



Consulenza Globale di Comunicazione | Design | Art Direction Multimediale | Telematica

OPEN MEDIA

www.openmedia.it



Da molti anni operiamo nella
comunicazione di immagine e
nella progettazione grafica.

La nostra offerta è efficiente e

flessibile ad ogni esigenza di
progettazione e produzione:

dallo studio di un marchio

fino alla cura di progetti di

comunicazione integrata,

sostenuti con azioni di

advertising e promozione.

Oggi si avvale delle tecnologie

di computergrafica,

multimediali e telematiche

per proiettare i nostri clienti nei

nuovi mercati globali della

comunicazione.

OPEN`MEDIA

Consulenza Globale di Comunicazione | Design | Art Direction Multimediale | Telematica

00186 | Roma
Vicolo del Giglio 17
tel | fax | 066872600

www.openmedia.it
zeri@openmedia.it



OPEN`MEDIA



IDENTITÀ VISIVA

La cura dell'immagine aziendale coordinata è dettata dall'esigenza di dare uno stile unitario, riconoscibile ovunque e su qualsiasi supporto. La coordinazione del logo-marchio costituisce un elemento di identificazione globale dell'impresa nei confronti degli interlocutori e degli utenti del servizio. OpenMedia è in grado di curare la progettazione, in un'ottica di comunicazione, del marchio-logo dell'azienda e il suo coordinamento sugli stampati con la realizzazione del manuale operativo.



ADVERTISING

L'azione pubblicitaria deve essere mirata al raggiungimento degli obiettivi di mercato. La scelta del tono e dello stile dell'impianto comunicativo di un annuncio Tv, radio o banner web, su quotidiani e periodici, pubblicità dinamica e stradale, deve essere capace di attrarre l'attenzione ed essere attendibile nelle promesse di vendita. OpenMedia offre una cura del servizio capace di soddisfare le esigenze di comunicazione pubblicitaria con una scelta dei mezzi adeguata al prodotto e al target prescelto.



WEB DESIGN

La comunicazione telematica è la terza forma di comunicazione, dopo la carta stampata e la radio-televisione, che si sta affermando nel mondo della comunicazione globale (reti e satelliti). Essa si avvale di forme e contenuti dinamici, ipermedia e link ipertestuali, che danno alla comunicazione, pubblicitaria, promozionale e di servizio, un fascino nuovo, un'efficacia e una reperibilità sulla rete 24 ore su 24. OpenMedia è in grado di progettare e immettere in rete siti web, dinamici e multimediali in termini di comunicazione globale.



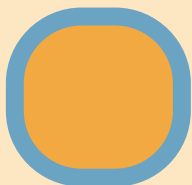
STANDISTICA

La promozione nelle fiere e mostre è una parte importante della comunicazione dell'impresa, dove essa presenta al pubblico di utenti specializzati i propri servizi e prodotti. La progettazione dello stand in termini modulari è una realizzazione di design che prevede aspetti promozionali come: la veste grafica, le mappe, spazi per i prodotti, per la pubblicità stampata e video, spazi per l'accoglienza dei visitatori e per i presentatori. OpenMedia offre il design ambientale con una elaborazione originale per piccoli e grandi spazi.



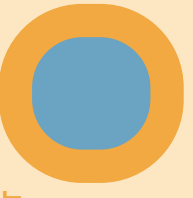
EDITORIA

Sotto questa grande categoria legata alla stampa editoriale ci sono innumerevoli formati, secondo le esigenze comunicative: brochure, folder, depliant, quotidiani, periodici, newsletter, magazine, journal aziendali, cartelline, inserti pubblicitari, manifesti e locandine. La cura di questi aspetti richiede esperienza di comunicazione editoriale e giornalistica, di realizzazione di timoni e menabò per l'impaginazione. OpenMedia cura l'ideazione degli stampati editoriali e la realizzazione produttiva.



VIDEO BROADCAST

Nella comunicazione d'immagine e pubblicitaria il video è il mezzo fondamentale di una campagna alla cui base c'è la televisione. Oggi, per creare una titolazione, uno spot o una sigla è fondamentale l'uso della tecnologia digitale per realizzare un mixaggio della grafica, delle sequenze video e audio funzionali e di qualità broadcasting. OpenMedia realizza movie con effetti video, audio e elementi videografici originali, capaci di dare al filmato una struttura comunicativa aderente ai contenuti del briefing.



MULTIMEDIA

La convergenza dei vari media, audio e video, grafica, testo e animazione produce un nuovo media che è la somma di tutti i mezzi di comunicazione. L'effetto sul fruitore sarà una maggiore attenzionalità e memorizzazione dei contenuti. OpenMedia realizza e produce prodotti multimediali su CD Rom, o da mettere in rete. La procedura di progettazione, flow chart di navigazione e story, garantisce il flusso comunicativo. L'interfaccia grafica è progettata per ottimizzare l'interazione per l'utente. La masterizzazione e produzione del Cd Rom completa il ciclo produttivo.

- Campagne di Immagine
- Campagne Pubblicitarie del Prodotto o del Servizio
- Promotion, Packaging
- Affissioni, Pubblicità Dinamica
- Pianificazione Mezzi

- Marchi e loghi, Immagini Coordinate
- Journal aziendali

- Brochure, Folder, Depliant
- Quotidiani, Periodici, Newsletter, Magazine
- Cartelline, Inserti pubblicitari
- Manifesti e Locandine

- Spot
- Sigle
- Billboard
- Promo

- Fiere, Mostre, Manifestazioni,
- Conferenze, Convegni

Hypermedia con sistema di navigazione interattivo

- Infopoint
- Infocommercial
- Cataloghi di prodotto, manualistica
- Annual report
- Presentazioni Aziendali
- Editoria elettronica
- Enciclopedie
- Guide

Comunicazione Telematica
Interfacce dinamiche (DHTML - JAVA)
con pagine Web interattive multimediali,
video-audio live, inserimento
di Realtà Virtuale (ambienti 3d navigabili).

Applicazioni in Rete

- Profili Società e Aziende, Partiti e Organizzazioni varie
- Avvenimenti, Convegni, Conferenze, Fiere e Mostre
- Manuali - Autoistruzioni
- Cataloghi Prodotto e di Vendita
- Pubblicazioni e Recensioni libri
- Magazine e Journal
- Raccolta di informazioni e opinioni

I sistemi Multimediali e Telematici - off-line e on-line - sono i nuovi mezzi di comunicazione finalizzati alla vendita e alla promozione di beni e servizi, dove l'utente è il protagonista della comunicazione scegliendo le aziende da contattare (on-demand). Scegliere il linguaggio e l'immagine adeguata ai nuovi mezzi è fondamentale per la loro resa comunicativa.

OpenMedia nasce proprio per fornire in modo integrato i servizi di comunicazione tradizionale nel settore delle tecnologie pre stampa e stampa, e i servizi avanzati nella grafica e pubblicità digitale, orientata alla comunicazione Multimediale e Telematica.

OpenMedia si pone all'avanguardia proponendo soluzioni comunicative ed estetiche che vanno dalla tradizione, classica e contemporanea, alla sperimentazione più avanzata con soluzioni innovative.

1. fase

Passaggio del briefing

obiettivo di marketing e pubblicitario

Pianificazione mezzi

autobus/affissioni/

TV - radio/promotions/merchandising

direct marketing

2. fase

Progetto

realizzazione grafica/copy/foto/illustrazioni

roughLayout/layout finish

pre stampa/postproduzione

1ª visione del cliente

3. fase

Produzione e postproduzione

Esecutivo stampa o definitivo

a 1/2/3/4 colori

Video/Cd/Web

3ª visione del cliente

4. fase

Distribuzione e controllo



Qual è la strategia di mercato?

Innovativa, Concorrenziale o di Nicchia?

Qual è il target, il suo stile di vita, il suo profilo?

Tenendo conto che i messaggi devono essere univoci, brevi e chiari, qual'è l'idea e il messaggio

fondamentale che si vuole far recepire?

Come si vuole catturare nuovi utenti?

Cosa deve fare l'utente dopo aver recepito il messaggio?

Chi è il leader del settore?

Quali sono i pregi, plus, e i difetti, minus, rispetto alle altre iniziative simili?

Qual è la personalità del prodotto o servizio che si vuole affermare?

L'immagine del prodotto o servizio deve durare nel tempo o subirà mutazioni rispetto alle tecnologie?

Deve essere flessibile di anno in anno?

Oppure dovrà mantenere la tradizione?

Su quali TV vsi vuole programmare lo spot?

Su quali mezzi stampa vuoi pubblicizzare il prodotto o servizio (periodici, quotidiani, affissioni)?

Si vuole far uso delle nuova comunicazione multimediale e telematica?

STRATEGIA CREATIVA (Copy Strategy-Copy Art)



Obiettivo (ciò che la pubblicità deve ottenere)

- acquisire un maggiore numero di utenti.



Destinatario (Target, chi è l'utente)

- il target di altre aziende;

- nuovi utenti da individuare (profilo).



Beneficio fondamentale (perché il probabile utente dovrebbe acquistare?)

- è migliore delle altre iniziative?

- oppure, quali altri benefit offre?



Sostegno alla promessa

- perché l'utente deve credere alla promessa?



Tono e stile della comunicazione (definizione della "personalità" del prodotto o servizio)



Immagine

- Ha un'immagine forte e determinante, sicura, all'avanguardia rispetto alle altre iniziative?