

## Branding

### Foglio di lavoro – Museum of Brands

Questa scheda di lavoro sul Branding va utilizzata durante la visita al Museum of Brands. Dato che le domande si riferiscono a varie sezioni del Museo, potrebbe essere necessario fare il percorso più di una volta.

1. Scegli un marchio che ti è familiare per ogni epoca indicata nella seguente tabella. Birds Custard Powder, per esempio, è apparsa per la prima volta nell'Epoca Vittoriana e continua essere un nome noto anche ai giorni nostri. Per ogni periodo, annota il nome di una marca e un suo elemento distintivo.

Periodo	Marchio ed elementi distintivi
Epoca vittoriana	
Epoca edoardiana	
Anni 10	
Anni 20	
Anni 30	
Anni 40	
Anni 50	
Anni 60	
Anni 70	
Anni 80	
Anni 90	

2. Tra i marchi che hai scelto prima del 1940 sceglierne due e spiega perché pensi che siano sopravvissuti nel tempo mentre invece altri sono scomparsi.

a)

b)

3. Vai nella sezione "Branding" del Museo. Trova due marchi di cui non hai mai sentito parlare. Per ciascuno, spiega di che tipo di prodotto si tratta e chi sono secondo te i suoi potenziali consumatori.

a) Marchio:  
Tipo di prodotto:  
Target:

b) Marchio:  
Tipo di prodotto:  
Target:

Quale di questi due prodotti credi che raggiunga meglio i propri potenziali acquirenti, e perché?

4. Sempre nella sezione "Branding" del Museo, vedrai una serie di marche famose che si sono evolute nel tempo. Scegli un marchio che ti interessa e analizza come i suoi elementi di branding si sono sviluppati e evoluti.  
Marca scelta:

Componenti	Cambiamenti nel tempo
Nome della marca	
Marchi/Simboli	
Personaggi/Celebrità	
Slogans	
Materials	
Packaging	
Colore	
Illustrazioni	

5. Vai alla sezione del Museo dedicata al "Branding". Un cliente che sta cercando un prodotto da acquistare si trova di fronte a molte scelte. I produttori devono quindi trovare il modo di rendere i propri prodotti attraenti, e un nome ben scelto e' una maniera per farlo. Per ciascuno dei termini sotto elencati, trova un prodotto il cui nome si adatti all'idea di "pulito", "amichevole" o "lussuoso". In quali altri modi oltre alla scelta del nome ciascun marchio riflette la rispettiva idea?

a) Pulito:

b) Amichevole:

c) Lussuoso:

6. Molti prodotti dichiarano di essere "sani". Il Cacao Rowntree's, ad esempio, nelle sue prime versioni sosteneva di contenere "vitamine ottenute da frutta fresca". Cerca di trovare altri tre prodotti "salutari". Presta attenzione al linguaggio utilizzato per convincere le persone che quel prodotto fa bene alla salute ed elenca qualunque parola o breve frase che compaia sulla confezione o sulla pubblicità di

Prodotto	Indicatore del carattere "sano"

Ci sono alcuni temi o idee che connettono tra di loro queste parole o frasi?

7. Scegli tre prodotti che sostengono di essere "ecosostenibili". Presta attenzione al linguaggio utilizzato per convincere i consumatori che il prodotto non è nocivo per l'ambiente. Elenca due parole o brevi frasi relative al carattere "ecosostenibile" che compaiono sulla confezione o nella pubblicità di ciascuno dei tre prodotti scelti

Prodotto	Indicatori del carattere "ecosostenibile"

8. I seguenti marchi sono stati riposizionati nel corso del tempo, alcuni più di una volta. Scegline uno e spiega come è stato riposizionato. Pensa soprattutto a come e perché il mercato di riferimento è cambiato nel corso del tempo. Quale potrebbe essere la prossima fase dello sviluppo del marchio?

Lucozade, Kia Ora, Rowntree's Cocoa, Horlicks, Camp Coffe

9. Torna alla sezione del Museo dedicata al "Branding". Osservando lo sviluppo cronologico del packaging di alcuni prodotti in un lungo periodo di tempo, troverai diversi marchi che sono cambiati solo in minima parte. Uno di questi marchi è Bovril. Cerca di trovare un esempio simile. Quali ragioni potrebbero avere le compagnie per conservare immutata l'immagine dei propri marchi? Pensi che dovrebbero continuare lungo questa strada?