



Gianluigi Fragomeni

Trasformare la Brand Strategy in crescita di Business vincente



Scuola universitaria professionale
della Svizzera italiana



POSITIONER

Credo che i brand crescano quando persone, cultura e customer experience si muovono nella stessa direzione.

Il mio ruolo è trasformare la strategia in azione condivisa, creando connessioni significative che generano una crescita aziendale sostenibile.

Cosa porto in azienda

Brand Strategy & Positioning
Brand Transformation
Cross-Functional Leadership
Employer Branding
Customer Experience Design
Change Management

Esperienza maturata in organizzazioni globali
e in settori diversificati, operando in contesti
strutturati e su larga scala.

Metodologie:

Agile
Scrum
Waterfall
Design Thinking
Kanban
Lean PM
Hybrid PM

Region and mercati per cui ho lavorato:

Svizzera	Paesi Bassi
Italia	Repubblica Ceca
Emirati Arabi	Polonia
Uniti	Regno Unito
Spagna	Cipro
Lussemburgo	Stati Uniti
Francia	
Germania	
Lituania	

Formazione e Certificazioni

- ✓ Design
- ✓ PMP - Project Management Professional
- ✓ Soft Skills Management
- ✓ Design Thinking
- ✓ UX and CX Design

- ✓ Brand Management
- ✓ Branding Language
- ✓ Marketing Management
- ✓ Change Management
- ✓ Creative Problem-Solving

Esperienza cross-industry in organizzazioni strutturate

Esperienza maturata in organizzazioni globali e settori differenti, operando in contesti strutturati e complessi.

Media and Tech
Luxury Hospitality
Luxury Travel
Luxury Wedding
Music, Sport and Entertainment
IT and Software Dev

Formazione Avanzata

SAS/ Brand Design Advanced Specialist

Fill the gap between
strategy and execution.

Autore e docente del corso di certificazione Tactical Branding presso SUPSI, incentrato sul collegamento tra la strategia di brand e l'esecuzione.

Guest Lecturer e Speaker in programmi accademici internazionali a Dubai e Abu Dhabi, tra cui Rochester Institute of Technology e New York University Abu Dhabi.

Conduco regolarmente webinar, lezioni e portfolio review, mantenendo un contatto diretto con i talenti emergenti e con l'evoluzione delle pratiche di branding.

Relevance Rating ★★★★★ 4.8/5

Net Promote Score ★★★★★ 4.6/5



Tutti amiamo i
brand e le loro
storie.

Brand in One Bite è la mia newsletter.
Uno spazio dedicato all'esplorazione di
percorsi autentici di successo, fallimento e
rilancio, trasformati in lezioni di strategia,
design e creatività.

44% tasso medio di apertura
Iscritti organici da tutto il mondo

- ✓ Storie vere
- ✓ Fatti verificati
- ✓ Credibile e indipendente

- ✓ Punto di vista incisivo
- ✓ Connessione autentica
- ✓ < 5 minuti di lettura



Apprendere, prima di crescere

Valutazione delle principali dimensioni del brand per identificare i gap, definire le priorità e costruire basi più solide per la crescita futura.

Analisi di 7 dimensioni del brand

Gap Analysis

Priorità Strategiche

Esempio di autovalutazione del brand con scenari di crescita proiettati sulla base dei miglioramenti futuri.

Your brand score:
47%



Brand Identity	25	Market Positioning	25
Awareness and Perception	38	Values and Brand Promise	68
Customer Experience	44	Financial Performance	74
Communication	55	General	47
Actual ☒ Potential (in 1 year)			

Trasformare l'esperienza in condivisione

Condivisione di prospettive su branding, customer experience e trasformazione organizzativa attraverso eventi aziendali, università e programmi di executive education.

Speaker al **Swisscom Digital Day**, con un intervento dedicato a come UX Design e Customer Experience Design influenzino la fiducia, la credibilità e la percezione del brand nel lungo periodo.



Esempi di impatto del mio operato

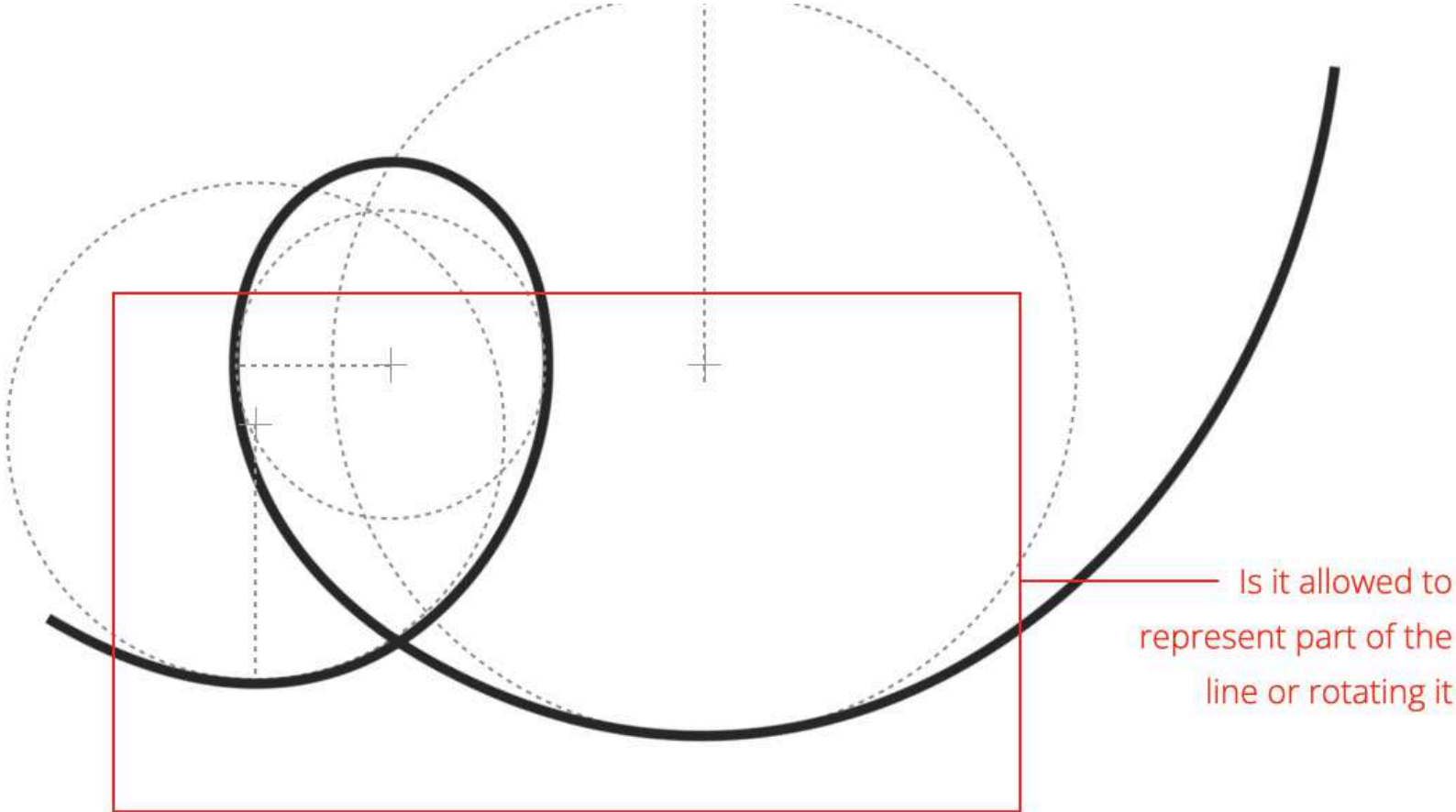
+28% unaided awareness nei
principali touchpoint
(primo anno)

95% di adozione interna
delle nuove brand
guidelines in 6 mesi

-78% materiali di brand non
conformi

Branding codification

Creazione di un linguaggio visivo coerente con la
personalità aziendale e applicabile in tutti i
touchpoint.



Logo & Trademark

Logo	Trademark
Min. Size: 120 x 23 px / 27 x 5 mm	Min. Size: 52 x 52 px / 8 x 8 mm

Positive

Mono Black

Mono White

Lifeware.ch



Typography

Font-face	Sizes	Lines
Open Sans	18 pt	28 pt
	28 pt	42 pt
	36 pt	58 pt
	48 pt	78 pt
	56 pt	78 pt

Light	Regular	SemiBold	Bold
The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.	The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.	The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.	The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Lifeware.ch



Colors

Lifeware #E81C1E 232, 28, 30 0, 89, 100, 0 2347 U	Lifeware light #FF2300 255, 35, 0 0, 77, 93, 0 2026 U	White #FFFFFF 255, 255, 255 0, 0, 0, 0 White	Black #000000 0, 0, 0 0, 0, 0, 0 Process black

Lifeware.ch

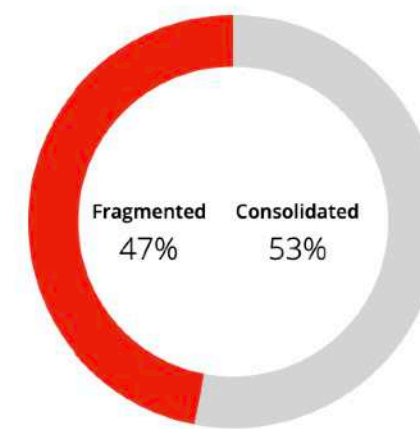


+35% qualified lead generation (QLG)

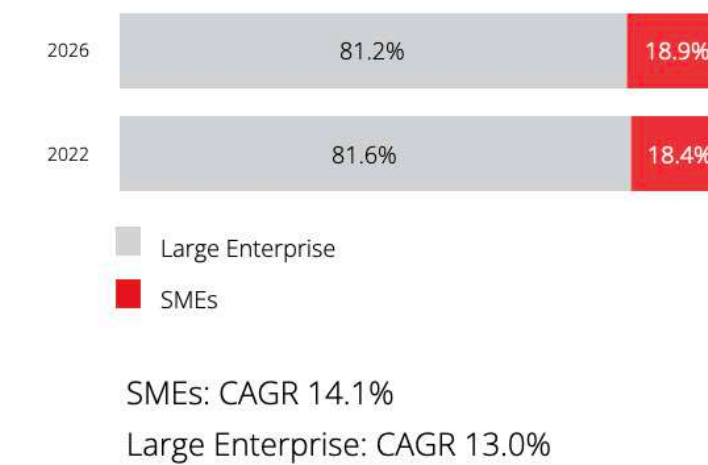
-18% costo per Qualified Lead

+21% Website Engagement Rate

Competitive Landscape Snapshot



Enterprise Size Model Revenue Share



Key Players

adesso insurance solutions
Applied Systems, Inc.
Comarch SA
Guidewire
Innovation Group
Microsoft Corporation
msg life ag
Oracle Corporation

Roper Technologies, Inc.
Salesforce, Inc.
SAP SE
SAPIENS INTERNATIONAL CORPORATION N.V.
VERMEG Ltd
Vienna Insurance Group

Funnel e Comunicazione più efficaci

Maggiore rilevanza del brand e fidelizzazione grazie a un positioning orientato al mercato.
Espansione dell'impatto organico sui social media e sviluppo di una advocacy duratura.



13th October 2023, 9AM - 5PM
📍 Swiss Tech Convention (Ecublens)
Lifeware Stand **F21**

Unleash your talent!

Discover how you can join an amazing team at **EPFL Forum**

FORUM EPFL

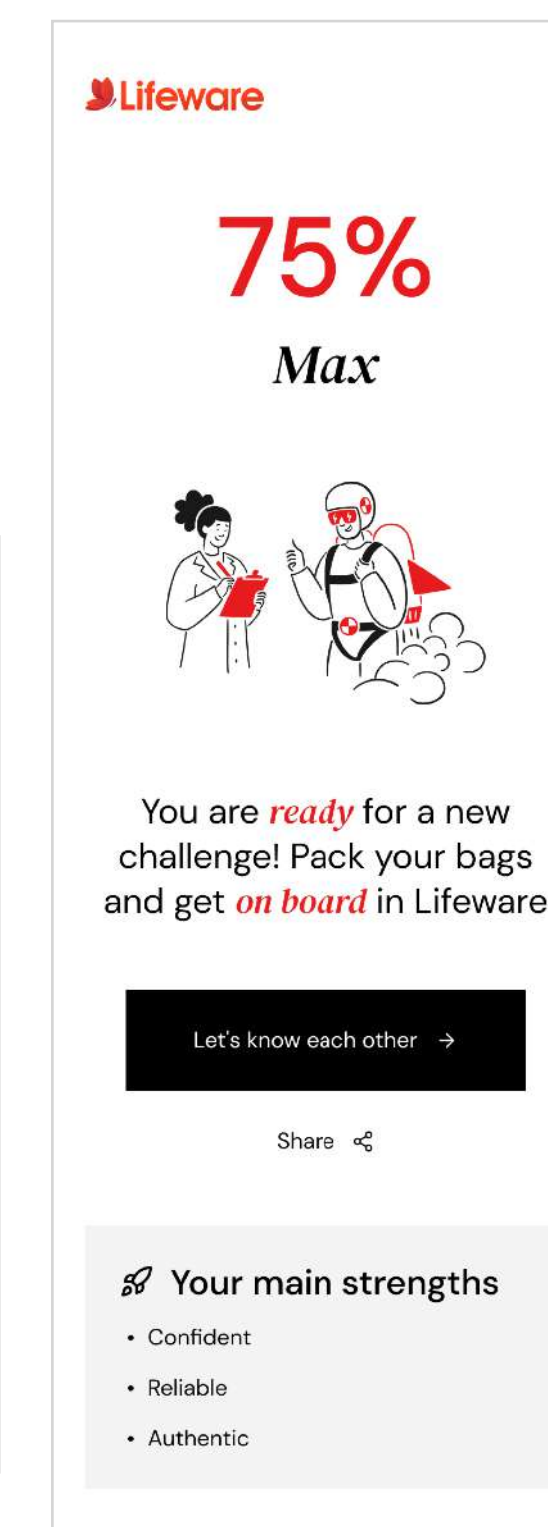
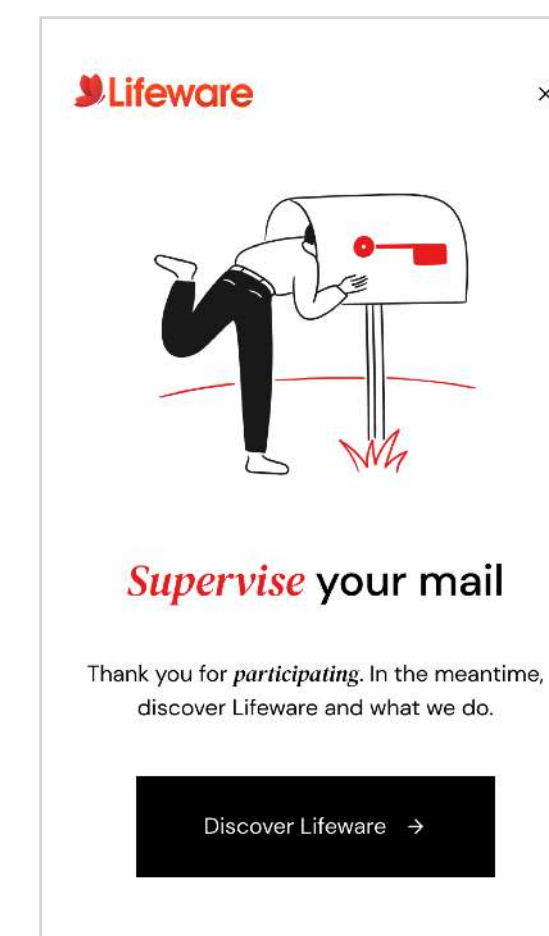
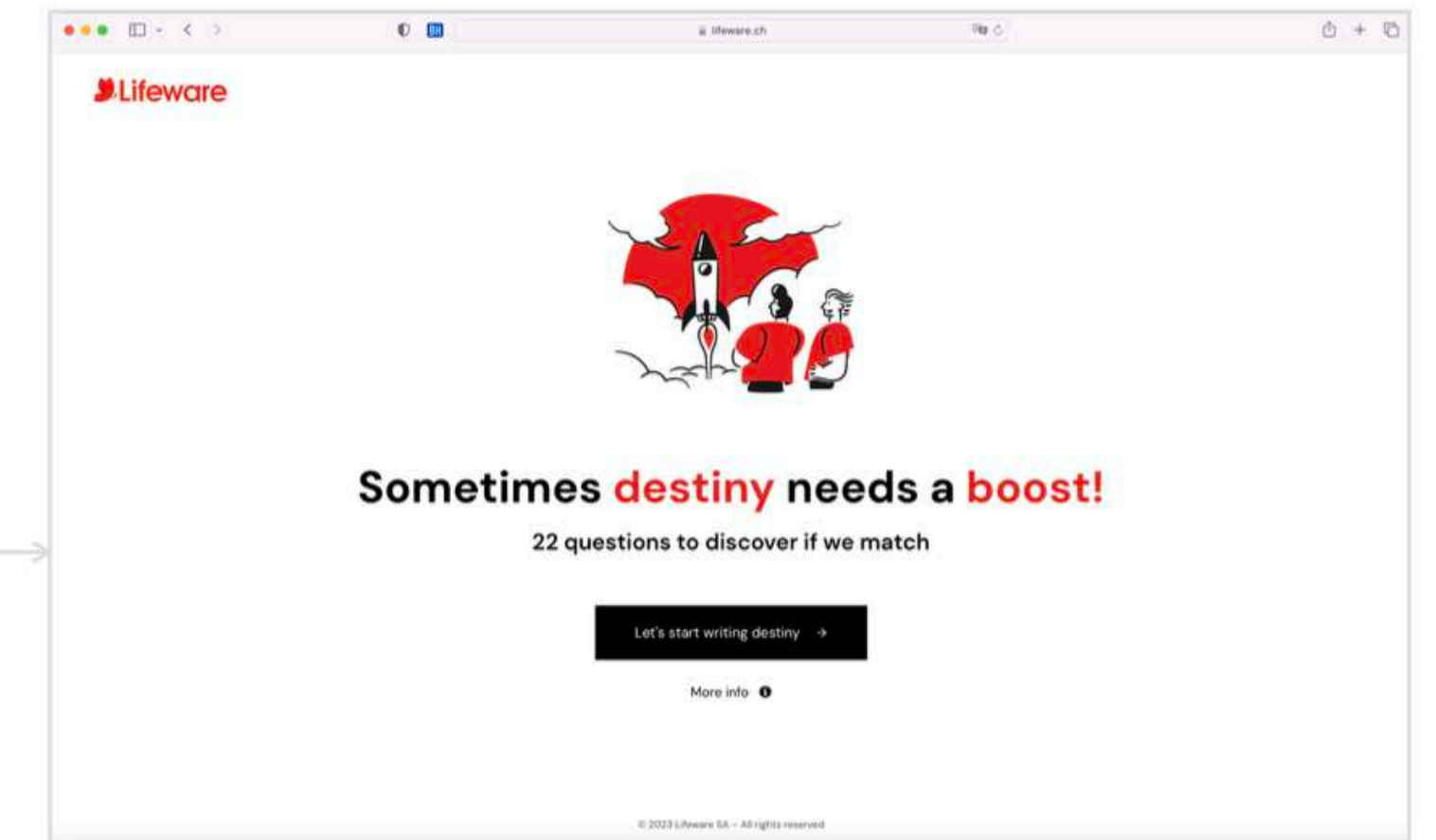
Lifeware

+45% audience participation rate
+28% brand advocacy
+35% referral rate (NPS Survey)

Brand Affinity e attivazione spontanea

Creazione di esperienze coerenti con la personalità e i valori del brand, in grado di stimolare la partecipazione volontaria e il coinvolgimento autentico.

Questo approccio rafforza la brand affinity, aumenta l'attivazione spontanea e trasforma il pubblico in un promotore attivo del brand.



-38% change requests
per sprint (in 6 mesi)

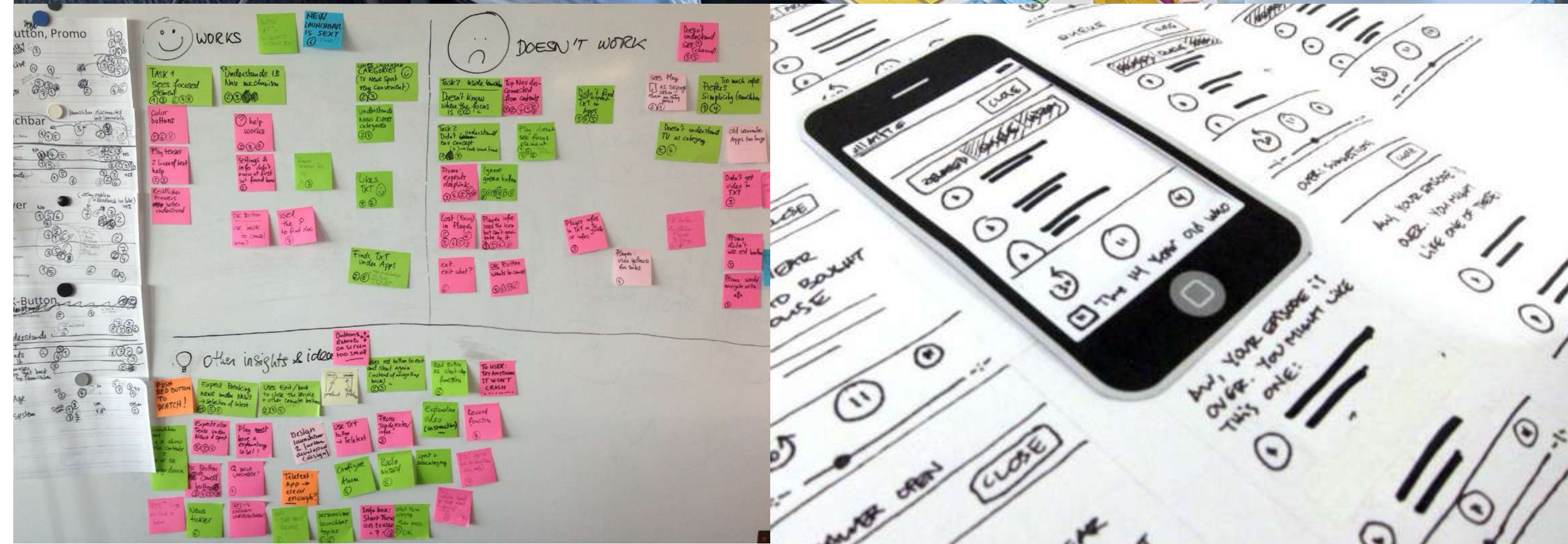
+28% adoption rate
(in 6 mesi)

-31% di dati duplicati
nel sistema (in 1 anno)

Vivere il brand attraverso prodotti e servizi

Utilizzare il brand come linguaggio comune per
allineare persone, decisioni e innovazione.

Questo consente ai team di sviluppare prodotti e
servizi più coerenti, customer-focused e allineati
alla vision e ai valori aziendali.



Lugano
Barcellona
Lussemburgo
Bolzano
Zurigo

72% di partecipazione
volontaria

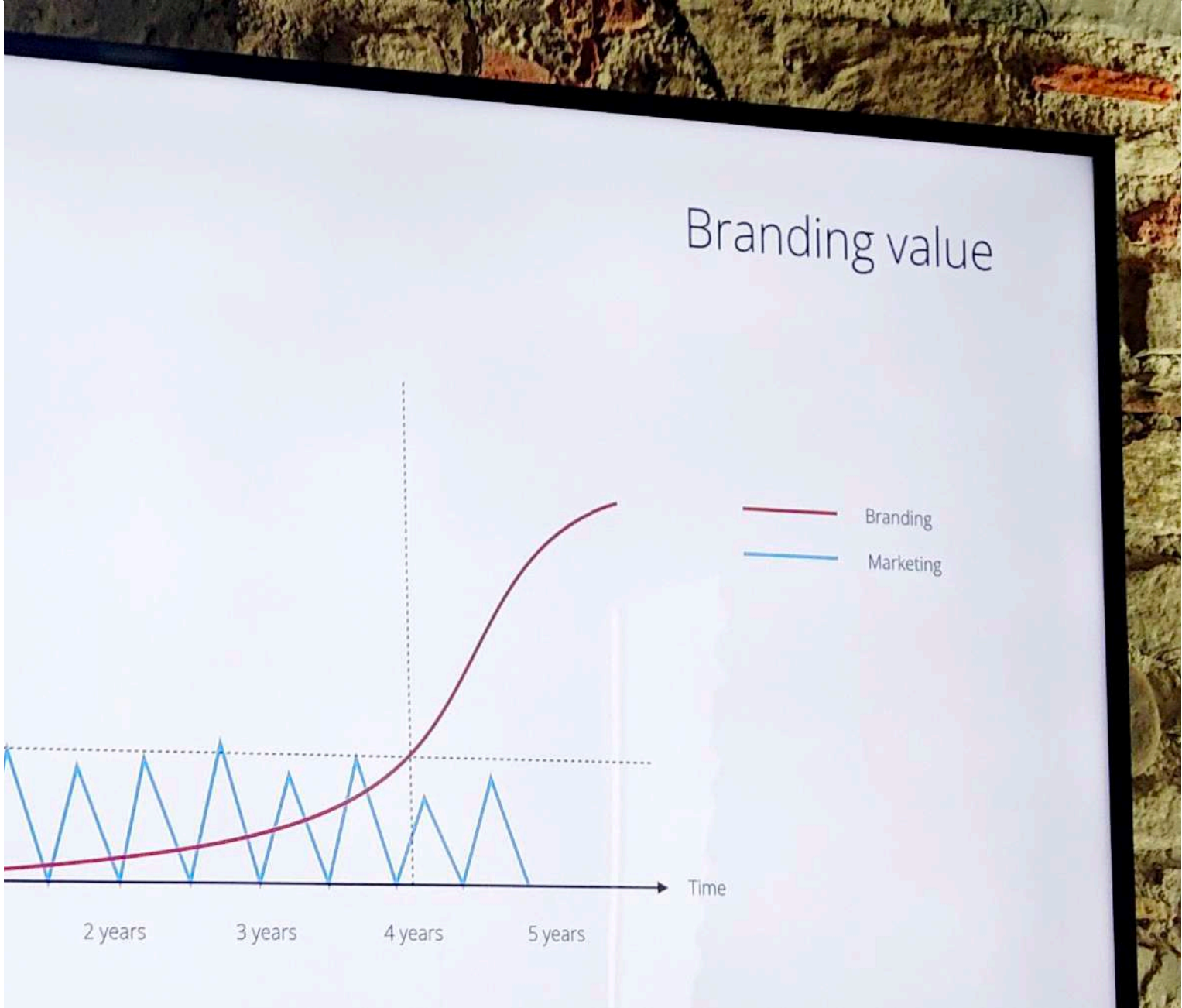
70% dei partecipanti ha
fortemente raccomandato il
workshop

+35% employee
advocacy score

Employee Branding e Cross-Culture

Implementazione di workshop tematici dedicati a branding, valori aziendali e cambiamento, coinvolgendo tutti i collaboratori.

Queste attività hanno rafforzato il senso di appartenenza e generato nuove idee trasformate in iniziative concrete.



Importance

How important do you consider branding for your business?



Workshop NPS

How likely are you to refer us to someone else?

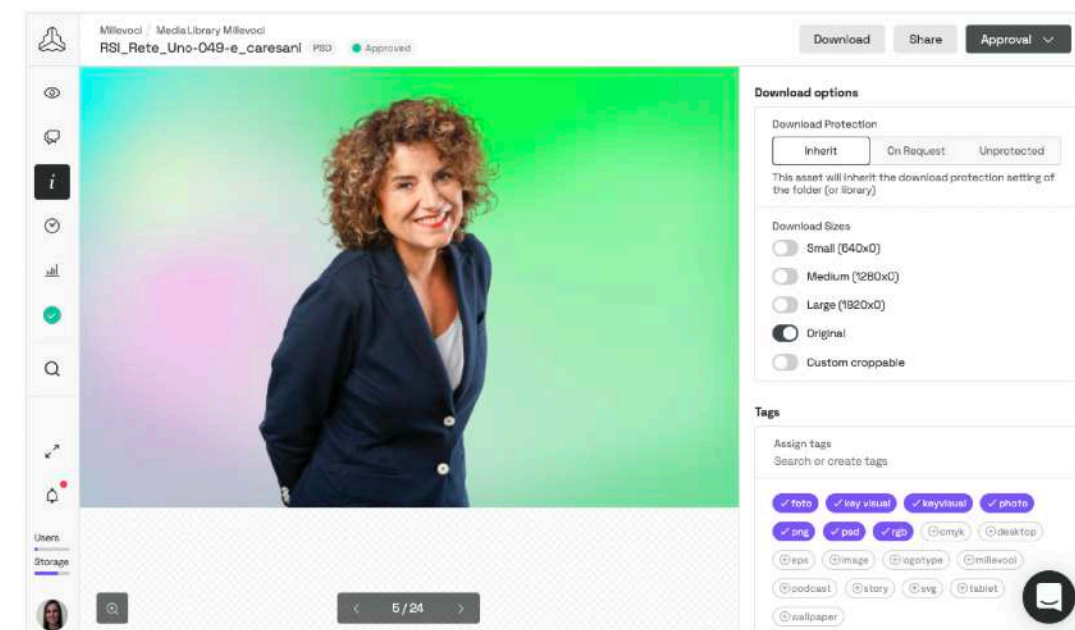


70%
EXCELLENT
NPS

-88% variazioni di design +2900 brand assets scaricati
-628 h ore di rilavorazioni legate al brand

Scalare la visione del brand attraverso un Design-System

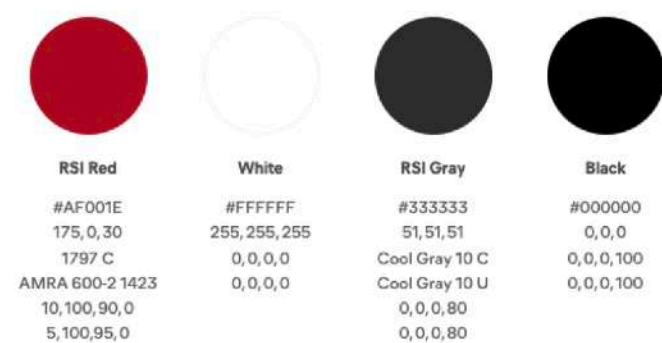
Lo sviluppo di un Design System centralizzato garantisce coerenza visiva e uniformità cross-platform. Per questo rappresenta spesso una base fondamentale per rendere la comunicazione più efficace e scalabile.



Dettaglio di un file caricato nella media library e dei suoi parametri.

client-logotype_compact_payoff_parental_RSI-**RGB_positive**

A B C D E F G

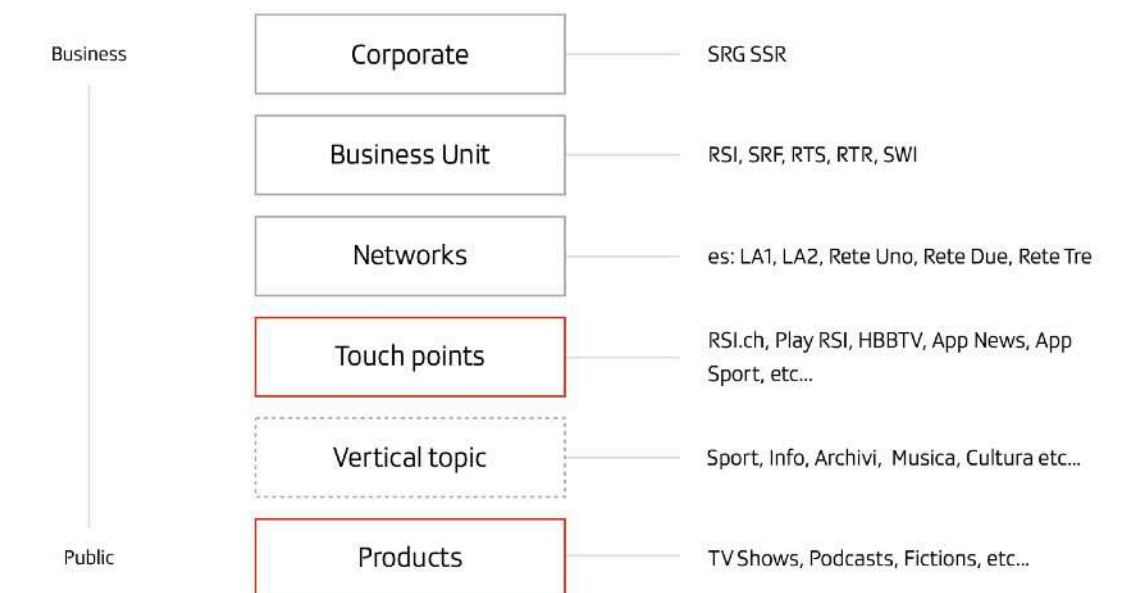


(!) Special ink color AMRA 600-2 1423 to ask @ typography.

RSI ARCHIVI

SRG SSR Type Display, Medium

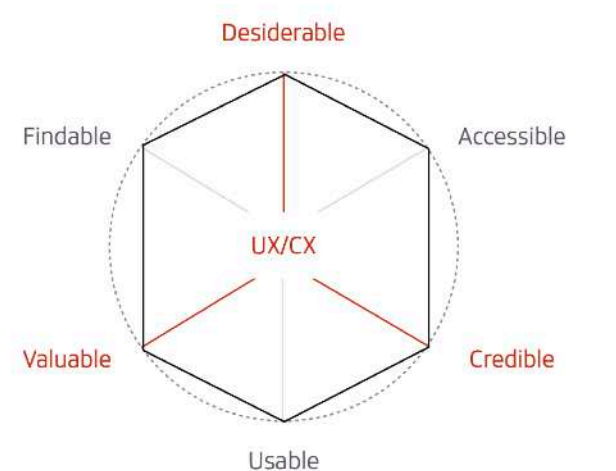
Architecture



Principles

Objective
Design an experience (UX/CX) that represent and create a strong relationship with the product, and consequently a tangible and valuable presence of RSI as public service into the daily business.

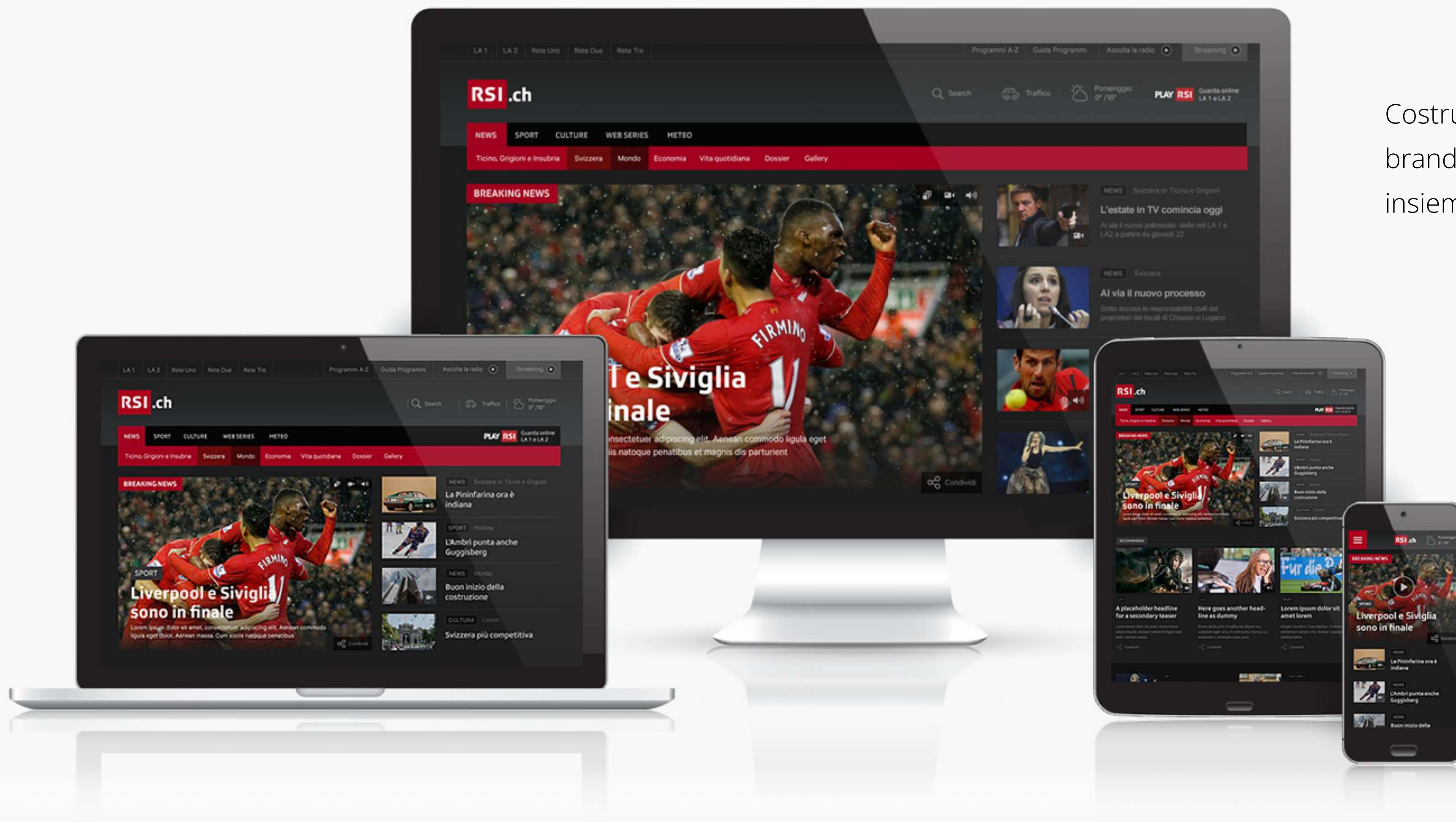
UX > User Experience
CX > Customer Experience



-44% Homepage Bounce Rate
+73% Conversioni da dispositivi mobili
18 milioni di page view all'anno (da 3,8 milioni)

Un Brand “portabile”. Ovunque.

Costruzione di ecosistemi digitali scalabili in cui brand, contenuti e user experience lavorano insieme in modo coerente.



Gianluigi Fragomeni

+41 76 490 15 45

fragomenigianluigi@gmail.com

[Linkedin](#)

[BrandInOneBite](#)