





brands



Summary

1. Il Corso

2. Introduzione

3. Schema lezioni

4. Dove siamo

5. Tour

6. Tang Jiu

1. Il corso



Il fattore X che ha costruito il successo di company come Apple, Nike, Google, Starbucks o KFC è proprio la loro **capacità di comunicare**

gd



Gabriele Dragotto

28/11/1996

Diplomato **IIS Majorana** - 2015

Ingegneria Fisica - Percorso Talenti a **Polito**

— —

Rappresentante Studenti IIS Majorana 2013-15

CIO a CEAN

CEO a ZERO

SKILLS

Matematica, Leadership, Retail, Innovation Management,
Team leadership, Startup incubation, Startup Business,
Business decision making, Coding (C++, C, Python, PHP, Swift, Java,
HTML5, Javascript, CSS3, Bash, VBasic), Web dev, Databases,
Mobile Dev...

LEZIONE

- 1.Cenni teorici
- 2.Introduzione concetti chiave
- 3.Case studies
- 4.Interventi **docenti esterni**
- 5.Video ed esempi aggiuntivi

LABORATORIO

- 1.Applicazioni pratiche
- 2.Ricerche di mercato
- 3.Creazione di brands o prodotti parziali
- 4.Divisione in squadra

Potete cambiare membri delle squadre ogni lezione di laboratorio.

In ogni data vi sarà un **team-leader** referente del progetto che si occuperà di:

- 1.Divisione lavoro
- 2.Supervisione
- 3.Decision Making

LEZIONE

- 1.Cenni teorici
- 2.Introduzione concetti chiave
- 3.Case studies
- 4.Interventi docenti esterni
- 5.Video ed esempi aggiuntivi

LABORATORIO

Al termine di ogni lezione avrete **5 minuti di pitch** a squadra per presentare i prodotti dell'attività laboratoriale.

Materiale:

- 1.Carte penne ecc...
- 2.Computer portatile
- 3.Testa

L'ultima lezione sarà dedicata interamente al laboratorio per la presentazione del **progetto finale**.

***NB: Siamo in un progetto scuola lavoro.*

2. Introduzione



*“La nostra economia dai bisogni è passata
a soddisfare i nostri desideri.”*



A brand is defined as a toolbox of **marketing** methods that help to **distinguish** a company from competitors and **create** a lasting **impression in the minds** of customers.





SWOOSH
DINAMICO
FORZA

VINCERE
JUST DO IT
LEADER



DOLCE & GABBANA

LUSO
QUALITA'
SEX APPEAL

SESSUALITA'
EDONISMO
FEMMINILITA'



SEMPLICE
TRUSTWORTHY
BELLO

USER-FRIENDLY
INNOVATIVO
COOL

“Oggi il marketing è l’atto stesso di **inventare** il prodotto, l’attività di **progettarlo**, la capacità di **produrlo**, l’arte di definirne il **prezzo**, la tecnica impiegata per **venderlo**.”



Henry Houdini

Gli storici della magia concordano pienamente sul fatto che Henry Houdini **facesse giochi di prestigio banali**, avesse **poco talento** e non possedeva il carisma garbato che caratterizzava i grandi illusionisti.

Houdini non era un mago.
Fu l'inventore di uno spettacolo di varietà assolutamente originale, dove la sua figura era protagonista in un atto di evasione.

L'originalità porta al successo, le masse al fallimento.

Purple COW

Transform Your Business by Being Remarkable

Seth Godin

'Challenging . . . smart thinking and lots of
great examples. A must read' *Marketing*



3.

Schema lezioni



1. Introduzione

2. Primi steps

Lezione

1. Componenti del brand
2. Naming
3. Values e logo

Laboratorio

1. Ricerca su un brand
 2. Identificazione values
 3. Definizione visual identity
-

3. Creativi

Lezione

1. Costumers needs
2. Logo e logotipo
3. Color palette
4. Visual Identity

Laboratorio

1. Restyling di un brand
 2. Ricerca needs dell'utenza
 3. Definizione color palette e V.I.
 4. Prodotti grafici
-

4. Market

Lezione

1. Mucca viola
2. Curve a campana
3. Il mercato
4. Early adopters
5. Analisi di mercato
6. Costruire la fiducia

Laboratorio

1. Restyling di un brand
2. Analisi di mercato
3. Mercati Early adopters
4. Costruzione values fiducia

5. Ads

Lezione

1. Pubblicità
2. Visual identity
3. Cases

Laboratorio

1. Creazione pubblicità
2. Grafica pubblicitaria

6. Creativi

Lezione

Laboratorio

1. Progetto finale

4.

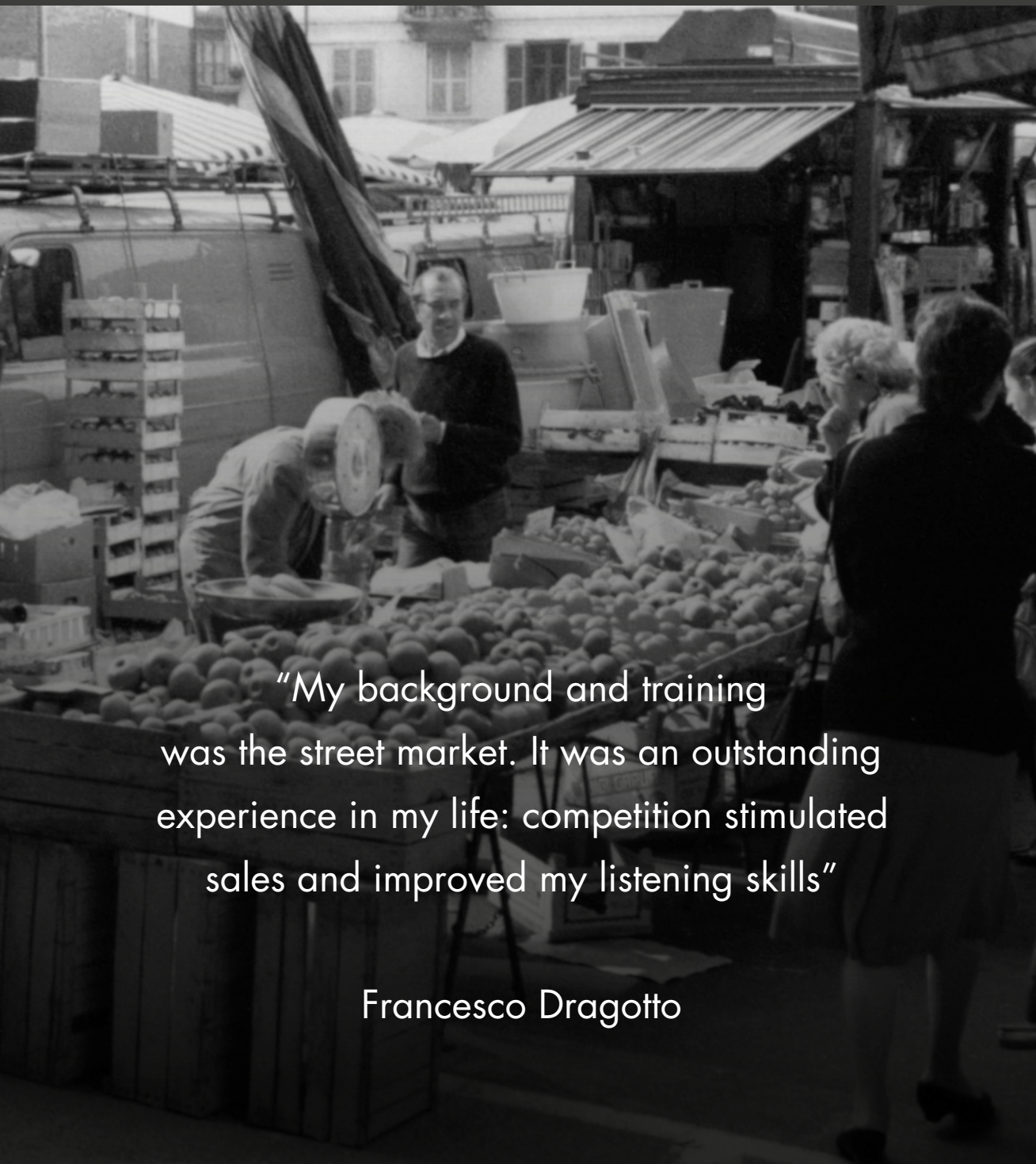
Dove siamo



We are a service company specialized in consulting, design and implementation of **shops** and **supermarkets**.

Since 1980 we support and anticipate our customers' needs through a complete service of turn-key stores.

The Market.
The most meaningful
life experience



"My background and training
was the street market. It was an outstanding
experience in my life: competition stimulated
sales and improved my listening skills"

Francesco Dragotto

Our Vision.
A future with no borders



A 100 square meters stand that tells
Cean vision, experience and know-how in
food retail in one of the most important
international market.

China Retail Shop 2015

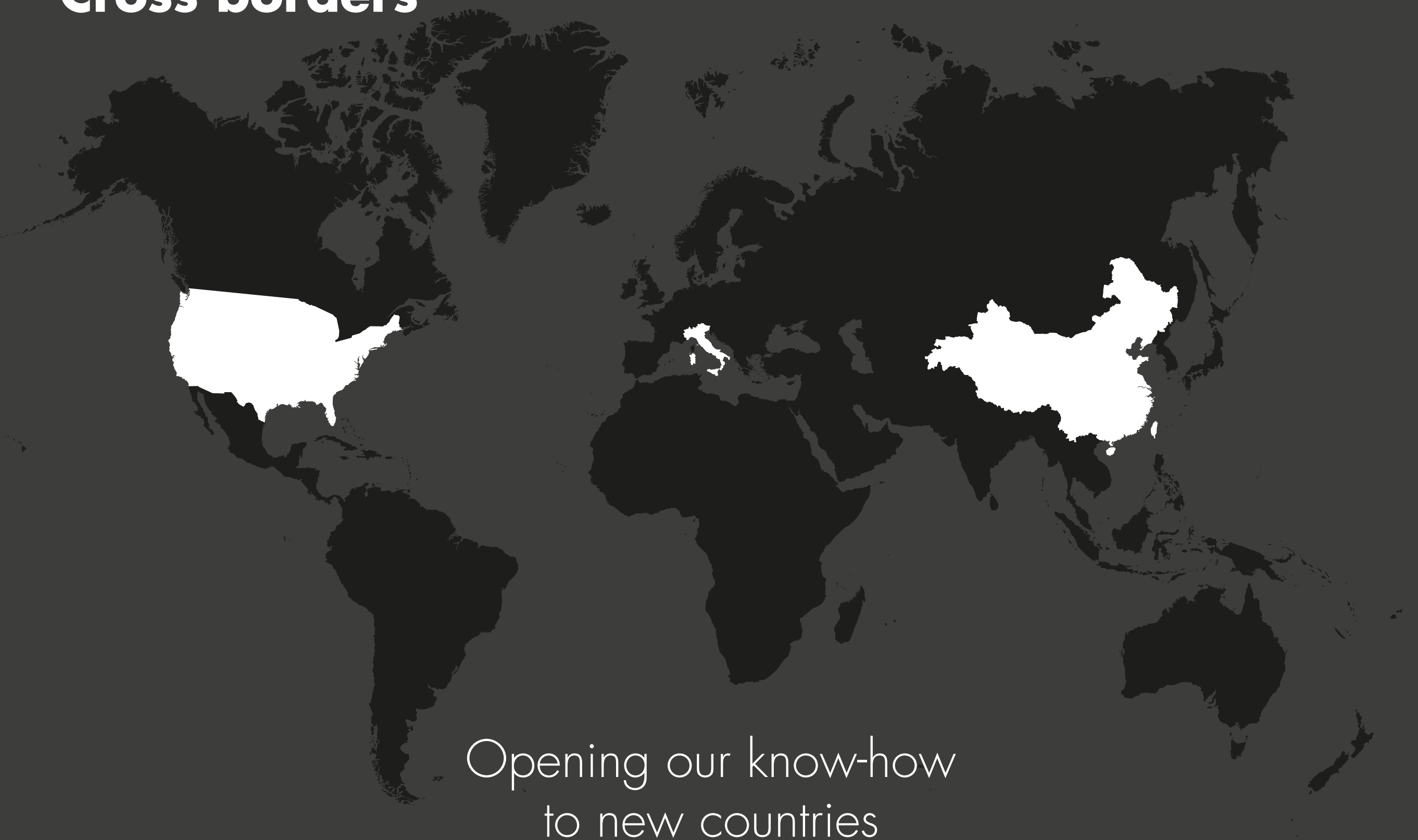


Since 1980

Over 15.000 stores implemented

Over 15.000 opportunities to grow and learn

Cross borders



Opening our know-how
to new countries

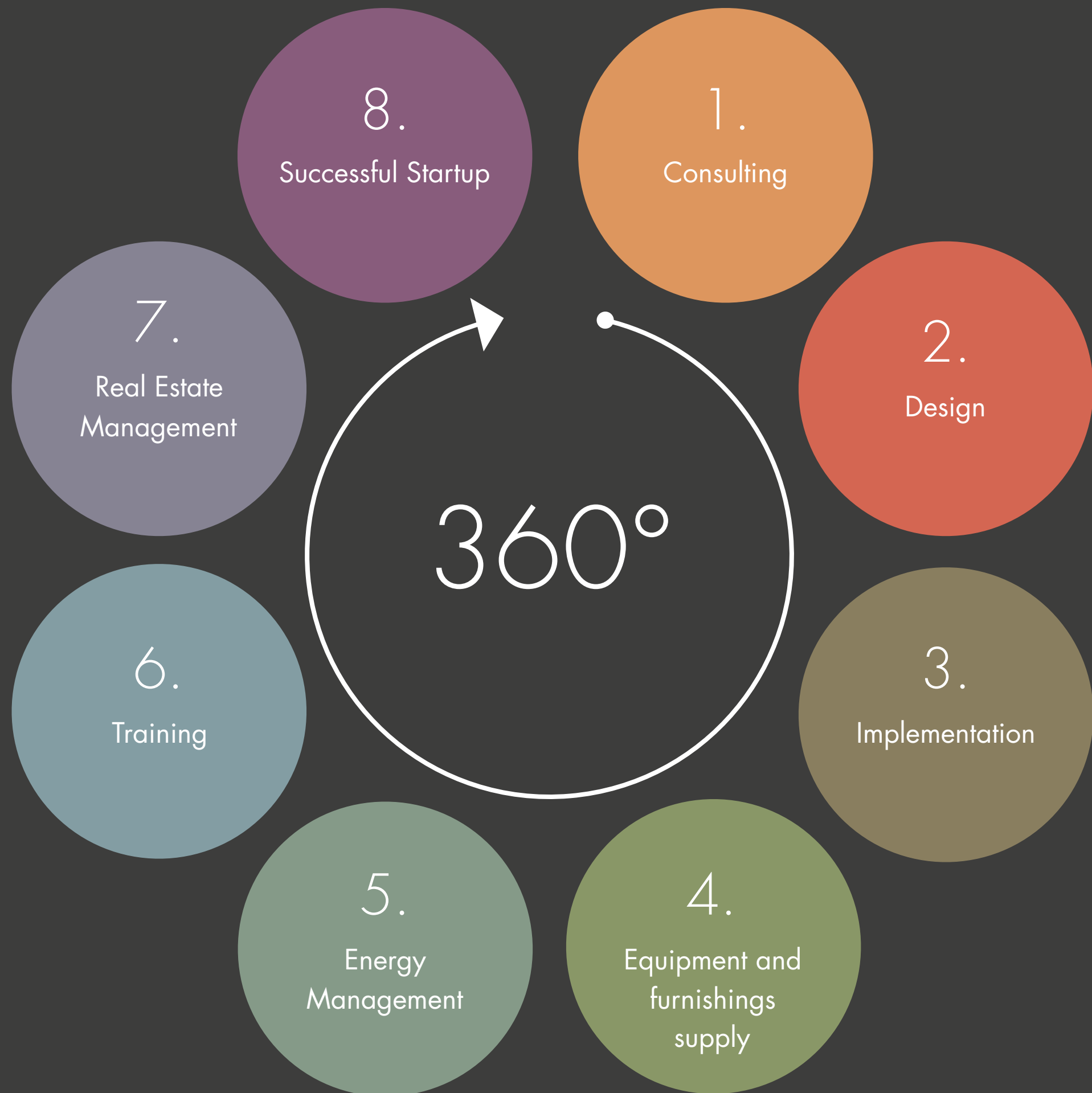


从意大利到中国
From Italy to China

The stand focus on **product as leading protagonist.**

The product enhancement turns out into an outstanding exposition, made of a lighted wall on which real food products are equidistant placed.







iBeacon

Localized i

User

Heatmap

Making Innovation means
searching for the right
answers to our clients' daily
needs as to provide brand
new solutions.

How we face innovation



Cean **Color**



Cean **Lab**



Cean
Academy Market

A-Design **award**

Nominated for best retail **store worldwide.**



Gabriele Dragotto - CEAN SpA

Startup Weekend 2016

Retail Edition



Startup Weekend 2016

Retail Edition



Startup Weekend 2016

Retail Edition





5. Tour