STADIILE DE INTEGRARE CiM

- Nivelul 1, CEL MAI DE JOS: Comunicarea de marketing
- Nivelul 2, INTERMEDIAR: Marketing
- Nivelul 3, FINAL: Corporate

INTEGRARE CiM LA NIVELUL ÎNTREGII COMPANII

COMUNICAREA INTEGRATĂ DE MARKETING (CiM)

COLECȚIE DE CONCEPTE ȘI PROCESE → **CLARITATE** / **CONSISTENȚĂ** → **POZIȚIONAREA UNUI BRAND ÎN MINTEA CONSUMATORILOR**

MEDIA

- Consolidarea imaginii și reputației companiei

CONSONANȚA / **PUTERNICĂ** →

- **Marketing:** mesaj unificat oferit consumatorilor, de pe toate fronturile organizației;
- **Identitate Corporate:** alinierea tuturor punctelor de interacțiune ale organizației cu publicurile sale

CULORILE CORPORATE

- Cel mai recunoscut *spontan* element al identității vizuale corporate;
- mesaj non-verbal puternic.

CONSISTENȚĂ MAI MARE

MANAGEMENTUL IDENTITĂȚII VIZUALE CORPORATE

MIXUL MANAGEMENTULUI IDENTITĂȚII VIZUALE CORPORATE

IDENTITATE VIZUALĂ CORPORATE

PUTERNICĂ

IDENTITATEA CORPORATE

maniera în care o companie, firmă sau business se prezintă publicului - cumpărătorii, investitorii, angajații.

BRANDUIRE

- mărci comerciale,
- design de produs,
- advertising (reclama plătită),
- relații publice,
- altele asemenea.

VIZUAL

EXPRIMĂ

- valorile și ambițiile unei organizații;
- afacerile pe care le derulează;
- caracteristicile acesteia.

DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE

- Permite
- Facilitează

OBIECTIVELE DE BUSINESS

ASPECTE

- Structurale (linii directoare, proceduri, instrumente),
- Culturale;
- Strategice

\+

- Socializarea (rolul de model al managerilor);
- Comunicarea "poveștii"

FUNCȚII

- oferă vizibilitate și "recunoaștere";
- contribuie la imagine și reputație;
- exprimă structura organizației;
- identificarea angajaților cu organizația.

INCLUDE

- Nume,
- Logo
- Dispozitive care susțin comunicarea

= LINII DIRECTOARE IDENTITATE CORPORATE

- palete de culori aprobate,
- fonturi,
- machete de pagină,
- altele astfel.

SET DE ELEMENTE SENZORIALE MULTIPLE

Numele companiei, Logo, Slogan, Clădiri, Mobilare și decorare, Uniforme, Culorile companiei, Aspectul fizic al angajaților care au tangență directă cu consumatorii.

MARKETERI → **COMUNICAREA VIZUALĂ A BRANDULUI** → **CONSUMATORI**

Harta - Importanța identității corporate în cadrul organizației

@ 2016 Horațiu Manea