

Brand-Check: Come Trasformare il tuo Studio in un Brand

Ciao da Gabriele Tontini (amministratore di Architetti Freelance), e ti faccio i complimenti per aver scaricato il tuo Brand-Check. Rispondi alle domande di questa checklist e scopri come creare il tuo brand e differenziarti dai tuoi colleghi/concorrenti.

1) Qual è il mio settore (o Macro-categoria)?

Es. interni/giardini/paesaggio/urbanistica/normativa/strutture/disegno automatico/rendering/bioarchitettura/ ecc.

.....
.....
.....

2) Qual è la nicchia o categoria?

*Es. interni per ristoranti/bar/negozi/alberghi/B&B/ville di lusso/ ecc.**

.....
.....
.....

3) Qual è il tuo cliente target (o meglio, il destinatario del tuo messaggio di marketing - vale anche per B2B)?

Es. imprenditori/negozianti/ristoratori/agenzie immobiliari/categorie di professionisti/categorie di privati/ ecc.

.....
.....
.....

N.B. per categorie di professionisti, si intendono, ad esempio, altri architetti se offri servizi di disegno automatico, commercialisti se sei un consulente, e così via...

4) Cosa fanno i tuoi concorrenti? (cerca su internet, chiedi in giro)

Es. non ci sono specialisti nella mia nicchia/ci sono già altri architetti che si occupano SOLO di negozi?

.....
.....
.....

5) Quali sono i vantaggi per i tuoi clienti di lavorare con te?

Es. il loro negozio li farà guadagnare di più grazie al mio design/avranno una casa più salutare.

.....
.....
.....

Domanda finale

Molti architetti pensano che NON avere concorrenti sarebbe la condizione ideale per lavorare. In realtà, gli unici mercati senza concorrenti sono quelli di tipo monopolistico e quelli in cui NON ci sono margini di guadagno.

E' importante che il mercato / settore che hai scelto abbia più concorrenti, è indice di un mercato fiorente. Il problema, è che devi differenziarti dagli altri per offrire servizi più appetibili. Per questo, dopo aver fatto una qualunque ipotesi sul tuo brand chiediti:

Hai concorrenti?

Sì => cambia target/cambia messaggio di marketing (il vantaggio) / cerca una nuova categoria	No => assicurati che ci sia mercato. Se è il caso, fai dei test con dei piccoli investimenti pubblicitari
--	---

** La condizione ideale in cui dovresti trovarti in fase di start-up o rebranding (cioè quando stai "ristrutturando" l'immagine del tuo attuale studio di architettura per renderlo più appetibile) è quella di essere **IL PRIMO** della tua categoria.*

Ad esempio - Architetti Freelance, il PRIMO blog di marketing per architetti (dove la nuova categoria è "Marketing per Architetti").

Per approfondire:

["Brand Positioning - the battle for your mind"](#) è il testo di riferimento per chiunque voglia approfondire il posizionamento di brand.

P.s. una volta individuato il tuo brand e la tua idea differenziante, il tuo compito è quello di comunicarla con i mezzi che hai a disposizione, ad esempio attraverso il web. Ne parlo in maniera più approfondita in questo [Report Gratuito](#) che puoi scaricare adesso.



REPORT GRATUITO:

5 Modi Per Trovare Clienti Con I Social Network

CLICCA QUI 

DOWNLOAD IMMEDIATO