

Hudi Brand Identity

Tutto cambia e diventa più complesso e veloce. Lo scenario mutevole in cui la competizione è aspra e le sfide sono numerose, rende la tecnologia un alleato prezioso da maneggiare con cura. A chi si occupa di trasformazione digitale è affidato il compito di trovare le giuste soluzioni per ogni situazione, mettendo in campo competenze, visione sul futuro e dedizione.

Così è stato quando una nuova società di consulenza per *digital transformation*, *mobile computing*, *data analytics* e *digital collaboration* ha dovuto scegliere il suo nome e il suo logo cercando di dare evidenza al proprio 'why' e ai talenti di un team con esperienza decennale nel settore, accomunato da tre valori centrali: skill, flessibilità e partnership.

Con il supporto di Francesca Melli (Brand Angel Consulting), il progetto è iniziato con lo studio del contesto del cliente, dei trend del settore della consulenza informatica e dei principali competitor. Attraverso alcune interviste one-to-one con i partner della nascente società, si è fatto emergere un quadro di esperienze professionali, punti di vista, aspettative e ambizioni. L'ascolto di alcuni key client seguiti dal team, che aveva condiviso una precedente esperienza nella divisione informatica di un'altra società, ha permesso di comprendere l'immagine percepita del team come partner, i suoi punti di forza e i possibili ambiti di crescita.

Il lavoro di analisi ha portato alla definizione della strategia di marca, studiata per collocare correttamente la nuova società nel panorama competitivo dei prossimi anni. *Positioning*, valori, personalità e brand DNA hanno creato la piattaforma semantica su cui è stata avviata la ricerca del nuovo nome e, successivamente, lo sviluppo della brand visual identity.

Figura 8.12. - Il nuovo logo di HUDI (design: A+C)



HUDI, il nuovo nome, è un acronimo che unisce due aspetti apparentemente antitetici: la dimensione umana (HU - *human*) e quella digitale (DI - *digital*). Una combinazione che si rivela al tempo stesso un vantaggio e una garanzia di flessibilità, passione e attenzione nel gestire e trarre il meglio dalla digitalizzazione. «HUDI nasce nel segno del nostro impegno: affiancare le imprese impegnate nei molteplici aspetti della trasformazione digitale e aiutarle a realizzare i loro obiettivi. Un nuovo nome per ribadire un approccio che unisce skill e flessibilità» (Alessandro Cej, Partner HUDI).

Il payoff 'Digital Humanism' esplicita il significato dell'acronimo e rafforza l'im-

pegno della società a offrire soluzioni tecnologiche fortemente caratterizzate da un approccio umano, cioè da una profonda capacità di ascolto e di elaborazione e dalla genuina comprensione delle esigenze dei clienti.

Il logo ha la peculiarità di presentare la H con una gamba leggermente piegata in fuori. Il trattamento grafico sottolinea la flessibilità di HUDI, garantita dalla sua componente umana. Quello stesso elemento inatteso e sorprendente diventa il *brand device* che caratterizza la comunicazione di HUDI sulle applicazioni on e offline.

Figura 8.13. - *L'ufficio di HUDI (design: A+C)*



Figura 8.14. - *Il logo nell'ambiente digitale (design: A+C)*

