

Fotografia e comunicazione

L'INFLUENZA DELLA FOTOGRAFIA SULLA COMUNICAZIONE E IDENTITÀ AZIENDALE

eleonorademartinph.com

Eleonora De Martin
Photographer | Visual Storyteller | Content Creator



CHI SONO



Eleonora De Martin *Fotografa freelance e Creativa*

- Mi occupo di fotografia di ritratto, lifestyle branding e servizi fotografici di matrimonio.
- Mi dedico a progetti personali di fotografia analogica e digitale fine art e street photography per esposizioni nazionali ed internazionali.
- Collaboro con enti, circoli fotografici e collettivi per l'organizzazione di eventi e mostre nel ruolo di curatrice e Art Director.



Tutto inizia dalla volontà di comunicare, anche nei progetti personali. La foto è legata profondamente alla necessità di raggiungere lo spettatore con un messaggio.

Raccontare per immagini è qualcosa che fa parte dell'essere fotografa. Che si tratti di una **fotografia fine art, un progetto editoriale o di ritratti**, la fotografia si esterna con la propria personale visione del mondo interiore ed esteriore.



L'IMMAGINE È COMUNICAZIONE

Eleonora De Martin
Photographer | Visual Storyteller | Content Creator

La fotografia per me è il **desiderio di comunicare i pensieri** sulle esperienze personali o avvenimenti sociali. **“Mestiere di Fotografa” è qualcosa di olistico**, inevitabilmente contamina ed è contaminato da molteplici aspetti: l'espressione fotografica personale si rispecchia nella fotografia lavorativa e viceversa. Per questo, in tutti i servizi fotografici, **gli aspetti progettuali e concettuali sono le fondamenta** per far risultare **la fotografia efficace nella comunicazione del messaggio.**



FOCUS OFF



PISA STREET PHOTOGRAPHY
INTERNATIONAL 2024



VENERE: LA BELLEZZA
UNIVERSALE DELLA DONNA

COS'È LA FOTOGRAFIA DI BRANDING

La fotografia di branding consiste nel **catturare l'essenza del marchio in forma visiva**. Non si tratta solo di scattare belle foto; si tratta di raccontare una storia, trasmettere emozioni e **creare una connessione con il pubblico attraverso le immagini**.

Che si tratti di mostrare un prodotto, evidenziare il team o trasmettere i valori del brand, la fotografia di branding svolge un ruolo cruciale nella **costruzione dell'identità aziendale**.

FOTOGRAFIA COME IDENTITÀ VISIVA AZIENDALE

- ***Crea il riconoscimento del marchio***

L'uso coerente della fotografia aziendale aiuta i clienti a riconoscere il marchio e a ricordarlo più facilmente.

- ***Comunica i valori dell'azienda***

Gli elementi visivi utilizzati nella fotografia possono trasmettere i valori del marchio, la personalità e il posizionamento nel mercato.

- ***Crea connessioni emotive***

Una fotografia di alta qualità e coinvolgente può evocare emozioni e portare a connessioni più profonde con i clienti.

- ***Si differenzia dai concorrenti***

Una fotografia unica permette di distinguere il marchio dai concorrenti e dal mercato affollato, direzionando la comunicazione ad una nicchia precisa di utenti (target).

- ***Rafforza la narrazione***

La fotografia migliora la narrazione fornendo spunti visivi che supportano e rafforzano lo storytelling, i valori e il messaggio del marchio.



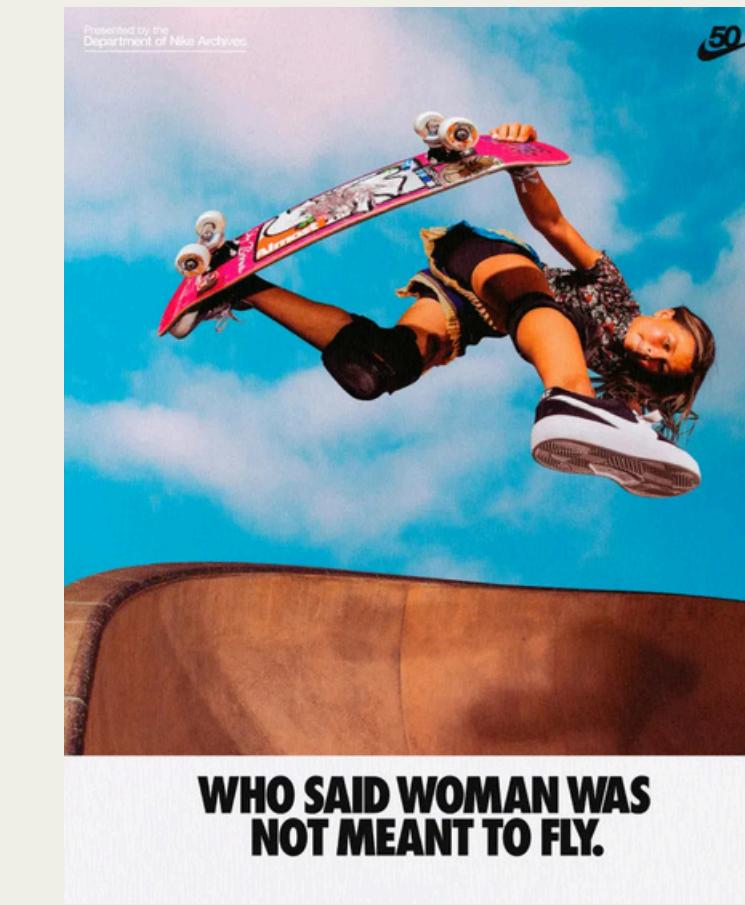
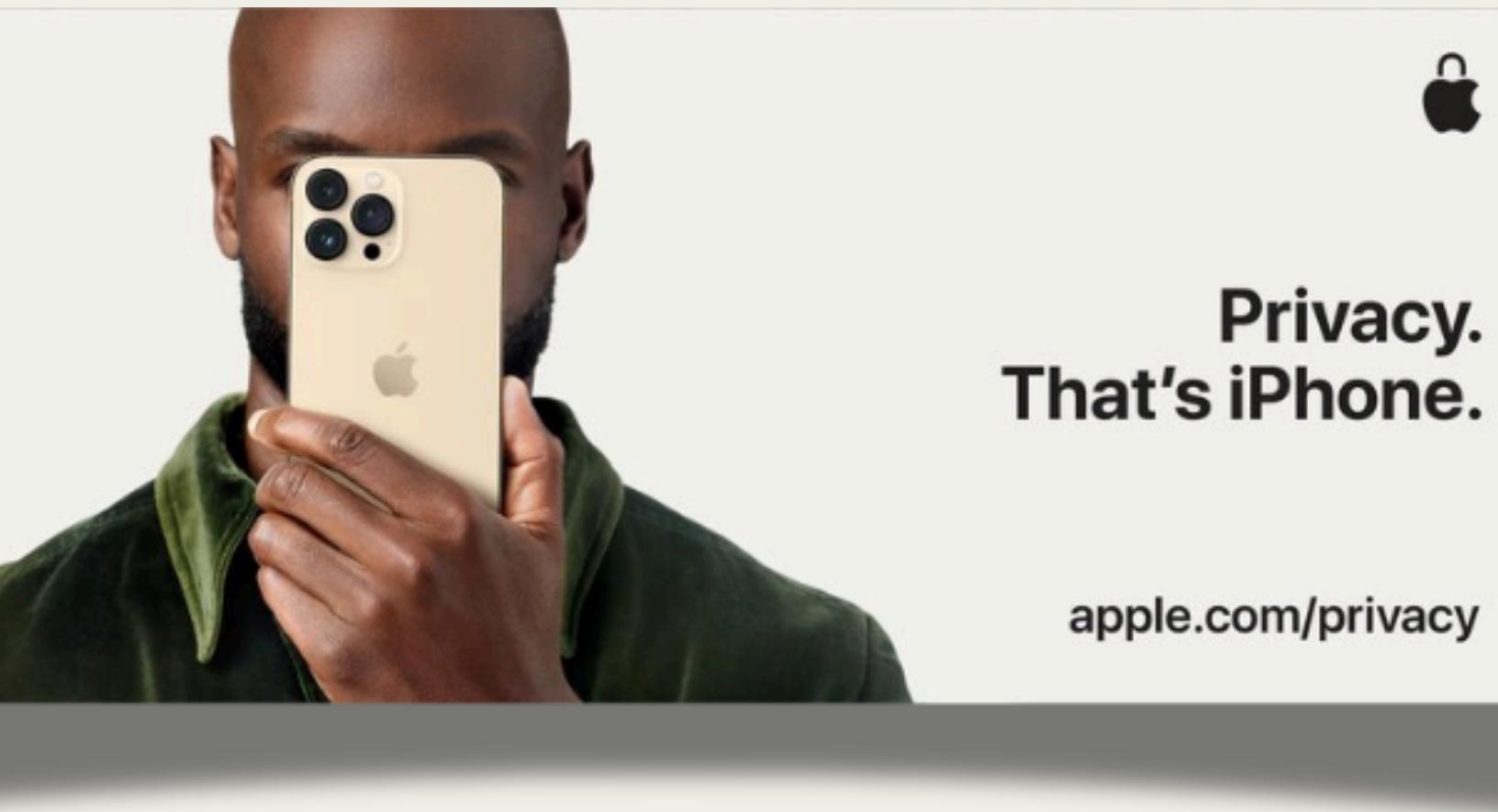
IL POTERE DELLE IMMAGINI NELL'ERA DIGITALE

Nel campo pubblicitario, i contenuti digitali con immagini pertinenti ottengono il 94% di visualizzazioni in più rispetto ad altri tipi di contenuto.* Una fotografia di branding di alta qualità può aumentare il coinvolgimento, creare fiducia nel marchio e guidare le conversioni.

*HubSpot: 19 statistiche illuminanti sull'importanza dei contenuti visivi (<https://blog.hubspot.com/marketing/visual-content-marketing-strategy>)

IL POTERE DELLE IMMAGINI NELL'ERA DIGITALE

Prendiamo l'esempio di marchi iconici come Apple e Nike. La loro fotografia di branding non riguarda solo i prodotti: **riguarda lo stile di vita, i valori e le emozioni che vogliono che i clienti associno al loro marchio.** Questi marchi hanno padroneggiato l'arte di raccontare storie attraverso le immagini per permettere all'acquirente di immedesimarsi e riconoscersi in quelle storie.



Sky Brown è la prima donna a fare un 540 e la più giovane pro skater a competere a Tokyo 2020.

Eleonora De Martin
Photographer | Visual Storyteller | Content Creator



Tutto questo si trasforma in Brand Awareness

Cos'è la consapevolezza del marchio?

La consapevolezza del marchio è un termine di marketing per indicare il grado in cui i consumatori riconoscono un prodotto dal suo nome. Inoltre, **la consapevolezza del marchio da parte dei consumatori non significa solo riconoscimento, ma include anche percezioni positive del prodotto rispetto alla concorrenza.**

La fotografia aziendale svolge un ruolo cruciale nella Brand Awareness, perché aiuta a stabilire un'identità visiva forte e coerente che risuona con il pubblico di destinazione.



FOTOGRAFIA COME MESSAGGIO

Dove nasce nel 1957. L'azienda statunitense fin da subito si impegnò per stabilire un rapporto di fiducia con i clienti (specialmente donne) attraverso la promessa dell'azienda e le caratteristiche di vendita del suo prodotto.

Per oltre 40 anni "Dove" ha utilizzato pubblicità veritiera ed è diventato un simbolo di speranza, gioia, pace e positività nel settore della salute e della bellezza.

Nel 2004, Dove ha lanciato la sua **"Campagna REAL BEAUTY"** in tutto il mondo, nel tentativo di ridurre la visione stereotipata della bellezza e promuovere la bellezza e la salute delle donne ovunque.

L'obiettivo della Campagna Dove è aumentare l'autostima e la fiducia personale di ragazze e donne.

LA FOTOGRAFIA DELLA CAMPAGNA rimane tuttora nella mente del consumatore come simbolo distintivo dei valori aziendali, "immagine senza tempo" che anticipa la BODY POSITIVITY consolidata solamente nei recenti anni.



Real Beauty Campaign 2004



<https://www.youtube.com/watch?v=sD-R2OzcleQ>

Come fotografi che aspirano a eccellere in questo campo, è fondamentale comprendere i punti chiave e le caratteristiche necessarie per navigare efficacemente nel regno della comunicazione aziendale.



PROGETTARE IL SERVIZIO DI BRANDING

1

Comprendere l'identità

I fotografi aziendali devono **comprendere l'essenza dell'identità del marchio, dei valori e del messaggio di un'azienda** per rappresentarli visivamente in modo accurato.

2

Indagine settoriale

L'indagine iniziale per una conoscenza approfondita del settore da rappresentare, ci permette di comunicare in modo efficace usando **i codici visivi e il linguaggio idonei per essere comprensibili al target di riferimento.**

3

Collaborazione

Collaborazione e lavoro di squadra con i clienti, team di marketing e altre parti interessate sono essenziali per comprendere i requisiti del progetto e ottenere i risultati desiderati.

4

Versatilità

Avere un'elasticità creativa è fondamentale per poter rappresentare in modo unico e originale i clienti di diversi settori. Variando le tecniche di ripresa e combinandole a soluzioni creative, l'immagine risulterà personalizzata e allineata alle linee guida della Brand Identity.



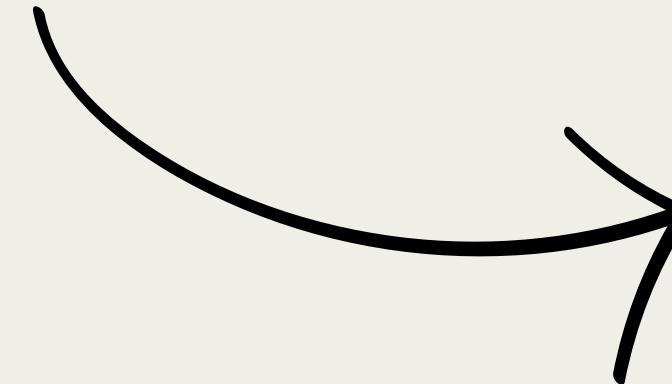
Grazie!

ELEONORADEMARTINPH.COM



@eleonorademartin.ph

Teniamoci in contatto



Eleonora De Martin
Photographer | Visual Storyteller | Content Creator

