

LA IDENTITAT CORPORATIVA I EL MÓN DIGITAL

L'E-MAIL : EINA DE DIFUSSIÓ

E-MAIL: EINA DE DIFUSIÓ

Per què llegim alguns newsletters i d'altres no?



E-MAIL : EINA DE DIFUSIÓ

Per què llegim algun newsletters i d'altres no?

DISSENY

- És atractiu?
- Em dóna confiança sobre l'empresa i/o el producte i/o servei?
- Em **desperta curiositat?**

GESTIÓ

- La **informació** està **gestionada**? O em fa mandra llegir-la?
- Hi ha negretes, paràgrafs, destacats, subtítols, imatges, que m'**administrin la informació** que m'estan donant...?

INFORMACIÓ

- La informació que m'ofereixen és purament comercial?
- El producte ja m'interessava? o **han aconseguit despertar-me la curiositat?**

E-MAIL: EINA DE DIFUSSIÓ

**QUÈ HA DE
GENERAR
UN BON
NEWSLETTER?**



E-MAIL: EINA DE DIFUSSIÓ

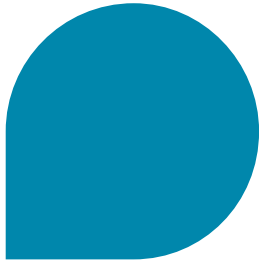
COM DISSENYAR UN NEWSLETTER EFICIENT?





DISSENY

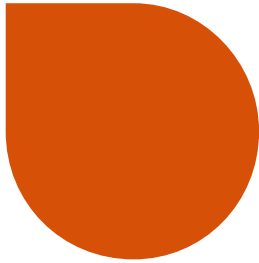
- **ATRACTIU:** tenir una **plantilla de newsletter** que ens permeti una còmoda gestió de la informació mantinguent sempre la identitat de l'empresa.
- **CORPORATIU:** que **transmeti la Identitat Corporativa** de l'empresa, que hi surti el logotip, que utilitzi els colors i tipografies (fonts) usuals,...
- **ACOMPANYANT LA INFORMACIÓ:** ordenat, net, clar, amb imatges que recolzin els textos, amb enumeracions, ...



GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ

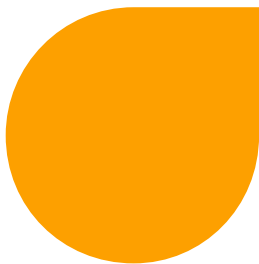
GESTIONAR: (Cal recordar que solem llegir en diagonal).

- 1. DIRIGIR I ADMINISTRAR LA INFORMACIÓ:**
Redacció concisa, breu i que inciti al lector a dirigir-se a la web per acabar d'entendre, de veure o d'ampliar l'oferta. **No enfocar-ho d'una manera purament comercial.**
- 2. USAR RECURSOS GRÀFICS DE REDACCIÓ:** les negretes i cursives; les majúscules; les enumeracions i destacats; títols i subtítols, peus de foto,...



LINKS A LA WEB

- El newsletter NO HA DE CONTENIR TOTA la informació, sinò un “tastet”; ja que l’objectiu primer del newsletter és dirigir a la web. **Hem d’incitar a l’usuari a entrar-hi. A la web trobarà tota la informació citada en el newsletter.**
- Això ho aconseguim **mitjançant links a les diferents seccions** de la web on estigui la informació.
- Cal recordar que l’usuari NO vol perdre el temps buscant per la nostra web.



DADES DE CONTACTE

- Les **dades de contacte** han de ser **fàcilment localitzables**.
- Per seguir la LOPD i les LSSI, la possibilitat de **donar-se de baixa** ha de ser **accessible i fàcil**.

LA WEB : UNA PLATAFORMA DE LA IDENTITAT CORPORATIVA

LA WEB : UNA PLATAFORMA DE LA IDENTITAT CORPORATIVA

FUNCIONS D'UNA WEB



FUNCIONS D'UNA WEB

PRESENTAR

Presentar una empresa **als seus clients potencials.**

OFERIR

Oferir d'una manera atractiva, fàcil i integrada **l'accés** a una sèrie de **recursos i serveis.**

FUNCIONS D'UNA WEB

DIFONDRE

Difondre la **Identitat Corporativa** d'una empresa i **posicionar-la** en el mercat.

INFORMAR

Afegir, de manera accessible i senzilla, **recursos que incorporin i fidelitzin els nous usuaris:**

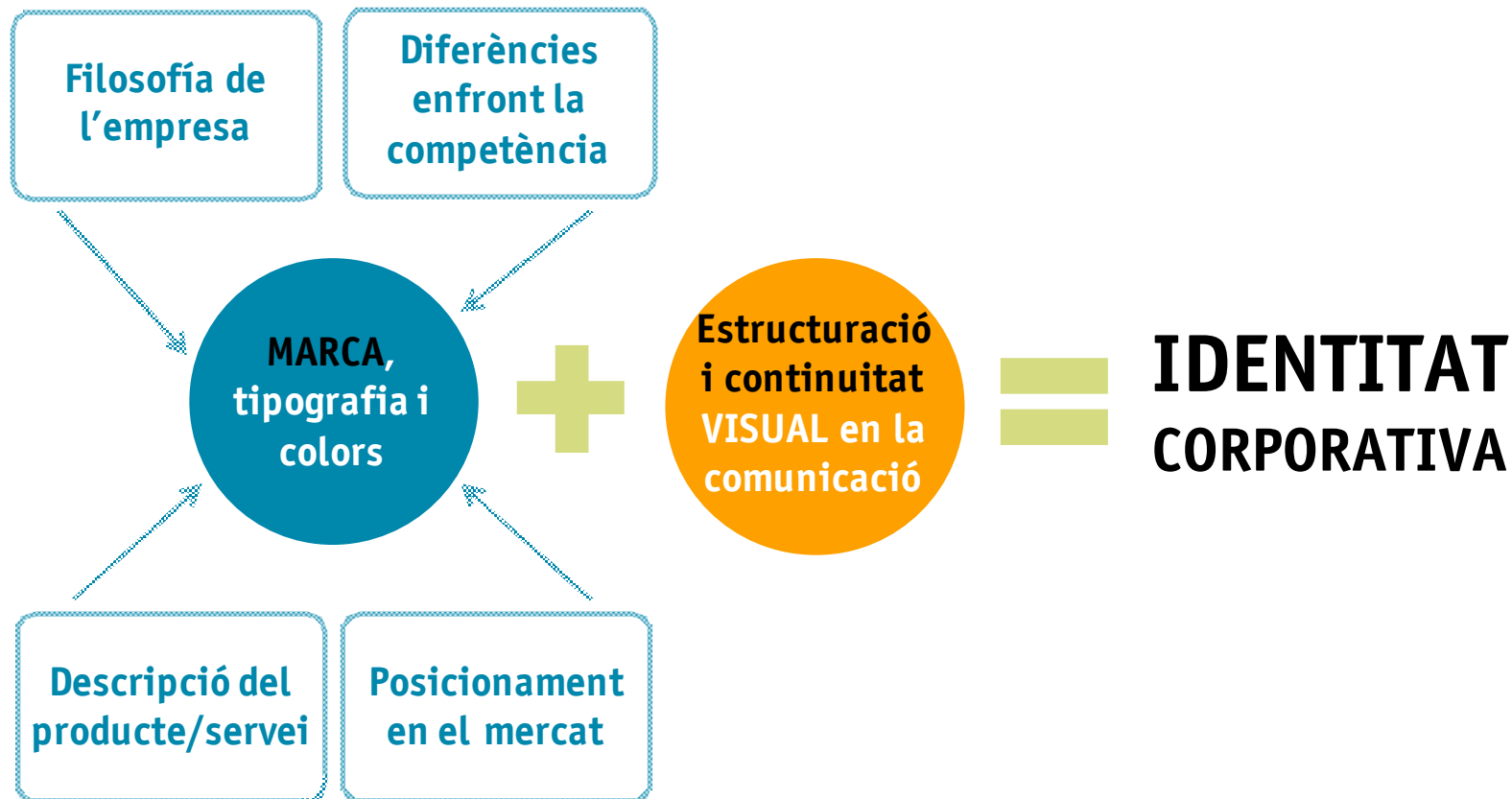
- oferta **d'informació** relacionada amb el sector
- subscripció al **newsletter**,
- **links** a webs d'interès...

**LA IDENTITAT
CORPORATIVA
I LA IMATGE
QUE ENS FORMEM
D'UNA EMPRESA**

Definició d'Identitat Corporativa

- La **Identitat Corporativa** és el vehicle que emet una projecció **coherent i visualment cohesionada** d'una empresa o organització en totes les seves comunicacions: fulletons, papereria, pàgina web, retolació de vehicles, etc.
- La **Identitat Corporativa** d'una empresa **és la seva carta de presentació**, la seva cara davant del públic; **d'aquesta identitat en depèn la imatge de l'empresa (IMATGE CORPORATIVA) que ens en formem.**

Construcció de la Identitat Corporativa



Construcció de la Identitat Corporativa

- 1) **RECOLLIR ELS ATRIBUTS DE L'EMPRESA:** definir els valors que volem transmetre, diferències que tenim enfront la competència, punts forts, filosofia d'empresa, etc.
- 2) Un cop tinguem la Marca dissenyada, **estructurar i desenvolupar una comunicació** que reforci els atributs descrits en el logotip.
- 3) **Dissenyar els elements físics** que intervenen en la identificació de la nostra empresa.

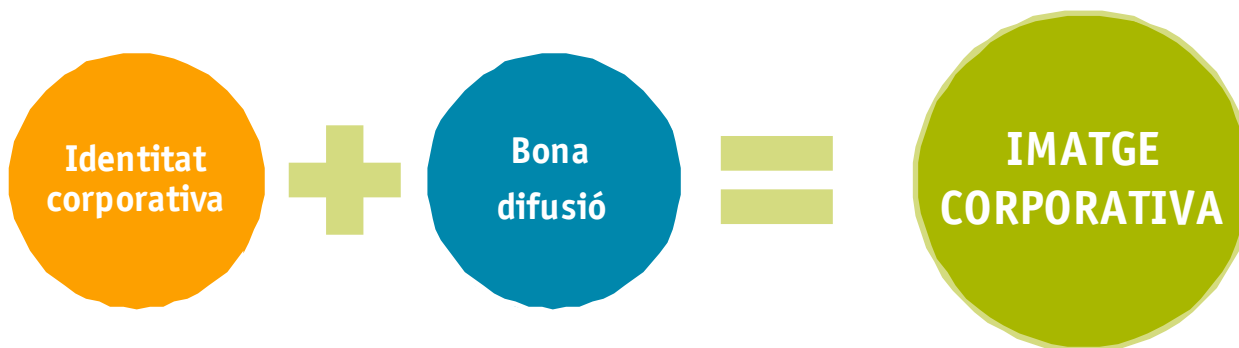
Elements que formen la Identitat Corporativa

- Per un cantó, engloba la **MARCA PRINCIPAL**: el logotip, colors i tipografies.
- Per l'altre, defineix l'**aplicació** de la marca i colors corporatius **en** elements, **materials i suports de comunicació**: els uniformes, targetes de visita, papereria, web, newsletter, vehicles, rètol, catàleg de producte, anuncis en premsa, carpetes, etc.

Identitat Corporativa versus Imatge corporativa

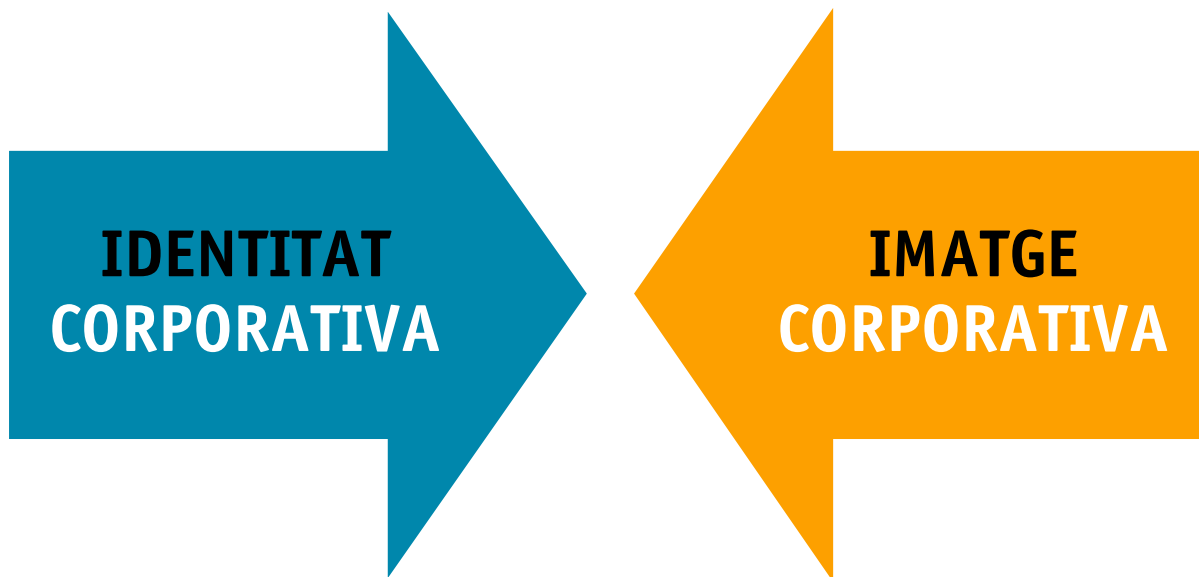
DEFINICIÓ IMATGE CORPORATIVA:

La **Imatge** Corporativa d'una empresa és la **representació mental que el públic es forma d'ella** com a conseqüència de les informacions que rep, tan directament com indirectament.



LA IDENTITAT CORPORATIVA I LA IMATGE QUE ENS FORMEM D'UNA EMPRESA

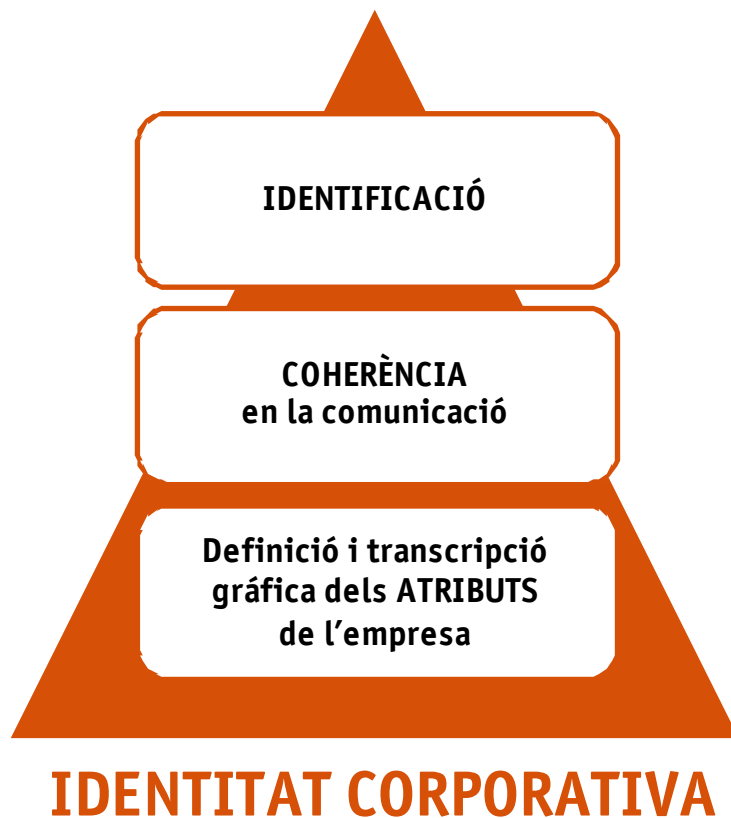
La **Identitat Corporativa** i la **Imatge Corporativa**,
dissenyades amb coherència, coincideixen:



Identitat Corporativa, PER QUÈ SERVEIX?

- **Identifica** l'empresa, la **presenta** i la manté en **coherència**.
- És **el mitjà que ens ajuda a ser visibles i a destacar** els avantatges que tenim enfront la competència.
- La Identitat Corporativa s'ha convertit en un **valor afegit** que **posiciona** la seva empresa **en el mercat i en la ment** del consumidor i/o client potencial.
- **Cohesiona la comunicació** i reforça els conceptes seleccionats a la Marca.
- **Valor afegit:** Si es cuiden els detalls, aquesta idea es transmet al client, donant-li confiança i fent-lo sentir millor atès.

Identitat Corporativa, PERSONALITAT I COHERÈNCIA.



www.wayava.net

