

Architetti Freelance - Brand Check

# Scopri come trasformare il tuo studio in un Brand

---

Ovvero...scopri come DIFFERENZIARE il tuo studio e conquistare il mercato grazie a un posizionamento REALMENTE efficace.

Una guida di Gabriele Tontini - Fondatore di [ArchitettiFreelance.it](http://ArchitettiFreelance.it)

## Introduzione

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 nel settore dell'Architettura e dei servizi professionali, differenziandoti 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?

<b>Se la risposta è Sì =&gt;</b> rifinisci il target / cambia messaggio di marketing / cerca una sotto-nicchia in cui puoi emergere più facilmente grazie a un buon marketing.	<b>Se la risposta è No =&gt;</b> assicurati che ci sia mercato. Se necessario, 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 **LEADER** della tua categoria di mercato.*

*Ad esempio - Architetti Freelance è il più importante blog di marketing per architetti (dove la categoria è “Marketing per Architetti”).*

Per approfondire: [“Brand Positioning - the battle for your mind”](#) è il testo di riferimento per chiunque voglia approfondire il concetto di posizionamento di un 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.



Se vuoi saperne di più su come costruire un forte BRAND in grado di attirare clienti e progetti nel settore che preferisci, clicca sul link qui sotto e scopri l'Academy di Architetti Freelance, il corso che ti mostra step-by-step come fare.

[CLICCA QUI](#)