

Fotografia&design4: l'analisi della concorrenza



2016-04-01

Un lavoro ha bisogno di un progetto, di un'ideazione. Anche quando il cliente irrompe senza conoscenze e, molto genericamente chiede "mi servono delle foto", la realtà è che non si tratta semplicemente di far vedere il soggetto. Per questo è più che sufficiente una fotografia scattata con il loro telefonino. Si tratta di qualcosa che va oltre. È necessario raccontarlo! Necessariamente il fotografo diventa anche un primitivo analista di mercato, cercando, attraverso un primo esame, ciò che già c'è e analizzando come il sistema di comunicazione promuove quel particolare prodotto. Il cliente, spesso ideatore, sempre promotore del prodotto, convinto della propria posizione esclusiva, in qualche caso non vede con chiarezza il giusto posizionamento dello stesso. In altri casi, invece, ne ha una visione lucida e arriva con una documentazione appropriata. Questo rende tutto più semplice, tuttavia, in ogni caso, non ci esonera dal controllare ciò che il mercato racconta in merito a quel prodotto. La ricerca è essenziale e se anche in parte è stata sviluppata dal cliente, dobbiamo essere

ben coscienti delle possibilità di successo che il nostro lavoro può apportare. Importantissimo è prendere le distanze da quanti sono convinti che replicare a basso costo tutto quanto fatto da un'azienda leader sia una scelta vincente. Il mercato è gigantesco. È inutile e pericoloso affollare un'unica piazza. Con prodotti molto simili possiamo comunicare a target diversi permettendo ad entrambi di convivere con successo. Le aziende "fotocopiatrici" hanno vita breve, talmente breve che non arrivano nemmeno a pagare il tuo onorario e comunque finiscono per trascinarsi nell'inevitabile baratro che li aspetta. Senza un brand ragionato, al primo vento di crisi un'azienda crolla, ma a un'impresa che per raccontare se stessa "fotocopia", basta solo un soffio. Per questo il progetto è sempre anticipato da una ricerca, dal documentarsi su prodotto e sui mercati. La fotografia può essere poi semplice o complessa, cambia poco, ma la fotografia è un linguaggio che se non parla chiaro e sa dire cose nuove, si perderà in un nulla di fatto. Mazzali