

Gruppo Media e Comunicazione x settore Meccatronici

Idee e percorsi per costruire
un brand di successo.

REFLEKTOR

Reflektor

Chi siamo

We're a creative team
of branding and
innovation experts.

Di cosa ci occupiamo

Strategy

Brand Positioning

Brand Values

Brand Purpose

Brand Personality

Brand Architecture

Brand Experience

Employer Branding

Brand Storytelling

Naming

Design

Visual Identity

Environmental Design

Editorial Design

Art Direction

Content Production

Photography and Video

UX/UI Design

Website, apps, Interfaces

Innovation

FFFWD 

Strategy Workshops

Innovation Strategy

Design Thinking Training

Ethnographic Research

Qualitative Research

Service Design

Product Design

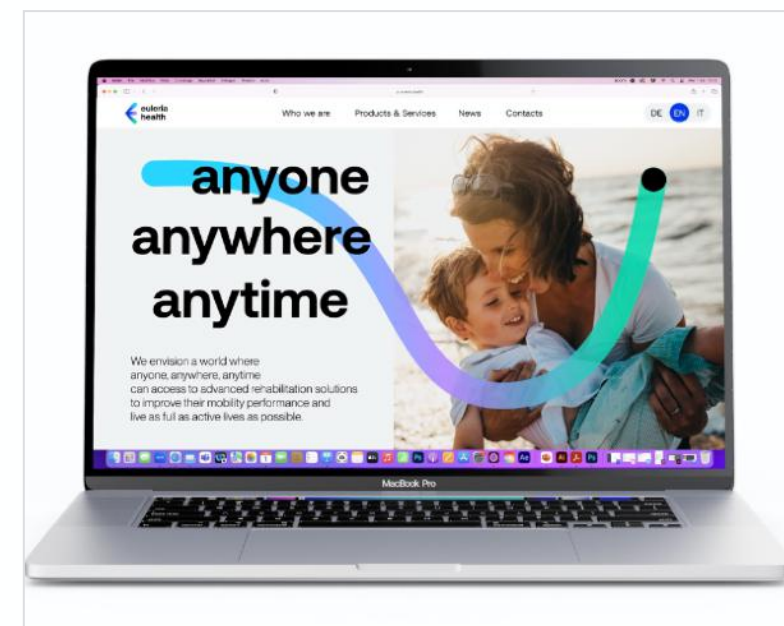
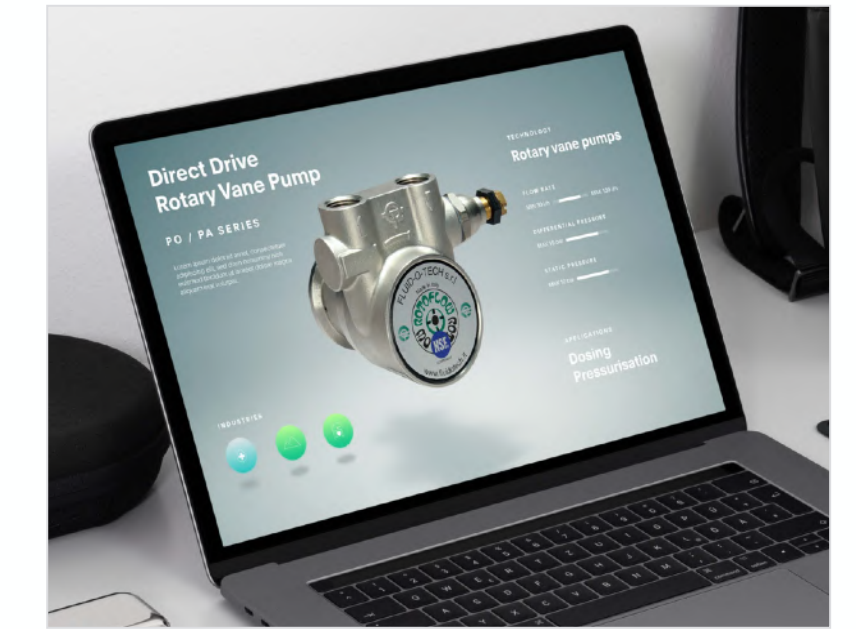
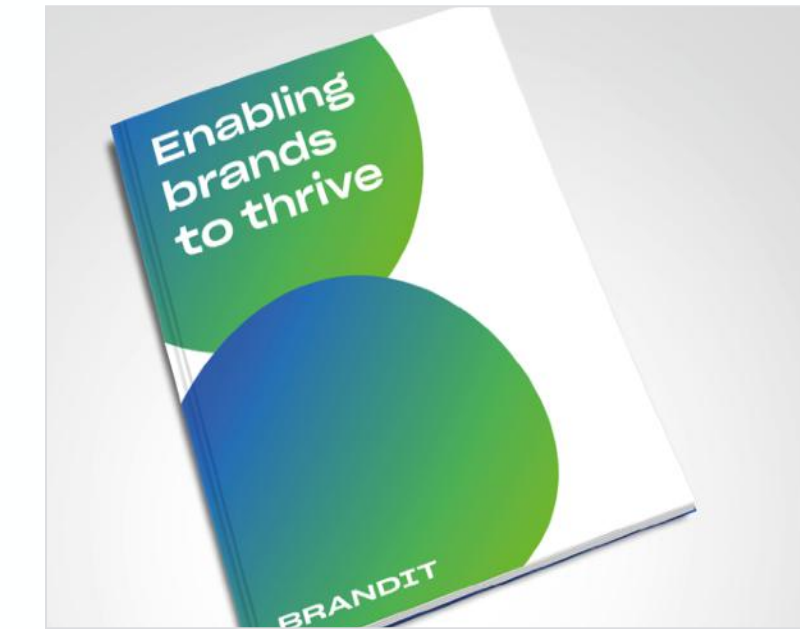
Business/Org Design

Dalla strategia alla creatività



Alcuni dei nostri clienti

AIPB Associazione Italiana Private Banking
Assolombarda
Banca Finint
Boglioli
Brandit
Coima
eFM
Euleria Health
Feltrinelli
Fluid-o-Tech
Fratelli Rossetti
Geca Industrie Grafiche
Italiaonline
Manageritalia
Nuagemma
Politecnico di Milano
Siram Veolia
Trenord



Il brand

Cos'è il brand

Ma cos'è
un brand?

Cos'è il brand

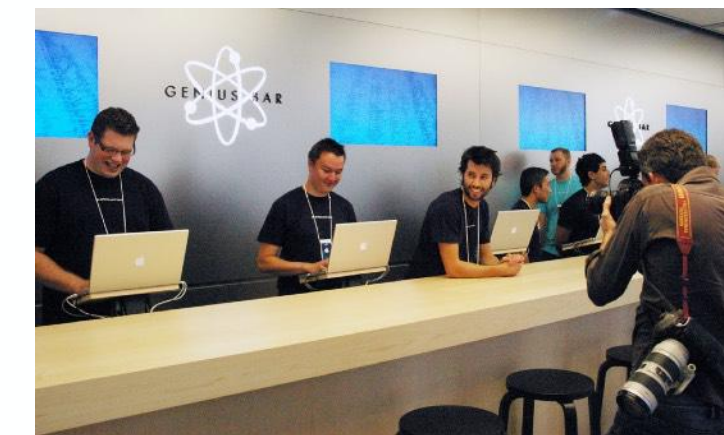
Il Brand è un asset 'vivo' che se gestito efficacemente crea identificazione, differenziazione e valore.

Il brand permette di essere coerenti in tutti i punti di contatto

Prodotti e servizi



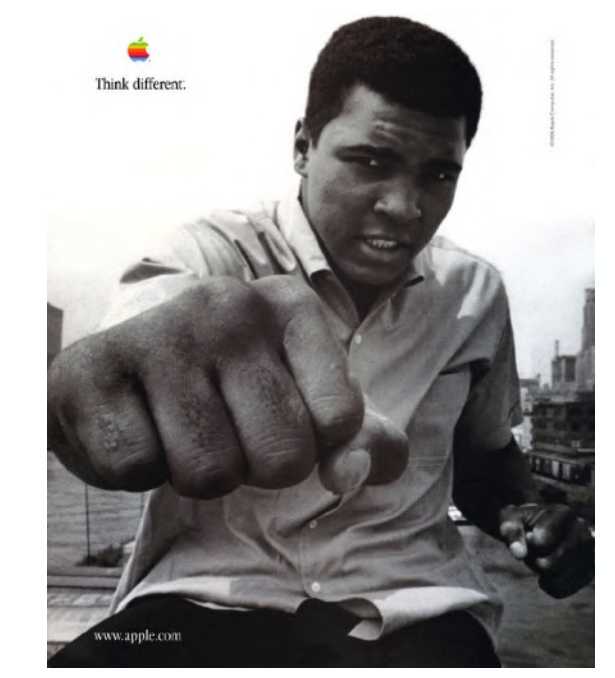
Persone e comportamenti



Spazi e canali



Comunicazione



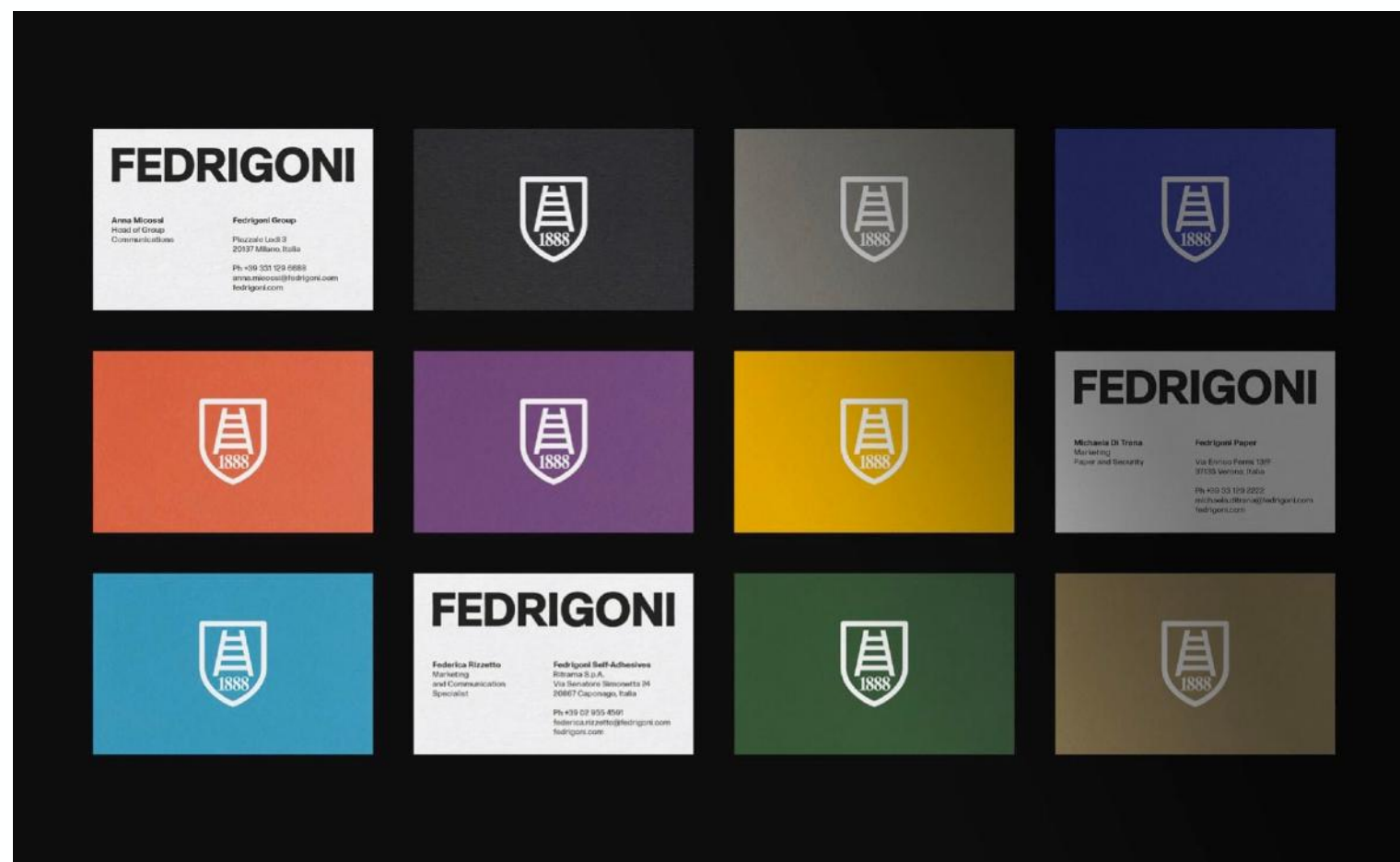
Cos'è il brand

Il brand è questione
di coerenza e
disciplina

Cos'è il brand

L'importanza del brand nel B2B

L'importanza del brand nel B2B



Cos'è il brand

L'importanza
del brand per le imprese
della Piccola e Media
Industria.

Un brand forte permette di

- Guidare la scelta
- Creare preferenza
- Generare premium price
- Distinguersi dai competitor
- Creare fedeltà
- Attrarre talenti
- Generare profitti

Un tema di attrattività

Come l'insicurezza ha mutato i comportamenti
Focus sull'Europa

Aumento delle ore di lavoro
21

Assunzione di nuovi incarichi
21

Maggiori tentativi di fare rete
15

Assunzione di un lavoro rischioso per la salute
15

Più turni nei giorni festivi
14

L'occupazione del futuro? Accesso difficile ma più umana

«La pandemia ha funzionato come catalizzatore di una trasformazione già in atto. Un lavoratore felice è un lavoratore produttivo, parte tutto da qui. Ecco che quindi diventeranno sempre più importanti smart working, welfare e formazione. In futuro, il benessere del lavoratore assumerà un ruolo sempre più cruciale e le aziende che non si adegueranno perderanno produttività e talenti». Virginia Magliulo, presidente Employer Services International di Adp sintetizza così il cambiamento in atto nel mondo del lavoro.

I giovani risultano i più penalizzati. Quali prospettive? I giovani conosceranno un mondo del lavoro del tutto diverso da quello dei genitori: da un lato più "umano", ma dall'altro di più difficile accesso. Le aziende sono continuamente alla ricerca di nuovi talenti e

ASPI Primo Piano L'occupazione pagina 7

La formazione

Con i diplomi Its il posto è assicurato ma ragazze e genitori sono diffidenti

IRINA MARA SCALISE

Gli istituti tecnici superiori garantiscono occupazione all'80% dei giovani, meglio se abbinati alle Academy. Il Pnr ha riservato loro 1,5 miliardi ma c'è ancora chi preferisce la laurea. Veggiamo tra le realtà che li usano con successo



30% Le donne sono le candidate più penalizzate nei concorsi universitari

Il mondo del lavoro è cambiato. E la domanda di competenze è aumentata. Per questo, gli istituti tecnici superiori (Its) stanno diventando una via di mezzo tra la scuola e il mondo del lavoro. Con i loro corsi triennali, garantiscono ai diplomati un posto di lavoro all'80%. Ma non tutti sono convinti. Soprattutto le ragazze e i genitori, che ancora preferiscono la laurea.

«Il mondo del lavoro è cambiato. E la domanda di competenze è aumentata. Per questo, gli istituti tecnici superiori (Its) stanno diventando una via di mezzo tra la scuola e il mondo del lavoro. Con i loro corsi triennali, garantiscono ai diplomati un posto di lavoro all'80%. Ma non tutti sono convinti. Soprattutto le ragazze e i genitori, che ancora preferiscono la laurea».

Il Pnr ha riservato loro 1,5 miliardi ma c'è ancora chi preferisce la laurea. Veggiamo tra le realtà che li usano con successo.

CORRIERE DELLA SERA diffusione 172911
Italia 232197

La formazione

di **Gianni Progenara**

Soldi e qualità. Missione fiducia (e un altro nome) nel futuro degli Its

Solo 18 mila gli studenti. Dal Pnr 1,5 miliardi

Per prima cosa dovrebbe cambiare il nome. Il corso triennale che porta al diploma di ITS (Istituto Tecnico Superiore) è un po' come un'isola nel mare. E per questo, per essere più visibile, deve essere ribattezzato. E il nuovo nome deve essere scelto in modo che sia chiaro che si tratta di un percorso di alta qualità, che prepara i giovani al mondo del lavoro con le competenze che gli servono. E che, soprattutto, è un percorso che garantisce un posto di lavoro all'80% dei diplomati. E che, infine, è un percorso che è aperto a tutti, anche alle ragazze.

Il Pnr ha riservato loro 1,5 miliardi ma c'è ancora chi preferisce la laurea. Veggiamo tra le realtà che li usano con successo.

Primo Piano Il lavoro

Sei imprese su 10 assumono operai e ingegneri

Boletino Excelsior 2021. Digitale e costruzioni trainano la ripresa occupazionale: +1,9 punti sul 2019. Ampliata la distanza tra formazione e lavoro

Giorgio Poglietti
Claudio Tucci

Il mercato del lavoro è tornato sul livello pre-Covid, con sei imprese su dieci che hanno programmato nuove assunzioni (+9,9 punti sul 2019). Ma, allo stesso tempo, sono cresciute anche le difficoltà nel reperire la professionalità giusta, con un mismatch balzato al 19,4%.

Il termometro del mercato del lavoro

SETTORI CON MAGGIORI DIFFICOLTÀ DI REPERIMENTI
Valori in percentuale

Commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli

Industria metallurgica e dei prodotti in metallo

Ind. Fabbric. Macchin. e attrezzature e dei mezzi di trasporto

Industria del legno e del mobile

Servizi informatici e delle telecomunicazioni

Dimissioni in aumento. Hanno cambiato come cambia il lavoro

Monitor Passivazione tra Promotiva e tempo che...

La sfida:
redere attrattivo il comparto
Meccatronico

Costruire un brand

Come costruire un brand rilevante, efficace e differenziante

Definire le fondamenta del brand

1. Brand Strategy

Brand Positioning

Brand Architecture

Employer Branding

Qual è la nostra ambizione?

Cosa ci rende unici?

Come ci differenziamo dai competitor?

Quali sono i Valori che più ci rappresentano?

Qual è la nostra personalità?

Quali sono i key messages di brand?

Come creiamo un brand in grado di evolvere nel tempo?

Come costruiamo un brand capace di attrarre e trattenere il talento?

Come capitalizziamo il valore e l'awareness delle aziende acquisite?

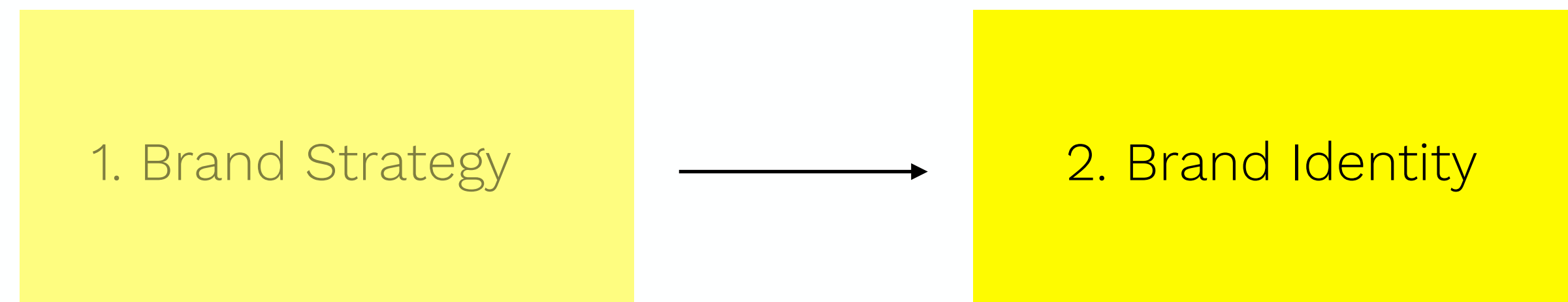
Come organizziamo il nostro portfolio di brand?

Qual è la brand architecture per noi più efficace?

Su quali e quanti brand è necessario investire?

Come costruire un brand rilevante, efficace e differenziante

Definire le fondamenta del brand



Qual è il sistema di identità visiva più adatto?

Quali sono i nostri elementi distintivi?

Qual è la nostra palette cromatica?

Qual è il nostro font?

Di quali template abbiamo bisogno?

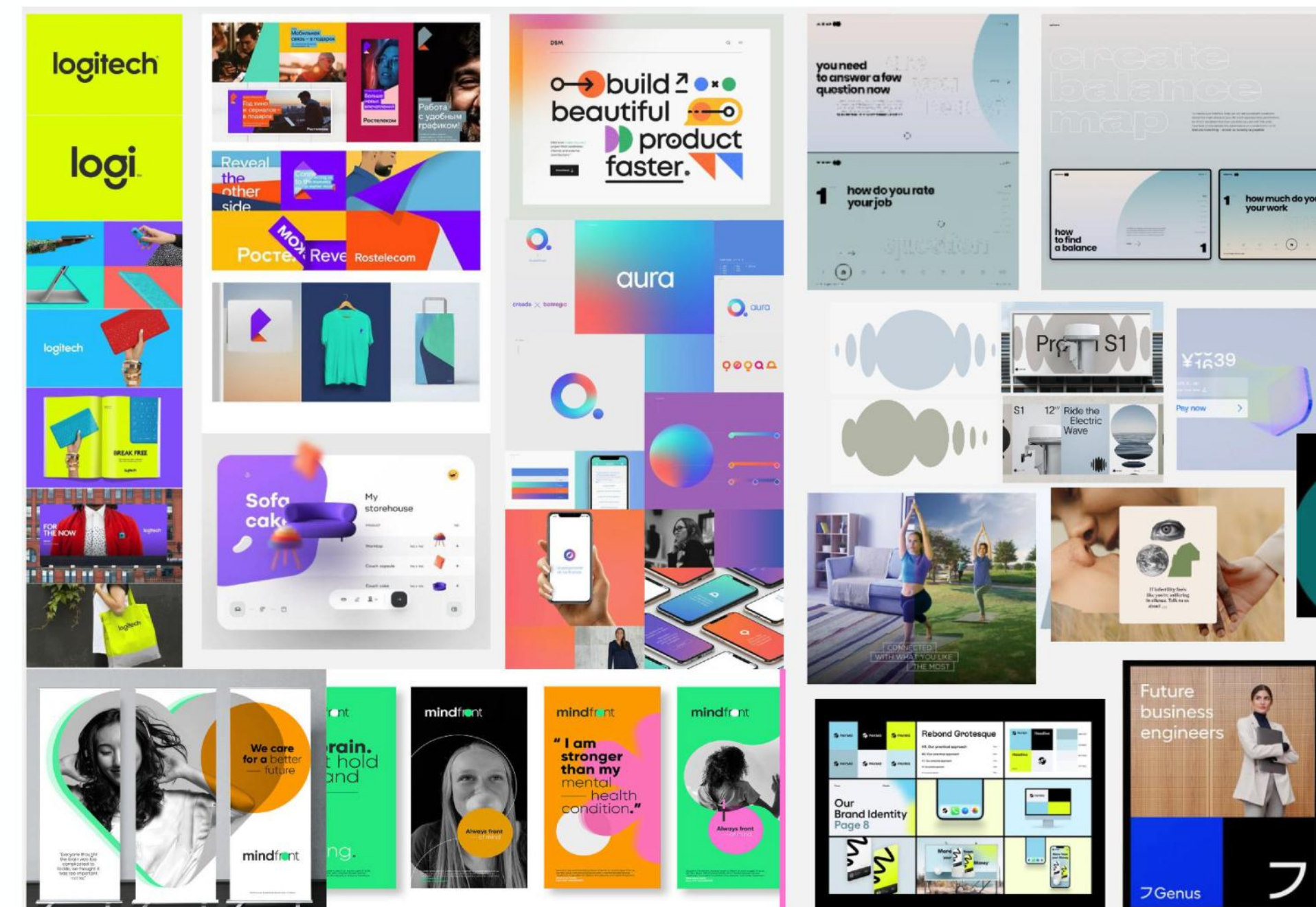
Che tipo di immagini (foto, illustrazioni, infografiche,...) dobbiamo utilizzare?

Come decliniamo la nostra identità nel mondo digital e nel mondo analogico?

Come dobbiamo parlare?

Qual è il nostro tono di voce?

...

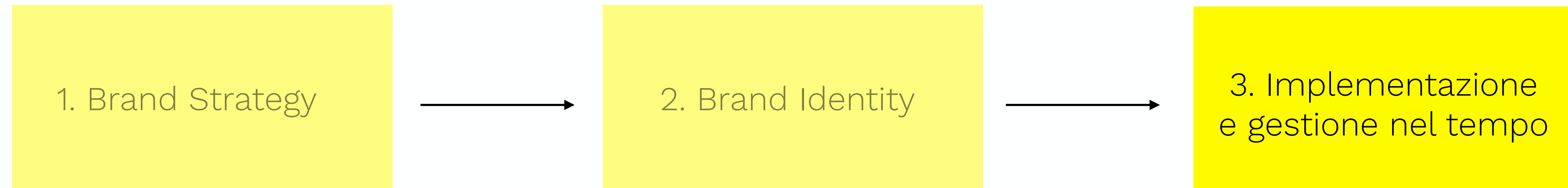


Immagini puramente illustrative

Come costruire un brand rilevante, efficace e differenziante

Definire le fondamenta del brand

Implementare e gestire nel tempo



Quali priorità dobbiamo avere?

Come pianifichiamo la messa a terra?

Quali investimenti dobbiamo considerare?

Come comunichiamo ai nostri stakeholder?

Come comunichiamo ai talenti?

Come gestiamo la comunicazione day by day?

...

Grazie!

Contatti:

Martina Profumo
+39 348 3240324
martina.profumo@reflektor.it

Michele Morosi
+39 339 4120940
michele.morosi@reflektor.it

Via San Gregorio, 55
20124 Milano, Italy

www.reflektor.it
www.fffwd.com

REFLEKTOR

Member of **FFFWD** 