

La identidad es el conjunto de atributos que diferencian y distinguen a una empresa.

La empresa AEG tomo la decisión de contratar un diseñador y un sociólogo para ocuparse de los problemas vitales de la empresa como las relaciones internas y externas de la organización y la forma de los productos y mensajes. Ya que no solo era la calidad del servicio si no que la identidad es todo en general como la imagen, comunicación, productos para los consumidores y empleados trabajen de mejor manera, en un área cómoda (interrelaciones internas y externas).

Es cuando se dan cuenta que la identidad visual a la imagen global no solo tiene que ver en el mensaje grafico si no en la manera subjetiva que se da a conocer. Al igual que en Italia con la fundación Olivetti, donde se dieron cuenta de la importancia que tenía el trabajador (hombre) comparando que no solo las cosas materiales y la tecnología son importantes dentro de una organización, ya que el rendimiento que les ofrece un trabajador es más eficaz, además de creativo y concluyen las promesas que ofrece la empresa a dar un buen servicio público.

Así se logró el punto de vista cultural y estético de la empresa para todo tipo de comunicación: como el equilibrio de la manera interna y externa, la comunicación de las empresas que hoy en día se conoce como Dircorn que se responsabiliza de la identidad corporativa, publicidad, promociones, diseño industrial, administración, etc.

Hoy en día si una empresa quiere asumir nuevos retos y adaptarse a las nuevas tecnologías, y nuevos mercados tiene que ver la importancia de la identidad corporativa para la creación de nuevas estrategias que deben de asumir y realizar.

La manera subjetiva en la que se deben de dar a conocer a sus clientes. El poder distinguirse entre la competencia ya no es solo venderse en imagen (grafico) si no de manera filosófica y cultural que maneja cada empresa de acuerdo a su ideología, y esto ayuda a que sea reconocida y pueda expresarse con libertad.