

Mini Guida

Trova la tua Identità di Brand



Chi è davvero il tuo brand, cosa comunica e cosa lo rende unico, anche se non hai ancora un logo o un sito.

Indice

- * Introduzione: Perché anche un artigiano ha bisogno di un brand 3
- * Cos'è un brand (e cosa non è) 4
- * Mission, Vision e Valori – il cuore del tuo brand 5
- * Scopri cosa ti rende unico 6
- * Il tuo “perché”: la storia che muove tutto 7
- * Esercizi pratici – Costruisci la tua identità di brand 8
- * Scheda finale da compilare: “Chi sono, cosa faccio, per chi lo faccio, perché lo faccio” 9

➔ [Apri il file editabile](#)

① Introduzione

– Perché anche un artigiano ha bisogno di un brand

Molti pensano che “il brand sia una cosa da grandi aziende”.

In realtà, **anche il più piccolo laboratorio artigianale ha un'identità, uno stile, un messaggio.**

E ogni volta che pubblichi un post, mostri una foto o rispondi a un cliente, **stai comunicando il tuo brand, che tu lo voglia o no.**

Avere un'identità chiara ti aiuta a:

- * **distinguerti** da chi fa prodotti simili,
- * **attirare clienti** che apprezzano proprio il tuo stile,
- * **vendere** con più facilità, perché le persone riconoscono e si fidano di te.

② Cos'è un brand (e cosa non è)

Un brand non è solo un logo o un nome carino.

| È la percezione che le persone hanno di te.

È l'insieme di:

- * **come parli** (tono e linguaggio),
- * **cosa mostri** (colori, immagini, packaging),
- * **come fai sentire** chi ti segue.

| “Il brand è ciò che la gente dice di te quando non sei nella stanza.”
— Jeff Bezos

In breve: il tuo brand è la promessa che fai e l'esperienza che offri.

3

Mission, Vision e Valori

Queste parole fanno paura, ma ti assicuro che sono più semplici di quanto sembrano.



Mission: cosa fai ogni giorno e per chi

| Esempio: “Creo ceramiche fatte a mano per chi ama la casa come rifugio caldo e accogliente.”



Vision: dove vuoi arrivare, la tua aspirazione

| Esempio: “Sogno un mondo in cui gli oggetti raccontano storie e non finiscono dimenticati in un cassetto.”



Valori: ciò in cui credi davvero

| Esempio: “Sostenibilità, lentezza, autenticità, creatività.”



Consiglio:

scrivile in modo semplice, come se lo spiegassi a un'amica davanti a un caffè.

4 Scopri cosa ti rende unico

In un mondo pieno di creativi e artigiani, la differenza non sta solo nel prodotto, ma nel modo in cui lo racconti.

Prova a rispondere:

- * Cosa mi chiedono sempre i clienti?
- * Qual è la cosa che faccio meglio o in modo diverso?
- * Quali emozioni voglio che il mio brand trasmetta?

Esempio:

“Le mie candele profumano di casa, perché ogni fragranza è ispirata a un ricordo d’infanzia.”

5 Il tuo “perché”: la storia che muove tutto

Dietro ogni brand c'è un motivo personale.
Non sempre serve raccontarlo apertamente, ma serve averlo chiaro.

Chiediti:

- * **Perché** ho iniziato a fare quello che faccio?
- * **Cosa** mi spinge ogni giorno a continuare?
- * **Quale** impatto voglio avere sulle persone che acquistano da me?

Il tuo “perché” è il filo invisibile che collega te, i tuoi prodotti e i tuoi clienti.



Esercizi pratici

– Costruisci la tua identità

* Esercizio 1 - Le tre parole del tuo brand

Scrivi 3 parole che descrivono l'essenza del tuo brand (es: naturale, elegante, giocoso).

* Esercizio 2 - Il tuo messaggio in una frase

Racconta cosa fai e per chi, in massimo due righe.
“Realizzo bijoux artigianali per donne che vogliono sentirsi uniche ogni giorno, anche con un piccolo dettaglio.”

* Esercizio 3 - La tua promessa al cliente

Cosa garantisci a chi sceglie i tuoi prodotti?
“Ogni pezzo è fatto a mano con amore e materiali naturali.”

Scheda finale: Identità del mio brand

Da compilare (anche come template Canva):

* Nome del brand

* Mission

* Vision

* Valori principali

* Target ideale

* Promessa

* 3 parole chiave

* Emozioni da trasmettere

* Storia/Perché
