

## Esempio Questionario - Servizio Brendity

---

<b>Obiettivi</b>	<p>L'obiettivo del documento è quello di condividere un esempio di un questionario compilato per lo sviluppo di un marchio e relativa identità aziendale usando il servizio di Brendity.</p> <p>Le risposte possono servire come linee guida per aiutare i clienti alla compilazione del proprio questionario</p> <p>Il questionario è stato compilato per sviluppare il marchio della società SwizzyLab, società partecipata da Artigiancassa per lo sviluppo di progetti innovativi/digitali.</p>
<b>1. L'impresa e la sua storia, valori e cultura aziendale</b>	
Perché o per cosa sviluppare un nuovo marchio?	Il progetto riguarda lo sviluppo di un nuovo marchio, relativo a una nuova azienda.
Descrizione dell'azienda	<p>In parole semplici, SwizzyLab è una product design company. Disegniamo, progettiamo e sviluppiamo prodotti e servizi scalabili che trasformano il modo di comunicare e di lavorare delle imprese.</p> <p>Operiamo nel campo della "Digital Transformation" per aziende di tutte le dimensioni, dalle micro-piccole imprese alle corporation.</p>

La storia	<p>Quando siamo partiti, non esistevano ancora gli app store, gli smartphone e neppure tutti i servizi che oggi amiamo come AirBnB, Uber, Netflix, Spotify. Si iniziava a parlare di SEO, di SEM e di presenza web con un sito internet.</p> <p>Al giorno d'oggi, tecnologie e business stanno diventando sempre più complesse. Gli utenti si aspettano dal proprio brand, esperienze multicanale di altissima qualità, come quelle che vengono oggi offerte dai top brand tipo Amazon, Apple oppure Alphabet.</p> <p>Per questo, stiamo lavorando nel lanciare piattaforme innovative, ridefinendo i customer journeys e immaginando nuovi revenue stream. Non importa come la tecnologia evolverà, il nostro obiettivo principale rimarrà lo stesso: creare nuove esperienze sempre più intuitive, rilevanti e divertenti.</p>
Il tuo sito web	<a href="http://www.swizzylab.com">www.swizzylab.com</a>
Qual'è indirizzo della tua azienda?	Abbiamo due sedi: Largo Francesco Richini, 2/A, Milano (sede legale) Via Cristoforo Colombo, 283/A Roma (sede operativa)
Indica almeno 3 valori che rispecchiano più la tua azienda	I nostri valori: - Collaborativi Come nelle migliori squadre, ognuno gioca per il team e

	<p>celebra collettivamente le vittorie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trasparenti Siamo immancabilmente onesti e diretti in ciò che facciamo e nello spiegare il perché.</li> <li>- Empatici Le nostre decisioni si basano su diverse prospettive ed esperienze, e siamo curiosi di imparare dagli altri.</li> <li>- Avventurosi Affrontiamo l'incertezza e la complessità con divertimento e curiosità.</li> <li>- Visionari Portiamo un punto di vista unico e siamo appassionati per sperimentare nuove tecnologie</li> <li>- Di grande impatto Lavoriamo per sviluppare cambiamenti significativi che lasci le cose meglio di come le abbiamo trovate.</li> </ul>
--	--

**2. Il prodotto o il marchio, protagonisti della comunicazione**

<p>Che tipo di servizi e prodotti offri?</p>	<p>Growth Strategy Aiutiamo le aziende a crescere, identificando i bisogni non soddisfatti del mercato e li convertiamo in opportunità significative di business.</p> <p>Customer Experience Design Uniamo l'approccio "human-centered design" con le ultime tecnologie digitali per offrire esperienze avvincenti che spostano i mercati e trasformano le imprese.</p>
--	---

	<p><b>Product and Service Design</b> Lavoriamo unendo competenze di design, tecnologia e strategia per creare prodotti e servizi digitali in grado di vincere qualsiasi sfida. Anche quelle che sembrano impossibili.</p> <p><b>Agile Development &amp; Delivery</b> Designer e sviluppatori lavorano insieme per portare rapidamente prodotti e servizi sul mercato, mantenendo l'eccellenza del design e la stabilità delle architetture scalabili in cloud.</p> <p><b>New ventures</b> Aiutiamo i clienti di tutte le dimensioni a identificare, lanciare e scalare nuovi progetti digitali, seguendo un processo strutturato e strategico.</p>
<p>Quali sono i punti di forza? E di debolezza?</p>	<p>Basiamo il nostro lavoro sulle capacità di analizzare le opportunità di mercato, siamo focalizzati sul raggiungimento dei risultati e assistiamo i nostri clienti a sviluppare le proprie capacità interne.</p> <p>Qualunque cosa serva, SwizzyLab lo rende reale.</p>
<p>Quali sono i benefici per i tuoi clienti</p>	<p>Aiutiamo i nostri clienti a comprendere le esigenze del mercato, le tendenze e le tecnologie del futuro per creare prodotti e servizi innovativi che trasformano il proprio modo di lavorare e di comunicare con il proprio pubblico.</p>
<p>Fascia di prezzo</p>	<p>I prezzi dipendono dalla tipologia di servizio.</p> <p>Per Business Design si parte da € 4.000 fino a € 15.000</p> <p>Per sviluppi di applicativi software da € 10.000 oltre i €100.000</p>
<p>Puoi specificare se la tua attività offre servizi/prodotti a livello locale, nazionale oppure</p>	<p>I servizi offerti da SwizzyLab, al momento, vengono offerti a livello Nazionale.</p> <p>Nel futuro potrebbero essere offerti anche a livello Europeo.</p>

estero.	
<b>3. Il marchio, dove nasce e i suoi valori</b>	
Denominazione del marchio	SWIZZYLAB S.R.L.
Quali sono le parole esatte che vuoi all'interno del nuovo marchio?	SWIZZYLAB
Hai un payoff/tagline per il tuo marchio?	An Artigiancassa Company
Il nome del tuo marchio ha un significato particolare? Se sì, quale?	<p>Il significato di SwizzyLab:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creazione di servizi innovativi e scalabili</li> <li>- Aiutare le imprese a disegnare migliori esperienze utenti</li> <li>- Alta qualità a un prezzo competitivo</li> </ul> <p>quindi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecnologia</li> <li>- Innovazione</li> <li>- Digitale</li> <li>- Mobile / Cloud / Big Data / Intelligenza Artificiale / Applicativi</li> <li>- Business Design / Brand / Strategia</li> </ul>
Quale sensazione o messaggio vuoi che il tuo marchio trasmetta a chi lo vede?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentare i volumi del proprio business</li> <li>- Aumentare il vantaggio competitivo</li> <li>- Ottenere nuove strategie di sviluppo dei propri prodotti e servizi</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Migliorare la propria user experience omnicanale</li> </ul>
Quale sarà l'uso principale del tuo marchio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Online / Digitale</li> <li>- Sito web</li> <li>- Social media</li> <li>- Bigliettini da visita</li> <li>- Brochure</li> <li>- Roll-up e vele per eventi/fiere</li> </ul>
<p><b>4. Gruppo di consumatori</b></p>	
Fascia di età dei tuoi clienti	25 - 65+
Genere	uomo, donna
Occupazione	<p>MPI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- imprenditore</li> <li>- libero professionista</li> <li>- artigiano</li> <li>- proprietario piccola impresa</li> </ul> <p>Corporation/Associazioni</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- responsabile marketing</li> <li>- responsabile prodotto</li> <li>- responsabile vendite</li> <li>- direttore generale</li> <li>- amministratore delegato</li> <li>- presidenti</li> </ul>

<p>Interessi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategie Aziendali</li> <li>- Sviluppo prodotti / business</li> <li>- Nuove tecnologie</li> <li>- Sistemi integrati</li> <li>- Business Design</li> <li>- Marketing e Comunicazione</li> <li>- Innovazione</li> </ul>
<p>Quali modalità di marketing ha più probabilità di influenzare la decisione di acquisto del tuo cliente?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reputazione</li> <li>- Brand</li> <li>- Casi di successo</li> <li>- Competenza</li> <li>- Professionalità</li> </ul>
<p>I tuoi clienti, come faranno a conoscere il tuo marchio e a sceglierti?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Business Development</li> <li>- Incontri (meeting)</li> <li>- Eventi</li> <li>- Passa-parola</li> <li>- Sito web aziendale</li> </ul>
<p><b>5. La concorrenza</b></p>	
<p>Chi sono i tuoi principali competitors?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agenzie di comunicazione</li> <li>- Agenzie di consulenza su digital transformation</li> <li>- Agenzie di design su brand e prototipazione</li> </ul> <p>Esempi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://www.ideo.com/eu">https://www.ideo.com/eu</a></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://www.frogdesign.com">https://www.frogdesign.com</a></li> </ul>
<p>Che cosa ti differenzia dalla concorrenza?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Credibilità del marchio in quanto la società è partecipata da Artigiancassa</li> <li>- Esperienza importante nel settore di riferimento</li> <li>- Rapporto qualità / prezzi</li> <li>- Velocità di esecuzione</li> </ul>
<p>Che cosa ha in più il tuo prodotto/servizio rispetto agli altri ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supporto del cliente in ogni fase</li> <li>- Flessibilità</li> <li>- Sviluppo di servizi scalabili e industrializzati come Breadity e Swizzy</li> </ul>
<p><b>6. Lo stile</b></p>	
<p>Indica 5 loghi che ti piacciono</p>	<p>Nike, Amazon, Juventus, Audi, Accenture</p>
<p>Perché ti piacciono i loghi selezionati? Qualcosa di specifico?</p>	<p>Semplice, ottimista, maturo, serio, sicuro</p>
<p>Indica 5 loghi che NON ti piacciono</p>	<p>Mc donalds, Mozilla firefox, Lays, Eskimo, General Electric</p>
<p>Quali sono i colori che secondo te rappresentano meglio il tuo marchio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tonalità del blu</li> <li>- Tonalità di acquamarina</li> <li>- Colori neutri</li> </ul>
<p>Ci sono colori specifici che vorresti evitare?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tonalità di rosso</li> <li>- Tonalità di rosa</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tonalità di giallo</li></ul>
Ci sono immagini o icone specifiche che desideri incorporare nel logo?	<ul style="list-style-type: none"><li>- Un Missile indica la crescita, lo sviluppo</li><li>- Un puzzle tanti pezzi del puzzle che si incastrano insieme per formare un'identità e una strategia</li></ul>
Ci sono simboli o icone che NON desideri inserire nel tuo logo?	No a icone scontate nel nostro settore di riferimento
Seleziona gli aggettivi più affini al tuo marchio	Innovazione, Design, Tecnologia, Trasformazione, Semplice, Ottimista, Maturo, Serio, Sicuro e Affidabile.
Hai una data di scadenza specifica per il progetto di comunicazione?	Nessuna data