI = MIGLIORE SODDISFAZIONE = MIGLIORE CONSIDERAZIONE AZIENDA/PRODOTTO

•

QUINDI:

- > **SEMPLIFICARE L'INFORMAZIONE PER RENDERLA COMPRESIBILE E DISTINTIVA, IDEANDO E SVILUPPANDO UNA STRATEGIA DI CORPORATE EDITING ADEGUATA**
 - PER INFORMARE MEGLIO E *AD HOC*
 - PER INFLUENZARE LE OPINIONI E LE AZIONI DEL TARGET A FAVORE DEL BRAND

•

COME:

- > **IL LAYOUT/MESSAGGIO** DEVE RISULTARE CHIARO E OFFRIRE IL VANTAGGIO PRINCIPALE
- > **LE PAROLE** DEVONO ESSERE BEN SCELTE E COERENTI CON GLI OBIETTIVI
- > **LE IMMAGINI** DEVONO ESSERE BUONE ED ESPRESSIVE DELLA STRATEGIA

DAL BRIEF ALLA STRATEGIA

SNELLIRE I FORMAT PER STIMOLARE LA DECISIONE

COSA INTENDIAMO CON IL TERMINE **FORMAT**?

NON LA SEMPLICE SCELTA DEI FORMATI E DEI SUPPORTI PER LE DIFFERENTI AZIONI DI COMUNICAZIONE

BENSÌ L'INSIEME PIÙ COMPLESSO DI REGOLE CHE DETERMINANO LO SVOLGERSI CORRETTO E ASSOLUTO DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE STESSA

•

ALCUNE REGOLE PER CHIARIRE IL CONCETTO:

- > **LAVORARE SUL TESTO E SUL MESSAGGIO PER UNA CORRETTA COMPrensIONE**
NO ALL'IMPROVVISAZIONE > SI AL COPYWRITING E WEBWRITING
- > **MIRARE ALLA QUALITÀ DELLO STILE PER LA SEMPLIFICAZIONE DEI LAYOUT**
NO ALLA CASUALITÀ > SI AL METODO
- > **DEFINIRE GLI STRUMENTI IN RELAZIONE ALLA STRATEGIA E NON IL CONTRARIO**
NO ALLA CONSUETUDINE DEL FARE > SI ALLA CONSAPEVOLEZZA DEL CONCETTO
- > **ESSERE CREATIVI NON PER IL GUSTO DI ESSERLO MA PER RISULTARE PROPOSITIVI**
NO AGLI EFFETTI SPECIALI > SI AL POSIZIONAMENTO COME STRATEGIA CREATIVA
- > **DISTINGUERE LA DIFFERENZA TRA STRATEGIA (COSA DIRE) ED ESECUZIONE (COME DIRLO)**
NO A TUTTO E DI PIÙ > SI A UN UNICO CONCETTO PROPOSITIVO DI BASE (*USP*)

DAL BRIEF ALLA STRATEGIA

COORDINARE LE AZIONI (INTERNO/ESTERNO) PER GETTARE LE BASI DI UN'IDENTITA' CONDIVISA

GIUSTO UN BREVE ACCENNO IN CODA.

SIGNIFICA NEI FATTI ABITUARSI A PROGETTARE E COORDINARE

•

> **LA COMUNICAZIONE SULLE PREMESSE DI UN PIANO APPROVATO**

NELLA REALIZZAZIONE CONDIVISA DELLE SINGOLE INIZIATIVE SIA ISTITUZIONALI E DI PRODOTTO SIA DELL'OFFERTA FORMATIVA (AGENTI/CLIENTI)

> **AZIONI DI COMUNICAZIONE ESTERNA**

NEL RISPETTO DEL SISTEMA DEI FORMAT INDIVIDUATO, PER FACILITARE LA DIFFUSIONE DEL KNOW-HOW E DELLE ATTIVITA' AZIENDALI (BRAND ACTIVATION) E AUMENTARE IL VALORE PERCEPITO DELLA BRAND IMAGE

> **AZIONI DI COMUNICAZIONE INTERNA**

DI IDONEI STRUMENTI D'ANALISI DEI FEEDBACK VOLTI A VALUTARE LA COMPrensIONE, IL GRADIMENTO, LA PERCEZIONE E L'ACCETTAZIONE DELLA BRAND IDENTITY

•

IN MODO CHE TUTTE LE AZIONI E LE ESPRESSIONI AZIENDALI SIANO SVINCOLATE DALLA INDIVIDUALITA' DI CIASCUNO E PENSATE, GESTITE E SVILUPPATE IN PARALLELO CON LE SOLUZIONI APPROVATE NEL PIANO

DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA
LA NOSTRA PROPOSTA

2

DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA

GLI ELEMENTI DI COMUNICAZIONE

IN SINTESI:

> **IL NOSTRO PROGETTO D'IDEA CREATIVA HA ORIGINE DALLA PRECISA VOLONTA' DI COSTRUIRE UN EFFICACE SISTEMA DI IDENTITA' VISIVA COERENTE CON GLI OBIETTIVI**

- **FONDATA SULLA FORZA ESPRESSIVA DELLE IMMAGINI (VISUAL)**
- **SULLA CHIAREZZA E SEMPLICITA' DELLE INFORMAZIONI FORNITE (COPY STRATEGY)**

•

> **BRAND IMAGE**

REDESIGN DEL LOGO AZIENDALE [+ elementi di base della corporate]

IDEAZIONE LOGO DEL 20°

SITO WEB [web design su piattaforma aziendale Liferay]

WEB MARKETING [verso clienti/fornitori e new business]

•

> **FORMAT ISTITUZIONALE**

ADVERTISING [campagna BtoB]

COMPANY PROFILE [corporate identity]

IMMAGINE IN FIERA [corporate + products brand]

•

> **FORMAT DI PRODOTTO**

ADVERTISING [campagna BtoB]

LEAFLET DI PRODOTTO [products brand identity]

IMMAGINE IN FIERA [corporate + products brand]

DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA

BRAND IMAGE

IL REDESIGN DEL LOGO AZIENDALE

> **IL PUNTO DI PARTENZA** LA SEMPLIFICAZIONE DEL LETTERING



> **L'IPOTESI DI BASE** L'UNIONE GRAFICA DEI DUE CONCETTI

MOTOR
POWER

> **L'IPOTESI AVANZATA** IL PASSAGGIO DAI MOTORI AI SISTEMI

MOTOR
POWER
COMPANY

MOTOR
POWER
COMPANY
SYSTEMS

DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA

IL REDESIGN DEL LOGO AZIENDALE

- > **L'IPOTESI ARTICOLATA** LA FAMILY BRAND
(LA DIFFERENZIAZIONE PER UNIT)

MOTOR
COMPANY
POWER
COMPONENTS
DIVISION

MOTOR
COMPANY
POWER
ELECTRONIC
DIVISION

MOTOR
COMPANY
POWER
MECHATRONIC
DIVISION

L'IDEAZIONE DEL LOGO 20°

> **IL PUNTO DI PARTENZA** UN PITTOGRAMMA DI CORPORATE



> **IL LOGO DEL 20°** UN'APPLICAZIONE DEL PITTOGRAMMA



DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA

LE BASI PER UNA CORPORATE IDENTITY NUOVA

> **BRAND IDENTITY** UN SISTEMA-MARCA ORIGINALE E DISTINTIVO

LA DIFFERENZIAZIONE PER UNIT

MOTOR POWER COMPANY
MECHATRONIC
D I V I S I O N



UNA NUOVA IDEA DI LOGO
PER UNA NUOVA BRAND PERCEPTION

MOTORPOWER
COMPANY



FORMAT ISTITUZIONALE

DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA

L'ADVERTISING IL FORMAT ISTITUZIONALE [1]

> **L'OBIETTIVO PRIMARIO**

INFORMARE DEL CAMBIAMENTO

- > IN SINTESI: • LANCIARE IL NUOVO LOGO
- CHIARIRE LA MISSION E GLI AMBITI AZIENDALI
- PRESENTARSI CON UNA IMMAGINE GREEN

•
> **LA PROMESSA [la headline]**

SIAMO SEMPRE QUELLI DI PRIMA. MA MOLTO DI PIU'

- > CI SI PROPONE CON QUALCOSA DI NUOVO E LA PROMESSA DI OFFRIRE DI PIU'

•
> **IL VANTAGGIO**

OPERARE PER BUSINESS UNIT

- > SIAMO SEMPRE QUELLI DI PRIMA = VALORIZZIAMO L'IMMAGINE STORICA
- > MA MOLTO DI PIU' = LANCIAMO LA NUOVA ORGANIZZAZIONE PER BUSINESS UNIT

•
> **IL CONCEPT [la body]**

ISTITUZIONALE RASSICURANTE

- > COME PRIMA = PERCHE' DALLE NOSTRE ORIGINI ABBIAMO CONSERVATO IL MEGLIO
- > MOLTO PIU' DI PRIMA = PERCHE' OGGI DIAMO TUTTA LA NOSTRA ESPERIENZA VALORIZZATA

•
> **LA RISPOSTA [il payoff]**

MUCH MORE THAN...

•
> **LA USP [il posizionamento]**

- > SI TRATTA DI DIRE DI ESSERE CRESCIUTI, VALORIZZANDO IL PATRIMONIO STORICO, E DI PORCI SUL MERCATO SECONDO NUOVI CRITERI ORGANIZZATIVI E UN'IMMAGINE ECO-COMPATIBILE

DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA LAYOUT PAGINA SINGOLA



Siamo sempre quelli di prima
Ma molto di più

Come prima, perché delle nostre origini abbiamo conservato il meglio per know-how, voglia di fare e innovazione.
Molto più di prima, perché oggi diamo tutta la nostra esperienza valorizzata dalla specificità e dalla eccellenza di ogni singola business unit: meccatronica, elettronica, componenti.

**MOTOR
POWER COMPANY**
SYSTEMS
much more than...

 www.motorpowergroup.com

DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA

L'ADVERTISING IL FORMAT ISTITUZIONALE [2]

> **L'OBIETTIVO PRIMARIO**

INFORMARE DELLA NUOVA ORGANIZZAZIONE

- > IN SINTESI:
- LANCIARE LE BUSINESS UNIT
 - RAFFORZARE IL PATRIMONIO STORICO E MOTIVARE IL NUOVO IMPEGNO
 - PRESENTARSI CON UNA IMMAGINE RINNOVATA E CREDIBILE

•
> **LA PROMESSA [la headline]**

METTIAMO IN COMUNE L'ENERGIA. PER ESSERE COMPETITIVI

- > SI OFFRE LA PROMESSA DI CREARE (MAGGIORE) SOLIDITA' PER RISULTARE (PIU') COMPETITIVI

•
> **IL VANTAGGIO**

ESSERE PIU' ATTENTI E VICINI AL BUSINESS DEL CLIENTE

- > PER CRESCERE INSIEME E RAGGIUNGERE I MIGLIORI RISULTATI

•
> **IL CONCEPT [la body]**

MARKETING ORIENTED RASSICURANTE E CREDIBILE

- > DA SEMPRE FORNIAMO KNOW-HOW = SIAMO QUELLI DI PRIMA [RASSICURAZIONE]
> OGGI PERO' PIU' MARKETING ORIENTED = LA SPECIALIZZAZIONE DELLE BUSINESS UNIT [CREDIBILITA']

•
> **LA RISPOSTA [il payoff]**

VICINI A TE E ATTENTI AL TUO BUSINESS, PIU' DI QUANTO IMMAGINI

- > ESSERE ATTORI PROTAGONISTI IN UN MERCATO GLOBALE CHE CAMBIA A GRANDE VELOCITA'

•
> **LA USP [il posizionamento]**

- > SI TRATTA DI RIBADIRE DI ESSERE CRESCIUTI, DI PORCI SUL MERCATO PIU' COMPETITIVI DI PRIMA (KNOW-HOW E PERSONE), E DI CONTRIBUIRE A FARE DI MPC UNA REALTA' ACCETTATA E CONDIVISA



**Mettiamo in comune l'energia
Per essere competitivi**

Da sempre forniamo know-how e innovazione alle aziende nelle motion technologies.
Siamo infatti tra le poche realtà italiane in grado di realizzare e gestire la tecnologia Direct Drive e parlare di meccatronica in ambito di automazione.
Un impegno delle persone, frutto di competenze ed esperienza, che quotidianamente operano applicando un concreto co-design con i nostri partner nell'intento comune di raggiungere i migliori risultati tecnologici.

Vicini a te e attenti al tuo business,
più di quanto immagini!

**MOTOR
POWER
SYSTEMS**
much more than

**MOTOR POWER COMPANY
COMPONENTS
DIVISION**
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unità, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente

**MOTOR POWER COMPANY
ELECTRONIC
DIVISION**
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unità, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente

**MOTOR POWER COMPANY
MECHATRONIC
DIVISION**
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unità, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente



Siamo sempre quelli di prima. Ma molto di più

Mettiamo in comune l'energia per essere competitivi

Come prima, perché da sempre forniamo know-how e innovazione alle aziende nelle motor technologies. Siamo infatti tra le poche realtà italiane in grado di realizzare e gestire la tecnologia Direct Drive e parlare di mecatronica in ambito di automazione.

Molto più di prima, perché oggi diamo tutta la nostra esperienza valorizzata dalla specificità e dall'eccellenza di ogni singola business unit. Un impegno delle persone, che quotidianamente operano applicando un concreto co-design con i nostri partner nell'intera gamma di applicazioni. I migliori risultati tecnologici.

Vicini a te e attenti al tuo business, più di quanto immagini

MOTOR POWER COMPANY
COMPONENTS
DIVISION
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unità, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente

MOTOR POWER COMPANY
ELECTRONIC
DIVISION
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unità, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente

MOTOR POWER COMPANY
MECHATRONIC
DIVISION
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unità, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente

MOTOR POWER COMPANY
SYSTEMS
much more than...

www.motorpowergroup.com



DALLA STRATEGIA ALL'IDEA CREATIVA

IL COMPANY PROFILE

> **L'OBIETTIVO PRIMARIO**

INFORMARE DEL CAMBIAMENTO E DELLA NUOVA ORGANIZZAZIONE

- > IN SINTESI:
 - RAFFORZARE IL PATRIMONIO STORICO
 - CHIARIRE LA MISSION E I NUOVI AMBITI AZIENDALI
 - LANCIARE LE BUSINESS UNIT
 - PRESENTARSI CON UNA IMMAGINE RINNOVATA E CREDIBILE

•
> **IL CONCEPT**

COSTRUIRE UN EFFICACE SISTEMA DI BRAND IDENTITY

- > IN COERENZA CON GLI OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE
- > FONDATO SULLA FORZA ESPRESSIVA DELLE IMMAGINE (VISUAL)
- > E SULLA CHIAREZZA, SEMPLICITA' E COMPrensIONE DELLE INFORMAZIONI FORNITE (BODY)

•
> **IL FORMAT**

SNELLO, VELOCE, CAPACE DI STIMOLARE LA DECISIONE PER FARE ARRIVARE IL MESSAGGIO IN MODO DIRETTO E CON UN APPROCCIO STIMOLANTE

- > SI TRATTA DI SAPER EVIDENZIARE I VANTAGGI E DI PRESENTARLI IN MODO EFFICACE E INCISIVO
- > LA CHIAVE E' COME SEMPRE NEL CORRETTO RAPPORTO *COSA DIRE/COME DIRLO*

•
> **IL LAYOUT**

SI TRATTA DI ELEVARE LA REPUTAZIONE DI CORPORATE ATTRAVERSO UN LAYOUT EFFICACE E GENERATORE DI VALORE

- > COME COSTRUTTORE DI FIDUCIA [SOLIDITA' E TRASPARENZA]
- > COME FATTORE DI DIFFERENZIAZIONE [COMPETITIVITA' E INNOVAZIONE]
- > COME STRUMENTO DI DIALOGO [CRESCITA E ASCOLTO]



IPOTESI AGGIUNTIVA DI VISUAL



Siamo sempre quelli di prima. Ma molto di più.

Abbiamo messo in comune l'energia per essere più competitivi

Come prima, perché da sempre forniamo know-how e innovazione alle aziende nelle motion technologies. Siamo infatti tra le poche realtà italiane in grado di realizzare e gestire la tecnologia Direct Drive e parlare di mecatronica in ambito di automazione.

Molto più di prima, perché oggi diamo tutta la nostra esperienza valorizzata dalla specificità e dall'eccellenza di ogni singola business unit. Un impegno delle persone, che quotidianamente operano applicando un concreto co-design con i nostri partner nell'intento comune di raggiungere i migliori risultati tecnologici.

MOTOR POWER COMPANY COMPONENTS DIVISION
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unit, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente

MOTOR POWER COMPANY ELECTRONIC DIVISION
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unit, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente

MOTOR POWER COMPANY MECHATRONIC DIVISION
Poche parole per descrivere le caratteristiche della unit, evidenziandone i plus e i vantaggi per il cliente

Vieni a te e attendi il tuo business, più di quanto immagini

MOTOR COMPANY POWER SYSTEMS
much more than...

20

www.motorpowergroup.com

© 2009 ADV-re.com

Ogni diritto sui contenuti ideati e presentati, sia a livello intellettuale sia creativo, è riservato ai sensi della vigente legislatura sul diritto d'autore. E' vietato, nello specifico, qualsiasi tipo di utilizzo, in toto o in parte, così come la riproduzione e/o la diffusione, qualunque ne sia il modo o la forma, senza l'autorizzazione scritta rilasciata dall'Agenzia, che è l'unica ed esclusiva proprietaria del diritto d'autore e di altri connessi al suo esercizio.