

Εταιρική ταυτότητα.

Η Εταιρική Ταυτότητα θεωρείται από πολλούς επαγγελματίες στο χώρο του Marketing και των Γραφικών Τεχνών σαν μια συλλογή οπτικών στοιχείων, τα οποία εάν χρησιμοποιηθούν σωστά, μπορούν να προωθήσουν αποτελεσματικά την “εικόνα” μιας επιχείρησης.

Αρχικά, η εταιρική ταυτότητα ήταν συνώνυμη με το επιχειρηματικό λογότυπο (με τον τρόπο δηλ. που γράφουμε το όνομα της εταιρείας μας), αλλά με τη πάροδο του χρόνου η εταιρική ταυτότητα και η επιχειρηματική στρατηγική έχουν γίνει έννοιες που πλέον είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους.

Σήμερα, μερικοί ειδικοί του Marketing θεωρούν την εταιρική ταυτότητα σαν τον πυρήνα ύπαρξης μιας επιχείρησης φτιαγμένη από

- την ιστορία,
- τα πιστεύω,
- τη φιλοσοφία,
- τη τεχνολογία,
- τους ανθρώπους,
- τις ηθικές και πολιτιστικές αξίες της,
- τις στρατηγικές της

Κατά γενική ομολογία, η εταιρική ταυτότητα βοηθάει την επιχείρηση να προσδιορίσει τη θέση της στην αγορά που δραστηριοποιείται σήμερα τόσο από πλευράς πελατών όσο και από πλευράς άμεσων ή έμμεσων ανταγωνιστών της. Αν και δεν είναι ιδιαίτερα εύκολο να καθορίσουμε ακριβώς την έννοια της λέξης “Εταιρική Ταυτότητα”, εν τούτοις θα μπορούσαμε να πούμε τα εξής:

- Κάθε επιχείρηση έχει την ταυτότητά της. Φανερώνει το εταιρικό ήθος, τους στόχους και τις αξίες της και ουσιαστικά συμβάλει στη προσπάθεια που καταβάλει καθημερινά η διοίκηση να διαφοροποιηθεί έναντι των υπολοίπων ανταγωνιστών της.

- Όταν υπάρχει σωστή διαχείριση της εταιρικής ταυτότητας, τότε έχουμε στα χέρια μας ένα ισχυρό επικοινωνιακό όπλο που μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην επίτευξη των ποιοτικών και ποσοτικών στόχων της επιχείρησής μας. Επιπλέον, η εταιρική ταυτότητα μπορεί να “χτίσει” μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και όλων όσων συνδέονται κατά κάποιο τρόπο μαζί της, δηλ. Μέτοχοι, Εργαζόμενοι, Ανταγωνιστές, Πελάτες, Προμηθευτές, Τράπεζες, Φορείς του Δημοσίου κλπ.

• Το πιο σημαντικό όμως στοιχείο που βγαίνει μέσα από την εταιρική ταυτότητα, είναι ότι δίνει στην επιχείρηση μια “αίσθηση” της πορείας που θέλει ν’ ακολουθήσει και κυρίως του σκοπού ύπαρξής της.

Άρα λοιπόν, η Εταιρική Ταυτότητα πρέπει να χαρακτηριστεί σαν ένα στρατηγικό εργαλείο στα χέρια της επιχείρησης, που εάν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να προσφέρει αυτό που όλοι μας ψάχνουμε και ονομάζουμε “συγκριτικό πλεονέκτημα”.

Γιατί είναι σημαντική η “Εταιρική Ταυτότητα”

Στις ιδιαίτερα ανταγωνιστικές αγορές μέσα στις οποίες λειτουργούν και προσπαθούν να μεγαλώσουν σήμερα όλες οι επιχειρήσεις, παράγοντες όπως:

- συνέπεια στην επικοινωνία της επιχείρησης προς τα έξω (να κρατάμε δηλ. πάντα την ίδια εικόνα),

- υπέρογκες δαπάνες σχετικά με τα διαφημιστικά μέσα, και

- έλλειψη χρόνου σχετικά με την έγκαιρη προετοιμασία μιας διαφημιστικής καμπάνιας,

αποκτούν μια ιδιαίτερη σημασία και βαρύτητα. Μια ξεκάθαρη Εταιρική Ταυτότητα παίζει έναν ιδιαίτερα θετικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξη της εταιρείας και διαμορφώνει μια θετικότερη εικόνα τόσο στις εσωτερικές όσο και στις εξωτερικές αγορές που (πιθανόν) δραστηριοποιείται η επιχείρησή μας.

Από τι αποτελείται το “πακέτο” της Εταιρικής Ταυτότητας

Η εταιρική Ταυτότητα αποτελείται από: • λογότυπο, • επαγγελματική κάρτα, • επιστολόχαρτο, • φάκελο, • καταχώρηση, • fax paper, • web site κ.α.

Στόχος πρέπει να είναι η δημιουργία ενός ομοιόμορφου συνόλου σε όλες τις εφαρμογές της προσδίδοντας μια ενιαία οπτική επικοινωνία που πρεσβεύει άμεσα, λειτουργικά και αποτελεσματικά τις αξίες την ιστορία και την εικόνα της εταιρείας. "Το μέσον είναι το μήνυμα" είχε πει ο Αντι Γουόρχωλ και έχει απόλυτο δίκιο!

Σχεδίαση εταιρικής ταυτότητας

Οι διαδικασίες σχεδιασμού και ανάπτυξης αποτελούνται από τα ακόλουθα βήματα:

- Καταγραφή, κατανόηση και ανάλυση των απαιτήσεων του πελάτη
- Επιλογή των χρωμάτων και της συνολικής έννοιας που θα υλοποιήσουμε
- Παρουσίαση του πρώτου δείγματος στον πελάτη
- Μελέτη και συζήτηση με τον πελάτη για οποιεσδήποτε πιθανές αλλαγές ή διαφορετικές προσεγγίσεις.
- Ολοκλήρωση του project
- Εκτύπωση των εγγράφων
- Δημιουργία ηλεκτρονικών κομματιών

Η εταιρική ταυτότητα ξεκινά από τον λογότυπο και το σήμα και ολοκληρώνεται σε μια πλήρη εικόνα της επιχείρησης. Η σχεδίασή της πρέπει να υπα-

κούει στις αρχές της οπτικής επικοινωνίας, να αντέχει στο χρόνο και να προσαρμόζεται σε κάθε ανάγκη, από τα έντυπα και τις επιγραφές μέχρι το διαδίκτυο.

Η σχεδίαση της ταυτότητας μιας επιχείρησης είναι το κτίσιμο του προσώπου της. Αφορά στο σήμα και στον λογότυπο, στα εταιρικά έντυπα από τις κάρτες, τα επιστολόχαρτα και την ιστοσελίδα της μέχρι τα εταιρικά και διαφημιστικά έντυπα αλλά και στα προϊόντα της επιχείρησης, από την ίδια την μορφή κάθε προϊόντος ξεχωριστά μέχρι την συσκευασία του και την εικόνα που συνοδεύει την προώθησή του. Αφορά ακόμη στην μορφή και στην διακόσμηση των εγκαταστάσεων και στην εικόνα των μεταφορικών μέσων, μέχρι στο ντύσιμο των υπαλλήλων όταν είναι απαραίτητο. Το πρόσωπο αυτό πρέπει να είναι δεμένο με την πολιτική της επιχείρησης και να εκφράζει όσο το δυνατόν καλύτερα το αντικείμενό της.

Οι συνθήκες της σύγχρονης αγοράς επιβάλουν κάθε επιχείρηση, και η πιο μικρή, να έχει μία μελετημένη και σταθερή ταυτότητα με την οποία παρουσιάζεται και επικοινωνεί με τους πελάτες της.