

PRE-OWNED

Promover el consumo de moda sostenible a través de la marca Pre - Owned para un grupo específico de mujeres en Cali.

Diseño Centrado en el Usuario (DCU) / Closet Consciente

Esta metodología sigue cinco pasos secuenciales: investigación de usuarios, análisis de datos para definir estilos, creación de prototipos, validación con pruebas de usuarios y finalmente implementación con análisis de resultados.



Diseño de Experiencia para la marca de moda sostenible: Pre Owned

NAMING:

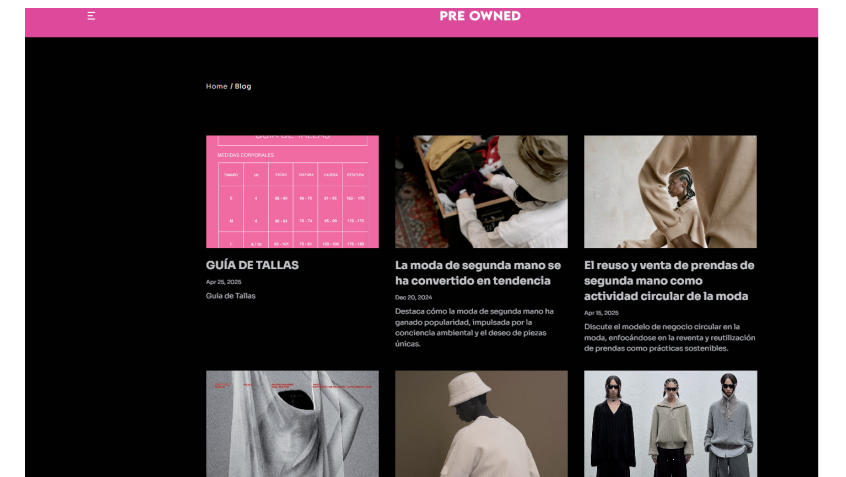
SISTEMA PRODUCTO / PUNTO FÍSICO

DIGITAL

PRE-OWNED



- Embalajes, postales, tarjetas de fidelización, etiqueta.



- Pagina Web



- Punto físico:
- Probador experiencial
- Frases alusivas a la moda sostenible
- Categorías de productos
- Material POP

DIFUSIÓN



- Redes Sociales:
- TikTok
- Instagram
- Localización (Google Maps)

“Pre” prefijo que indica anterioridad y sugiere una historia previa.

“Owned” participio del verbo poseer, implica cuidado y responsabilidad.

Rosado: Refleja femineidad, comunica que la moda circular puede ser contemporánea, vibrante y es disruptivo.

Hanna Haeusler Posada

Diseño de Identidad Corporativa y Marca &
Diseño de Embalajes

Director de Proyecto: Faynori Mora

Diseño de Comunicación Visual