

Programma consulenziale

Luxury Communication & Brand Expression

Percorso di analisi e riallineamento dell'espressione del brand e dei sistemi di comunicazione ai codici del lusso

Programma rivolto agli operatori del settore del lusso — imprenditori, professionisti, realtà di recente costituzione, PMI e aziende strutturate

L'offerta consulenziale si configura come un intervento di lettura strategica avanzata dei sistemi di espressione e di comunicazione del brand, con specifico riferimento al sito web istituzionale e ai canali digitali presidiati, considerati esclusivamente quali dispositivi simbolici di rappresentazione, legittimazione e trasmissione del posizionamento, e non come strumenti operativi di promozione o gestione ordinaria della presenza online.

L'analisi è orientata a verificare in che misura l'impianto identitario, valoriale e strategico del brand trovi una traduzione coerente, rigorosa e riconoscibile nelle scelte linguistiche, narrative e semantiche adottate, nonché nell'architettura complessiva dei contenuti e nei codici espressivi che regolano la relazione con il pubblico di riferimento. L'attenzione non è rivolta alla frequenza delle pubblicazioni, alla performance dei singoli contenuti o a metriche di visibilità contingenti, bensì alla qualità strutturale dell'espressione, alla sua congruenza con i codici del lusso e alla sua capacità di sostenere, nel tempo, la credibilità e l'autorevolezza del brand.

In tale prospettiva, la comunicazione viene indagata come componente fondativa del posizionamento: un sistema complesso che, se governato in modo approssimativo o meramente tattico, può generare frizioni profonde tra identità dichiarata ed esperienza percepita, indebolendo la legittimità simbolica del brand e compromettendone la collocazione all'interno dell'ecosistema del lusso, a prescindere dalla qualità intrinseca dell'offerta o dei servizi erogati.

Obiettivi del programma consulenziale

L'intervento consulenziale è finalizzato a:

- Analizzare in modo critico e sistemico l'espressione pubblica del brand negli ambienti digitali presidiati, con particolare riferimento al sito web istituzionale e ai canali di comunicazione online, al fine di valutarne la coerenza complessiva rispetto all'identità, al posizionamento dichiarato e all'impianto strategico di riferimento.

- Verificare il grado di congruenza tra identità di marca, valori fondativi e modalità di rappresentazione adottate, individuando eventuali scarti, ambiguità o incoerenze tra quello che il brand afferma di essere e quello che effettivamente comunica attraverso i propri sistemi espressivi.
- Valutare la qualità strutturale della comunicazione in termini di linguaggio, architettura narrativa, tone of voice, codici visivi ed estetici, al fine di accertarne l'aderenza ai codici culturali, simbolici e relazionali propri dell'ecosistema del lusso.
- Esaminare la capacità dei sistemi di comunicazione attivati di sostenere e rafforzare la legittimità, l'autorevolezza e la desiderabilità del brand nel contesto digitale, prescindendo da logiche di performance tattica o di visibilità contingente.
- Individuare eventuali elementi di vulnerabilità espressiva o derive comunicative che possano compromettere la percezione di prestigio, l'integrità simbolica e la reputazione del brand nel medio-lungo periodo.
- Fornire criteri interpretativi, orientamenti strategici e chiavi di lettura avanzate, finalizzate a ricondurre l'espressione del brand entro un perimetro di coerenza, selettività e controllo pienamente compatibile con i principi strutturali del lusso.

Ambiti di analisi dell'intervento consulenziale

L'intervento consulenziale prevede un'analisi strutturata e approfondita dei seguenti ambiti, letti esclusivamente in chiave strategica, simbolica e di governance espressiva.

- Architettura della comunicazione e dei messaggi istituzionali

Analisi dei contenuti espressi attraverso il sito web istituzionale e i canali digitali presidiati, al fine di valutare la chiarezza, la coerenza e la solidità dei messaggi veicolati, nonché la loro capacità di tradurre in modo fedele e riconoscibile l'identità, la missione e la promessa di valore del brand all'interno dell'ecosistema del lusso.

- Coerenza con i codici culturali e simbolici del lusso

Valutazione dell'allineamento complessivo tra linguaggio, scelte espressive, impianto narrativo ed estetico e i codici strutturali del lusso, con particolare attenzione ai principi di selettività, controllo, misura, distanza e desiderabilità.

- Linguaggio e tone of voice istituzionale

Esame del registro linguistico adottato, delle scelte lessicali e del tone of voice, al fine di verificarne la congruenza con il posizionamento dichiarato, con il livello di autorevolezza richiesto e con l'immagine che il brand intende legittimare nel tempo.

- Identità visiva ed espressione estetica

Analisi dell'impianto visivo complessivo — design, immagini, palette di colori, composizione, ritmo e gerarchie visive — inteso come sistema simbolico coerente e governato, capace di sostenere la percezione di prestigio, coerenza e riconoscibilità del brand su tutti i touchpoint digitali.

- Gerarchia dei contenuti e costruzione del valore

Valutazione delle priorità comunicative e della gerarchia attribuita ai contenuti, al fine di comprendere quali elementi vengano messi in primo piano e quali relegati a margine, e se tale scelta contribuisca a rafforzare o indebolire la percezione di valore e autorevolezza del brand.

- Rappresentazione dell'esclusività e della rarità dell'offerta

Analisi delle modalità attraverso cui prodotti e servizi vengono presentati, narrati e contestualizzati, verificando se l'espressione adottata sia in grado di trasmettere un senso autentico di esclusività, unicità e valore non comparabile, coerente con i principi del lusso.

- Narrazione istituzionale e costruzione del senso

Valutazione della narrazione di marca nella sua dimensione strategica e fondativa, verificando la coerenza del racconto identitario, la sua profondità simbolica e la capacità di sostenere una visione di lungo periodo, evitando derive promozionali, emozionali o aspirazionali non legittimate.

- Temporalità della comunicazione e rapporto con il tempo

Analisi del modo in cui il brand gestisce la dimensione temporale della propria espressione — continuità, ripetizione, permanenza o volatilità dei messaggi — valutando se tale approccio sia coerente con una logica di lusso fondata sulla durata, sulla sedimentazione e sulla non urgenza.

- Relazione simbolica con il pubblico di riferimento

Lettura critica delle modalità attraverso cui il brand si espone, si posiziona e si relaziona con il proprio pubblico, valutando se la relazione instaurata rafforzi l'autorevolezza e la distanza necessarie nel lusso o, al contrario, produca eccessiva prossimità, compiacenza o banalizzazione.

- Coerenza tra posizionamento, espressione e percezione potenziale

Valutazione delle eventuali frizioni tra posizionamento dichiarato, sistemi espressivi adottati e percezione potenzialmente generata, con l'obiettivo di individuare vulnerabilità simboliche o incoerenze in grado di compromettere la legittimità del brand nel medio-lungo periodo.

- Uso dell'innovazione come linguaggio e non come tendenza

Analisi dell'eventuale adozione di strumenti, formati o soluzioni innovative, valutandone la pertinenza strategica, la coerenza simbolica e il rapporto con la tradizione, distinguendo tra innovazione significativa e semplice adeguamento reattivo a mode effimere o a trend passeggeri.

- Stipulazione di eventuali partnership e collaborazioni

Valutazione delle collaborazioni, partnership, citazioni o affiliazioni dichiarate, lette in termini di coerenza reputazionale, affinità valoriale e impatto sull'immaginario del brand, e non come strumenti di amplificazione o visibilità.

- Grado di controllo dell'espressione del brand

Analisi del livello di intenzionalità e presidio esercitato sull'espressione complessiva del brand, al fine di comprendere se la comunicazione risponda a una visione strategica governata o a una sommatoria di iniziative frammentarie e non coordinate.

Il nostro supporto strategico

Il supporto offerto da Louise Prestige Consulting si configura come un intervento consulenziale di natura esclusivamente strategica, fondato sulla trasmissione di criteri decisionali, orientamenti di governance e chiavi di lettura avanzate, e non come attività operativa o di esecuzione per conto del cliente.

L'azione consulenziale si concentra sulla fornitura di insight strutturati, raccomandazioni mirate e linee guida interpretative, concepite per orientare il brand verso decisioni pienamente consapevoli, coerenti e difendibili, nel rispetto dei codici, delle logiche e delle specificità dell'ecosistema del lusso.

Attraverso una lettura meticolosa delle dinamiche aziendali, delle strategie adottate e delle leve di posizionamento attivate, il programma restituisce output strategici ad alto valore, finalizzati a rafforzare la coerenza dell'impianto complessivo e a guidare scelte di medio-lungo periodo.

In presenza di esigenze specifiche e solo qualora emerga una reale opportunità strategica, il percorso consulenziale può essere affiancato — su indicazione di Louise Prestige Consulting — da interventi operativi altamente selezionati, affidati alla divisione Louise Prestige Lab.

Tali interventi non costituiscono una naturale estensione del percorso consulenziale, bensì un'esecuzione mirata delle direttrici strategiche definite, attivabile esclusivamente laddove funzionale al consolidamento del posizionamento luxury.

Gli ambiti di intervento eventualmente attivabili includono:

- **Formalizzazione dell'identità e del posizionamento del brand**
(documenti strategici, sistemi di riferimento, linee guida proprietarie)
- **Costruzione e articolazione della narrativa di marca**
(storytelling istituzionale, dispositivi simbolici, architettura del linguaggio)
- **Definizione dei sistemi di denominazione**
(naming di brand, prodotti e servizi, payoff e architetture semantiche)
- **Strutturazione dei materiali istituzionali e strategici**
(company profile, brand book, dossier di posizionamento, documenti di indirizzo)
- **Traduzione strategica del modello di business**
(strumenti di sintesi e rappresentazione del valore, framework decisionali)
- **Sviluppo di strumenti proprietari di valorizzazione**
(Luxury Value Ladder e altri dispositivi coerenti con il posizionamento definito)

Nell'ottica di una collaborazione integrata tra Louise Prestige Consulting e Louise Prestige Lab, gli interventi operativi eventualmente attivati beneficiano di condizioni economiche dedicate, definite caso per caso, a conferma della sinergia tra le due divisioni e dell'attenzione rivolta alla piena ottimizzazione del valore strategico per il cliente.

Passaggi da seguire per poter accedere al servizio

L'accesso ai programmi di Louise Prestige Consulting è regolato da un processo strutturato, selettivo e progressivo, concepito per garantire coerenza metodologica, qualità dell'intervento e piena pertinenza rispetto alle esigenze del progetto.

Fase 1 — Richiesta di accesso e valutazione degli obiettivi

In una fase preliminare, i professionisti e le aziende interessate a valutare l'accesso al programma sono invitati a trasmettere una richiesta via e-mail, finalizzata a manifestare il proprio interesse e a consentire una prima verifica di pertinenza.

La richiesta dovrà indicare: nome e cognome del referente, ragione sociale o denominazione del progetto, indirizzo e-mail di contatto e una breve nota di inquadramento, volta a esplicitare le principali criticità percepite in relazione all'espressione del brand e ai sistemi di comunicazione attualmente adottati, nonché le motivazioni che rendono necessario un confronto strategico di alto livello su tali aspetti. Le richieste dovranno essere inviate all'indirizzo dedicato: consulting@louiseprestige.com. A seguito dell'esame preliminare della richiesta, verrà trasmesso via e-mail un documento riservato di accesso, concepito per avviare la fase di valutazione. Tale documento include:

- L'articolazione dei percorsi consulenziali attivabili;
- Le condizioni economiche e le modalità di investimento;
- La durata indicativa dei programmi;
- Le condizioni operative e i criteri di attivazione del percorso;
- Domande di selezione per l'accesso ai programmi di consulenza.

La documentazione trasmessa consente all'interessato/a di disporre di un quadro completo, trasparente e strutturato, necessario per valutare con piena consapevolezza l'eventuale prosecuzione. Solo i progetti ritenuti coerenti, maturi e meritevoli di approfondimento accedono alle fasi successive del processo.

Fase 2 — Valutazione e selezione dei progetti

Il documento restituito compilato viene sottoposto a un'analisi attenta, rigorosa e riservata, finalizzata a comprendere in modo puntuale l'assetto attuale del progetto e il suo grado di compatibilità con un intervento consulenziale di natura strategica nell'ambito del lusso.

Qualora si rendessero necessari ulteriori chiarimenti o approfondimenti, gli stessi verranno richiesti tramite comunicazione scritta.

Solo i progetti ritenuti coerenti, maturi e meritevoli di approfondimento accedono alle fasi successive del processo.

Fase 3 — Definizione e formalizzazione del programma consulenziale

Una volta completata la fase di valutazione e qualora il progetto venga ritenuto idoneo, Louise Prestige Consulting procede alla definizione del programma consulenziale personalizzato, sulla base delle evidenze emerse e delle priorità strategiche individuate. Il programma consulenziale viene definito sulla base della complessità del progetto, delle aree di intervento individuate e degli obiettivi strategici perseguibili.

La struttura del percorso viene elaborata in forma scritta e include:

- Gli ambiti di intervento ritenuti prioritari;
- I contenuti del programma;
- Il numero delle sessioni consigliate, determinato in funzione della complessità delle tematiche affrontate;
- La cadenza degli incontri e la durata complessiva dell'intervento;
- L'investimento complessivo previsto.

La proposta di programma viene trasmessa all'interessato/a per valutazione.
L'eventuale avvio del percorso consulenziale è subordinato alla formale accettazione della proposta e alla conferma delle condizioni economiche.

Fase 4 - Avvio del programma consulenziale

Le consulenze si svolgono in modalità one-to-one tramite video-call, con sessioni della durata standard di un'ora, secondo quanto concordato in fase di definizione del percorso.

Struttura del percorso consulenziale

I programmi di Louise Prestige Consulting sono concepiti come percorsi consulenziali strutturati e progressivi, non come interventi estemporanei né come consulenze isolate.

Per loro stessa natura, tali percorsi richiedono continuità, profondità analitica e una progressione strategica coerente, elementi imprescindibili per operare con efficacia all'interno dell'ecosistema del lusso.

L'offerta consulenziale si articola in diverse tipologie di programma, ciascuna progettata per rispondere a differenti livelli di complessità, maturità del brand e intensità dell'intervento richiesto.

Le configurazioni disponibili consentono di affrontare in modo mirato criticità circoscritte, così come di intraprendere percorsi più articolati e strutturati, finalizzati a un riallineamento profondo dell'offerta e delle politiche di prezzo.

L'architettura di ciascun programma viene definita in funzione delle specificità del progetto, degli obiettivi strategici individuati e del grado di intervento necessario, privilegiando sempre un approccio selettivo, focalizzato e orientato alla presa di decisioni.

Articolazione del percorso

Il percorso consulenziale, qualora attivato, prevede un impegno minimo di tre sessioni individuali. Un numero inferiore di incontri non consentirebbe, nella maggior parte dei casi, di sviluppare un lavoro sufficientemente rigoroso né di restituire un orientamento strategico completo, coerente e realmente utile.

In circostanze eccezionali, debitamente valutate caso per caso — ad esempio in presenza di esigenze altamente circoscritte o di necessità di chiarimenti specifici — può essere prevista l'erogazione di una singola consulenza one-to-one, esclusivamente come:

- integrazione a un percorso già avviato, oppure
- intervento puntuale successivo alla conclusione del programma, finalizzato a rifinire, aggiornare o ricalibrare specifiche decisioni strategiche.

Tali consulenze individuali non rappresentano in alcun modo la modalità ordinaria di fruizione dei servizi, né sono assimilabili, per natura e finalità, a un percorso strutturato, organico e progressivo, che costituisce l'architettura portante dell'offerta di Louise Prestige Consulting.

Modalità di lavoro e output

Nel corso di ciascuna sessione vengono forniti orientamenti strategici, letture critiche e indicazioni argomentate di alto profilo, finalizzate a supportare processi decisionali consapevoli e pienamente coerenti con le logiche strutturali del lusso. Entro tre giorni lavorativi dalla conclusione di ogni incontro, viene trasmessa una relazione di sintesi, contenente il riepilogo delle direttrici strategiche individuate e degli spunti emersi nel corso della sessione.

La flessibilità e la personalizzazione integrale costituiscono elementi centrali dell'approccio adottato. È possibile strutturare interventi focalizzati su problematiche circoscritte, così come percorsi strategici di medio-lungo periodo, pensati per accompagnare progetti complessi e articolati lungo un arco temporale esteso, indicativamente compreso tra i tre e i nove mesi.

Cosa include il percorso consulenziale

Il programma non si esaurisce nel tempo di confronto diretto durante le sessioni, ma comprende un insieme articolato di attività ad alto valore intellettuale e strategico, tra cui:

- **Intervento consulenziale altamente specializzato**, fondato su competenze verticali ed esclusivamente dedicate al settore del lusso.
- **Lavoro off-session significativo**, che include analisi approfondite, lettura critica del materiale fornito, sintesi strategica e valutazione dell'impianto complessivo del progetto.
- **Output proprietari post-sessione**, quali report personalizzati, relazioni di sintesi strategica e documentazione strutturata forniti al termine di ciascuna sessione, strumenti preziosi per agevolare la messa in opera delle strategie discusse.
- **Accompagnamento post-sessione**, mediante supporto continuativo via e-mail, finalizzato a chiarire dubbi, consolidare le decisioni prese e agevolare la corretta implementazione delle strategie discusse.
- **Linee guida per l'espressione digitale dei brand di lusso**, documento di indirizzo strategico che raccoglie principi, criteri applicativi e indicazioni di riferimento per governare l'espressione digitale del brand nel rispetto dei codici strutturali del lusso.

Nei programmi consulenziali avanzati è anche incluso:

- **Redazione del Brand Book**, documento strategico di sintesi che formalizza identità, posizionamento, principi guida e linee direttive emerse nel corso del percorso.

Qualora si rendesse necessario, sarà inoltre possibile integrare aspetti operativi specifici per rispondere a esigenze peculiari. Tali interventi operativi sono illustrati sotto la voce "Il nostro supporto strategico".

Brand book: il manuale operativo incluso nel servizio

Al termine del programma di consulenze, l'interessato/a riceverà il "brand book", un manuale operativo in formato PDF personalizzato e concepito su misura. Tale documento, frutto di un meticoloso lavoro di sintesi e strutturazione, rappresenta la summa completa del percorso consulenziale, includendo ogni aspetto discusso e ogni decisione concordata durante le varie sessioni. Si tratta, dunque, di un vero e proprio vademecum di riferimento autorevole e organico, ideato per essere consultato in autonomia e per garantire continuità e coerenza operativa. Tale strumento non è soltanto un compendio del lavoro svolto, ma si configura come un output tangibile e di grande valore strategico, capace di tradurre la visione e gli obiettivi emersi nel corso delle consulenze in principi operativi chiari e applicabili.

In particolare, questo strumento diviene un riferimento concreto e pratico sia per il/la diretto/a interessato/a sia per l'intero team interno. Le linee guida operative contenute nel brand book non solo riducono il margine di errore, ma agevolano il coordinamento tra i vari membri del team, creando una base solida e condivisa su cui costruire il successo del brand.

Linee guida per l'espressione digitale dei brand di lusso: il documento strategico incluso nel servizio

Il documento si configura come uno strumento di indirizzo e disciplina strategica, concepito per fornire criteri applicativi chiari e governabili a supporto della presenza digitale dei brand operanti nel settore del lusso. Non si tratta di un manuale operativo né di una guida alla gestione dei canali digitali, bensì di una raccolta strutturata di principi, orientamenti e riferimenti concepiti per tradurre, in forma applicabile, i codici culturali, simbolici ed espressivi propri dell'ecosistema del lusso.

Le indicazioni contenute nel documento hanno l'obiettivo di prevenire errori di posizionamento, incoerenze espressive e derive comunicative che, seppur comuni in altri settori, risultano incompatibili con le logiche del lusso e potenzialmente dannose per la credibilità, l'autorevolezza e la desiderabilità del brand. I contenuti devono essere intesi come criteri di riferimento e linee di condotta volte a orientare decisioni consapevoli, selettive e coerenti.

Il documento può essere utilizzato come strumento di consultazione autonoma, come supporto alla governance interna della comunicazione digitale o come complemento applicativo a un percorso consulenziale strategico, al fine di garantire continuità, controllo e coerenza nell'espressione del brand nel tempo, nel pieno rispetto dei principi fondanti del lusso.

Richiesta di accesso alla fase di selezione

I professionisti e le aziende che, a seguito della lettura del presente documento, ritengano il proprio progetto coerente con l'impostazione metodologica e con i criteri di selettività di Louise Prestige Consulting, possono richiedere l'accesso alla fase di selezione riservata.

Tale fase è concepita per consentire una prima valutazione strutturata del progetto e per verificare l'effettiva compatibilità con un intervento consulenziale di natura strategica nell'ambito del lusso.

L'accesso alla fase di selezione non è automatico.

Le richieste vengono esaminate singolarmente e accolte esclusivamente qualora sussistano le condizioni minime di coerenza, maturità e pertinenza rispetto al metodo adottato.

Modalità di richiesta

Per manifestare il proprio interesse, si invita a trasmettere una richiesta tramite e-mail indicando:

- Nome e cognome del referente;
- Indirizzo e-mail di contatto;
- Ragione sociale o denominazione del progetto;
- Una breve nota di inquadramento, volta a esplicitare le principali criticità percepite in relazione all'espressione del brand e ai sistemi di comunicazione attualmente adottati, nonché le motivazioni che rendono necessario un confronto strategico di alto livello su tali aspetti.

Le richieste dovranno essere inviate all'indirizzo consulting@louiseprestige.com, indicando come oggetto: "Richiesta di accesso alla fase di selezione - Luxury Communication & Brand Expression".

Documentazione riservata per la selezione

Qualora la richiesta venga ritenuta idonea, verrà trasmessa via e-mail una documentazione riservata, concepita per consentire una valutazione consapevole e approfondita dell'eventuale accesso alle fasi successive.

L'interessato/a riceverà il documento di selezione e condizioni di accesso, che include:

- L'articolazione dei percorsi consulenziali attivabili;
- Le condizioni economiche e le modalità di investimento;

- La durata indicativa dei programmi;
- Le condizioni operative e i criteri di attivazione del percorso;
- Domande di valutazione per l'accesso ai programmi di consulenza.

La documentazione trasmessa consente all'interessato/a di disporre di un quadro completo, trasparente e strutturato, necessario per valutare con piena consapevolezza l'eventuale prosecuzione.

Nota importante: L'invio della richiesta non costituisce in alcun modo garanzia di accesso alle fasi successive né impegno reciproco. Louise Prestige Consulting si riserva di accettare esclusivamente i progetti che presentino le condizioni necessarie per un intervento strategico efficace e coerente con i codici del lusso.