

Challenging Ambition

TOTAL IDENTITY 2007

Fondata come Total Design

63



Benno Wissing

Friso Kramer

Ben Bos

Dick Schwarz

Paul Schwarz

Wim Crowel

© 1963

Total Identity raccoglie oggi

- Consulenti in comunicazione
- Consulenti strategici
- Registi
- Ricercatori
- Designer
- Copywriters
- IT/Web Developers
- Managers

Provenienti da discipline diverse

- Economia
- Design
- Comunicazione
- Sociologia
- Filosofia
- Giornalismo
- Letteratura
- Arte
- Informatica

uniti da Visione e Missione comune



© 2007

Visione

Vediamo nell'identità la risorsa capace di creare rilevanza, dialogo ed interazione.

Pensiamo l'identità come traduzione in termini comunicativi dei valori, delle tematiche, delle competenze e delle ambizioni dell'organizzazione, ancorate al proprio contesto socio-economico.

Crediamo all'identità come atto di creazione e di rinnovo delle ambizioni collettive di un'organizzazione.

Missione

Supportare le organizzazioni nell'espressione della propria identità.

Sviluppare strategie e strumenti per l'interazione tra l'organizzazione ed il proprio ambiente.

Creare consenso e visibilità tramite un brand orientato da principi etici.

Definizione dell'identità

Total Identity accompagna le organizzazioni lungo il percorso di conoscenza delle proprie ambizioni e di espressione della propria identità per facilitare il dialogo con il proprio ambiente e mercato.

[Identifying the brand]

Concezione dell'identità

In questo processo, Total Identity spinge le organizzazioni verso un comportamento etico e trasparente in grado di aumentare la reputazione dell'organizzazione e di agevolare il passaggio dal posizionamento orientato al marketing/advertising alla relazione con/tra i vari stakeholder dell'organizzazione.

[Living the brand]

Comunicazione dell'identità

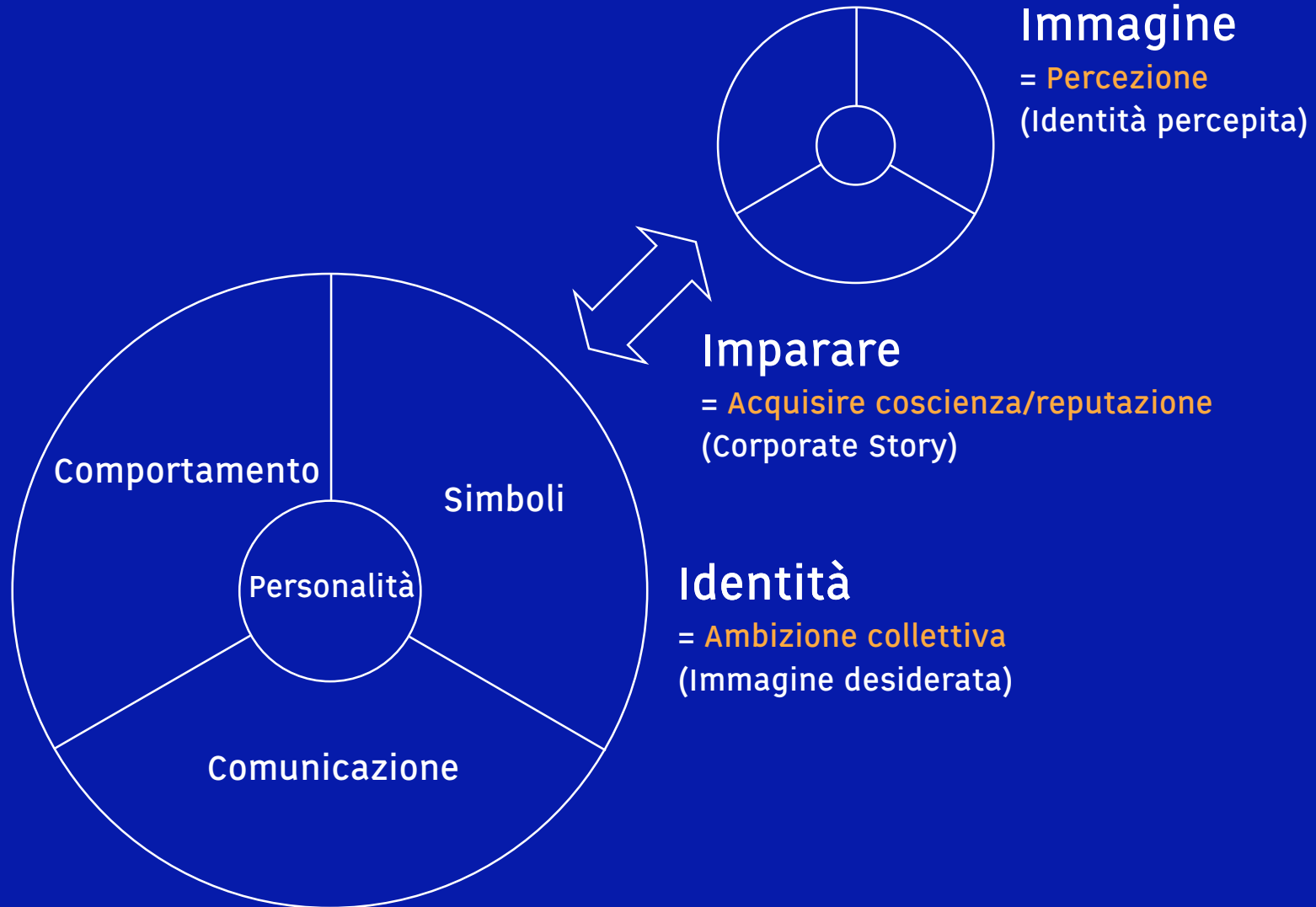
Grazie alla combinazione di varie discipline e competenze maturate in ambito strategico e comunicativo, Total Identity traduce la corporate identity dell'organizzazione in ogni sua forma ed espressione: simboli, comunicazione, design.

[Experience the brand]

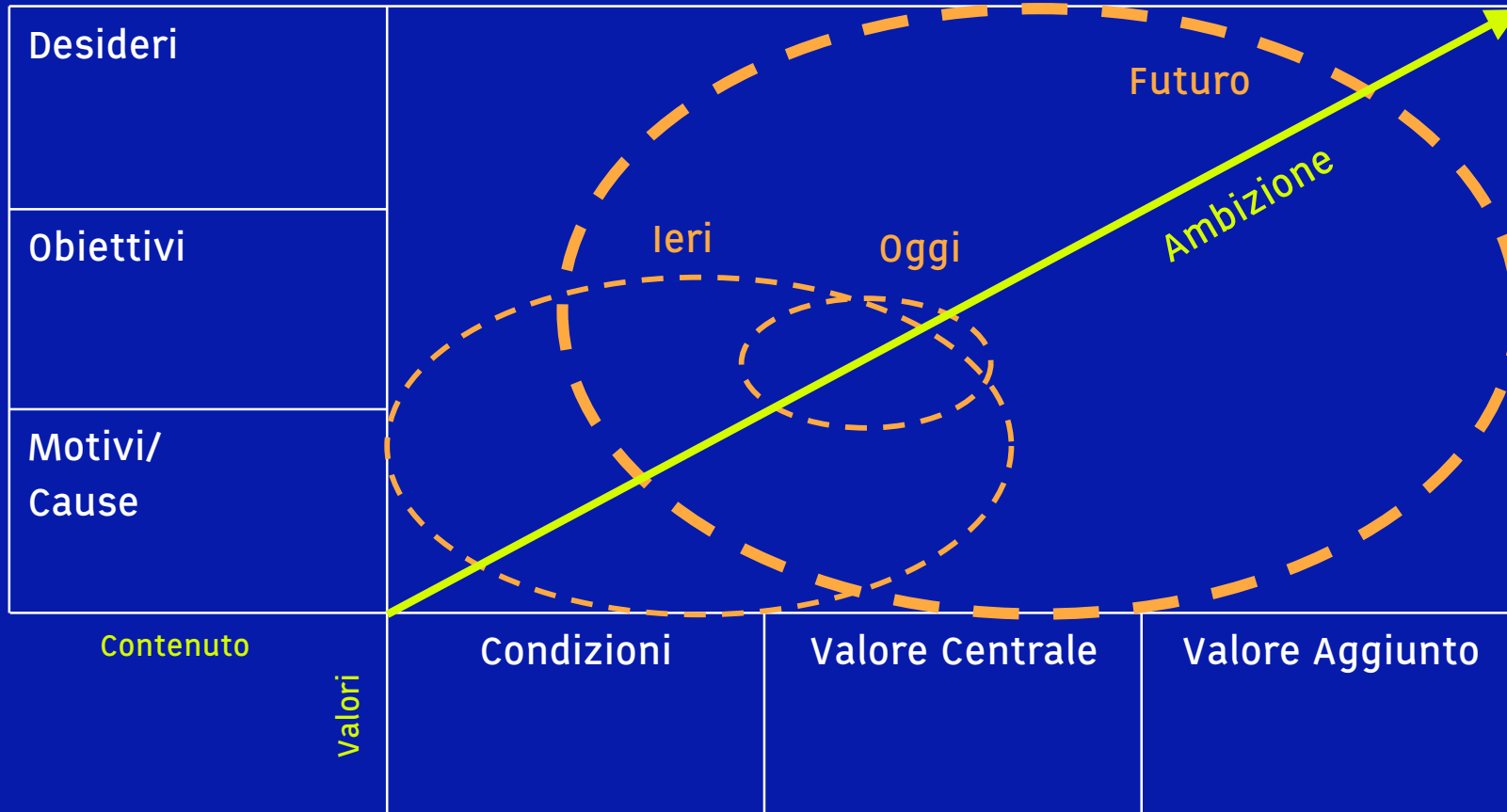
Le dinamiche dell'identità

Anticipazione,
interazione,
trasformazione.

Dinamica identità / immagine



Matrice d'identità



Il metodo di Total Identity

Definire,
Concepire,
Comunicare.

[Creare tangibilità]

Programma di corporate identity

	Strategia	Implementazione
Definizione	Componente 1 Definire l'identità > Strategia, Missione, Profilo = Corporate Story	Componente 2 Definire la strategia di comunicazione e organizzare la comunicazione = Obiettivi e Piani
Trasformazione	Componente 3 Implementazione interna dell'identità e della strategia = Sviluppo dell'organizzazione	Componente 4 Sviluppo strumenti di Comunicazione (interna/esterna) e di controllo = Scelta dei mezzi

Le nostre competenze

Posizionamento
Design
Comunicazione
[Creatività]

Posizionamento

- Identity management
 - Visione, Missione, Profilo, Strategia
 - Corporate Story
 - Strutturazione dell'identità
 - Scelta del nome
 - Sviluppo/architettura del marchio
- Change Management
 - Strategie orientate al servizio (prodotto > servizio)
 - Gestione e controllo dell'identità
 - Infrastruttura della comunicazione

Design

- Design come strumento strategico
 - Basic-Design-Elements
 - Direttive per lo sviluppo del design
 - Corporate typeface
 - Guida Look & Feel
 - Gestione del corporate design (i-Base)
- Design per la comunicazione
 - Print-Design
 - Interaction-Design
 - Audio/Video
 - Applicazione del design per il publishing aziendale
- Design dell'ambiente / segnaletica direzionale
 - Traduzione spaziale della corporate identity
 - Segnaletica
 - Applicazioni di design
- Packaging design

Comunicazione

- Definizione dei canali di comunicazione
- Piano di comunicazione interna (Issue-Management)
- Coaching
- Magazine, giornali, newsletter
 - Progettazione formule editoriali
 - Sviluppo layout editoriali
- Annual report
 - Concetti shareholder/stakeholder
 - Redazione
 - Struttura
 - Design
 - Rappresentazione online

I risultati

Posizionamento corretto

Profilazione unica

Riconoscibilità chiara

Rilevanza e reputazione

Aumento delle relazioni

Alcune referenze I

Servizi e prodotti finanziari

Fortis ASR (Utrecht – NL): corporate design, naming, identity management, interazione, publishing

Hyundai Capital (Seoul – KR): corporate design, investor relation, annual report

Hyundai Card (Seoul – KR): corporate design, identity management, interazione, design ambientale

ING Financial (Amsterdam – NL): investor relation, annual report

Commercio e costruzioni

Al Futtaim (Dubai – AE): corporate design, identity management

AMWAY (London – UK): consulenza di comunicazione, comunicazione corporate

Besix (Brussel – BE): corporate design

Shin Young (Seoul – KR): corporate design, identity management

Alcune referenze II

Servizi e telecomunicazioni

Philips "52 degrees" (Nijmegen – NL): corporate design, identity management, marketing communication

GITP (Den Bosh – NL): consulenza di comunicazione, corporate identity

Hanaro Telecom (Seoul – KR): corporate design, marketing communication

TIS (Bolzano – I): corporate design, identity management

Trasporti ed infrastrutture

KLM Royal Dutch Airlains / Cargo (Schipol – NL): corporate design, identity management, interazione

Thalys – TGV (Consorzio ferrovie: F, NL, BE, D): corporate design (interni ed esterni)

Schipol Airport (Schipol – NL): segnaletica direzionale

Città dell'Arte e della Scienza (Paris - F): segnaletica direzionale

Alcune referenze III

Pubblica amministrazione

Ministero della difesa olandese (The Hauge – NL): corporate design, identity management

Ministero degli interni olandese (The Hauge – NL): consulenza di comunicazione, publishing

Nederlands competition authority (The Hauge – NL): corporate design, publishing

Città di Utrecht (Utrecht – NL): consulenza di comunicazione, publishing

Educazione e cultura

International Foundation Manifesta (Amsterdam – NL): corporate design, publishing

Museum Het Rembrandthuis (Amsterdam - NL): publishing, marketing & corporate communication

Olympic Committee Leipzig 2012 (Leipzig – D): consulenza di comunicazione, corporate design, interazione

Saslong Classic – FIS Ski World Cup (Bolzano - I): consulenza di comunicazione, corporate design

Network

Total Identity

Amsterdam - The Hague – Heerlen

Total Identity International

Antwerp (B) - Bolzano (I) - Bremen (D)

Lisbon (P) - Dubai (UEA) - Seoul (KR)

Taipei (TW)

Struttura del Network (2007)

- head quarters
- franchise/partner
- candidate



Nuovi sviluppi

Valutazione del marchio (intangible assets)

Inward briefing (la prima percezione)

Design del business-scenario

Corporate Social Responsibility

Corporate TV

Ringraziamo per la cortese attenzione

17.04.2007
Total Identity

Hans P Brandt (Amsterdam)
Manuel Demetz (Bolzano)
Stefano Baldini (Bolzano)

sbaldini@totalidentity.it
+39 340 8743276