



IL DESIGN DEL FUTURO: MATERIALI, FORME, COLORI ED EMOZIONI PER UN PRODOTTO DI SUCCESSO

Successo di partecipazione al workshop “Design della comunicazione”

L'ultima tappa del progetto Interreg DESIRE, che ha proposto alle occhialerie un ciclo di laboratori e workshop sul tema del design dell'occhiale come prodotto moda di successo, ha messo al centro dell'attenzione l'importanza di costruire una pubblicità mirata per essere incisivi sul mercato anche con un piccolo investimento! Questo il tema interessantissimo del workshop svoltosi venerdì scorso presso Certottica: il relatore Klaus Steindl - che coordina un gruppo di lavoro di un'agenzia di Design della Comunicazione - ha saputo guidare gli oltre 30 partecipanti in un viaggio affascinante nel mondo della pubblicità, evidenziando sia i significati più profondi dei messaggi pubblicitari che vediamo quotidianamente sia il sapiente lavoro di costruzione a monte, che fa leva su chiavi diverse in funzione del *target* da raggiungere e del messaggio da trasmettere. La pubblicità deve saper trasmettere informazioni ed emozioni, parlare al cuore e alla mente delle persone usando i più avanzati strumenti tecnologici e multimediali. Per avere un occhiale di successo non basta un prodotto eccellente sul piano del design, della qualità, della funzionalità: un prodotto diventa di successo quando il mercato che lo apprezza e lo acquista ne decreta il successo. Quindi diventa fondamentale avere una strategia efficace di comunicazione che sappia elevare il prodotto nei suoi aspetti migliori e nella sua unicità, partendo da un'analisi approfondita del settore di appartenenza dell'impresa, dei suoi obiettivi, delle caratteristiche del prodotto da “comunicare”, del target di riferimento, del mercato potenziale. L'impostazione pratica adottata nel workshop ha dato ai presenti molti spunti di facile utilizzo, soprattutto quando è stato presentato il piano di comunicazione di uno degli occhiali ideati dai partecipanti al progetto DESIRE: in funzione del messaggio che si vuole trasmettere e del target da raggiungere, si è creato un nome al prodotto, un logo – con una propria forma e colore - un'espressione significativa da affiancare al nome, il tutto seguendo le caratteristiche principali che un logo design deve avere per essere considerato **efficace**: un logo deve indurre le persone a pensare al prodotto nel modo in cui l'azienda che lo produce vorrà! Un ultimo prezioso consiglio: utilizzare gli strumenti e le modalità comunicative che la tecnologia mette a disposizione, come youtube e i social forum, può portare una visibilità eccezionale a fronte di un piccolo investimento economico!