INTRO

LA ALQUIMIA DEL DISEÑO:

TRANSFORMANDO CONSUMIDORES EN FIELES SEGUIDORES

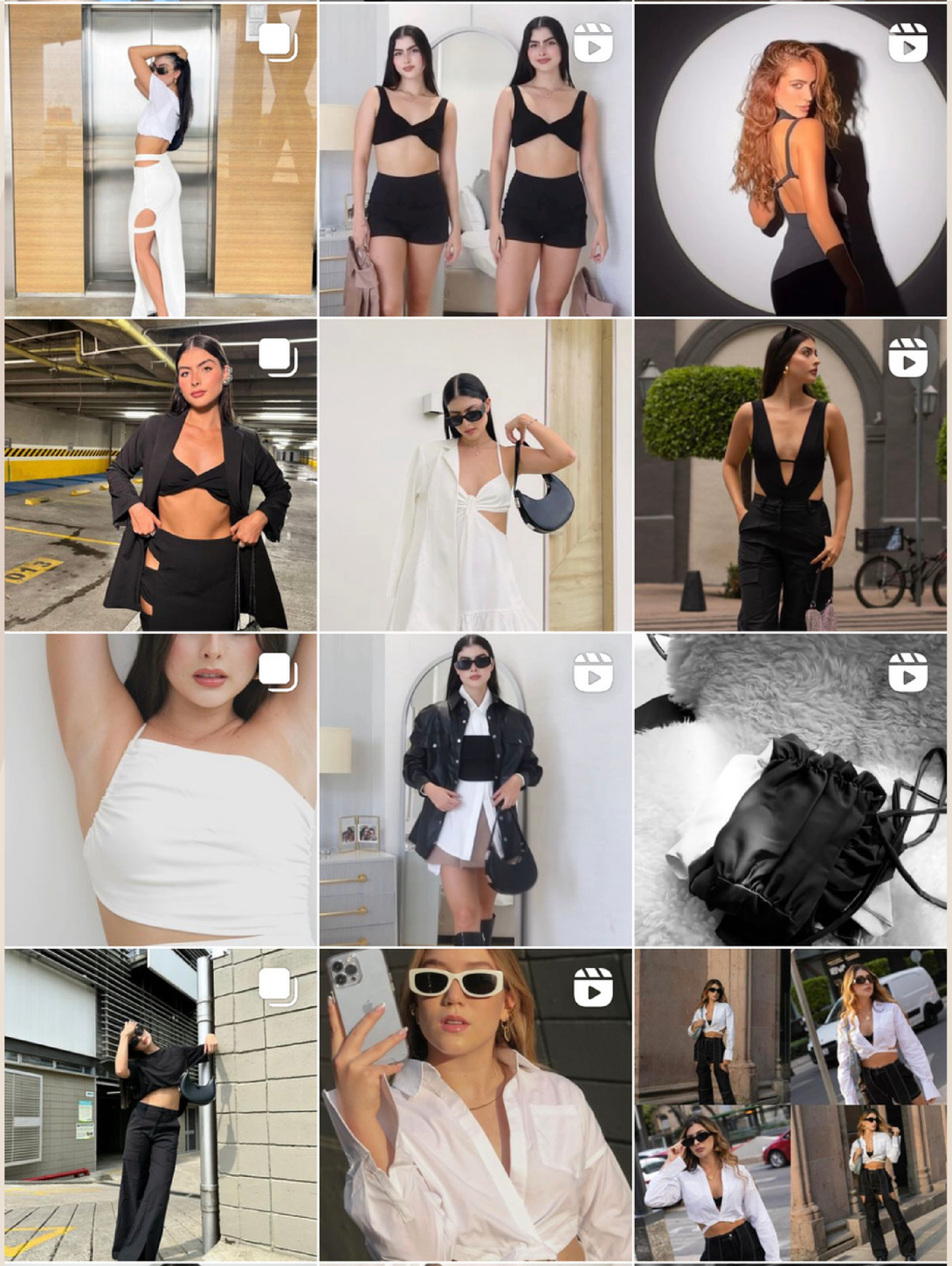
CASO DE ESTUDIO: TERS

Manuela Giraldo Duque
Enfasís empaques
Complementaria Mercadeo

Asesora
Andrea Gómez

Proyecto Avanzado en Diseño
Comunicación Visual

Pontificia Universidad
Javeriana Cali
2023-2



@TERSAPPAREL

WWW.TERSAPPAREL.COM

Diseño de **experiencia** de marca en punto de venta físico para potenciar ***vínculos emocionales*** con el consumidor y conservar la atención del público en una marca digital con crecimiento exponencial.

General

Desarrollar una estrategia por medio del diseño de comunicación visual y experiencial que afiance los vínculos emocionales entre la marca Ters y su público objetivo, enfocada en la fidelidad de los clientes y la conexión emocional en la apertura de su nuevo punto de venta físico.

Específico

- **Conocer** la percepción del mercado en la experiencia de compra de una tienda virtual de moda.
- **Identificar** los factores del diseño de experiencia que tienen un mayor impacto en la creación de vínculos emocionales sólidos y duraderos con los consumidores.
- **Diseñar** un sistema de comunicación visual y estratégico para mejorar la experiencia de marca, enfocado al nuevo punto de venta físico.

Diseño centrado en el usuario

“la Experiencia del Cliente abarca todos los aspectos de la oferta de una empresa. Esto incluye desde la calidad del servicio de atención al cliente hasta la publicidad, el embalaje, las características del producto y el servicio, así como la facilidad de uso y la fiabilidad”.

Meyer y Schwager (2007)

Diseño de experencia

“La interacción constante fomenta la confianza a través del reconocimiento de la marca, por lo que es fundamental asegurarse de que esta interacción sea memorable y significativa en todo momento”.

(Oporta et al., 2018).

Diseño emocional

“una marca exitosa desde el diseño de la emoción debe ofrecer una experiencia única que cree vínculos emocionales sólidos, en el que deben estar presentes elementos como: aromas, iluminación, interacción con el cliente y la disposición en el punto de venta para que cumpla con su objetivo”.

(Keller, 2020).

UCD + Design Thinking.

1. Empatizar y Definir

Benchmarking
Mapa de actores
Costumer journey
Encuesta
Requerimientos de diseño

2. Idear

Brainstorming
Moodboard
Definición sistema de producto



3. Prototipar

Asesoría expertos
Renderización
Ajustes

4. Prueba

Validación del producto.
Feedback.

Aspecto	Aplicación a Ters	Benchmarking
Diseño interior	Inspirado en el minimalismo y la audacia, el diseño de los espacios de "TERS" presenta mobiliario minimalista y elegante con toques atrevidos de diseño. Utilizamos colores neutros y elementos de madera que reflejan nuestra identidad de marca sobria y vanguardista.	Inspirado por Cult Gaia.
Música	Creamos listas de reproducción que combinan música relajante con toques de música contemporánea, generando una atmósfera acogedora y moderna en nuestras tiendas.	Inspirado por Pandora.
Elementos visuales	Incorporamos elementos visuales que resaltan la singularidad de "TERS." Pantallas con imágenes inspiradoras de nuestros productos y detalles de diseño llamativos en todo el espacio crean una experiencia visual atractiva.	Inspirado por Jacquemus.
Atención personalizada	Nuestro personal de ventas está capacitado para brindar asesoramiento personalizado a los clientes, adaptándose a sus necesidades y preferencias, garantizando una experiencia de compra única.	Inspirado por Starbucks.
Sensorial gusto	Ofrecemos degustaciones de nuestros productos, como chocolate o galleteria gourmet, que complementan la experiencia y permiten a los clientes explorar nuevos sabores mientras compran.	Inspirado por Hotel 23
Narrativa	Comunicamos la historia de "TERS" a través de materiales de branding y mensajes que resaltan nuestros valores de autenticidad y elegancia. Destacamos lo que nos hace únicos en la industria.	Inspirado por "Jacquemus."
Sostenibilidad	Utilizamos materiales de construcción eco amigables y promovemos activamente productos sostenibles. Comunicamos nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social en toda la tienda.	Inspirado por Cult Gaia y Baobab.
Tecnología	Implementamos probadores virtuales que permiten a los clientes ver cómo lucen nuestros productos antes de comprar, ofreciendo una experiencia de compra interactiva y conveniente.	Inspirado por Tommy

Moodboard & Brainstorming



Señalética:
(marca + usuario + espacio)

-Señales y simbolos que brInda instrucciones sobre cómo debe accionar un individuo en un espacio físico.

Arquigrafía:
(marca + espacio + usuario + experiencia)

- Identidad de marca llevada al espacio físico
-Paletas de color
-Logos
-Texturas
-Diseño

Material POP:
(marca + producto + precio)

-Método de comunicación en punto de venta que busca motivar la compra del consumidor o reconocimiento de la marca.

DISEÑO DE EXPERIENCIA

Servicios
Comodidades
Herramientas tecnológicas
Tono de voz
Empaques

“Creemos que cada mujer tiene su propio estilo único y queremos ayudarlas a descubrirlo. Creemos en la conexión entre libertad, fuerza y estilo, siendo estos los pilares de la independencia femenina”

Logo

TERS

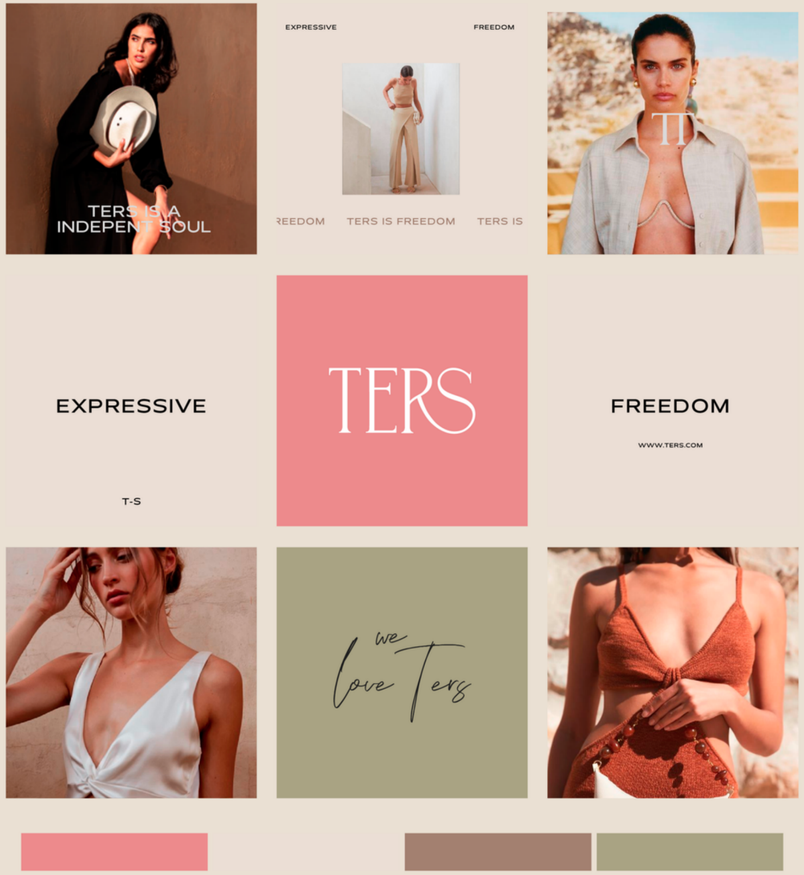
Isotipo

TT

Tipografía

MATTONE
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t
u v w x y z

Frank
A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z



Personalidad de Ters

- fresca
  - auténticas
  - estilo único
- amigable
  - experimentar estilos y tendencias
  - arriesgada y sofisticada
- Femenina
  - independencia femenina
- elegante
- joven
  - libertad, fuerza y estilo
  - nuevas experiencias

Sensaciones



-Se siente con estilo / Visualmente estético.
Elementos en tendencia.

-Sabe a chocolate y fresas / Atención cálida, cercana.
Servicio más personalizado.
Ofrecer aperitivos o bebidas.
Es una marca que busca ser especial.

-Se ve estetico y limpio

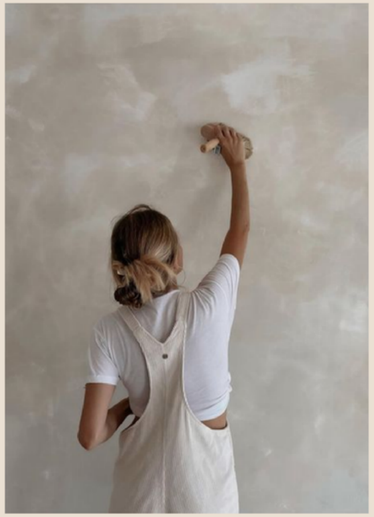
-**Suena como retro house** / Decoración de estética retro.
Música ambiental relajante.

-Huele a flores de Gardenia / Olor presente en la tienda y prendas.

Experto: Albor

Proyecto Avanzado DCV

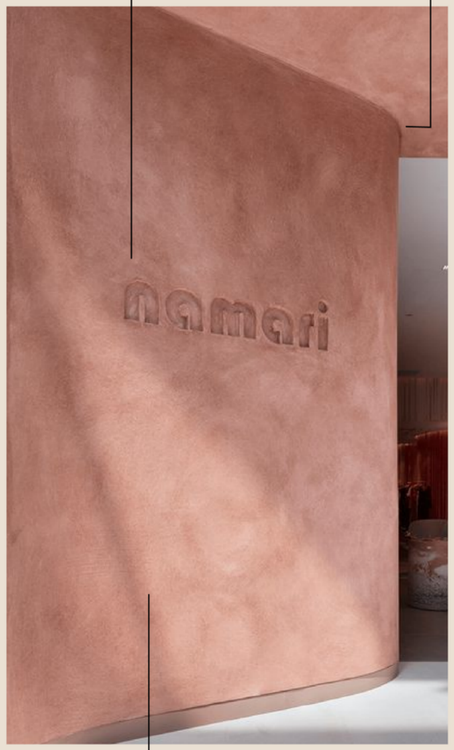




Acabados paredes y pisos
Microcemento dos acabados

Referencia entrada:
Logo grabado en bajo relieve

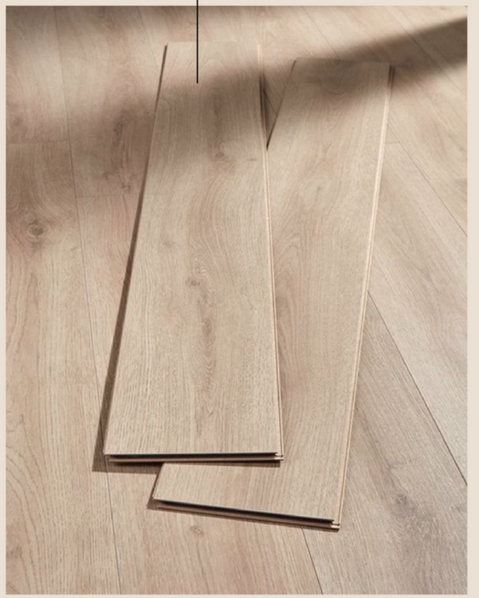
Esquinas redondeadas



Textura acabado wash



Piso de piezas
Madera SPC (Roble Francés)



AUTÉNTICO
SOFISTICADO
FRESCO

Experto: Albor

Proyecto Avanzado DCV

Detalles en color
plata cromado









Counter en mármol exótico

Mobiliario retro
máximalista







Espejos en formas
orgánicas sin marco









Experto: Albor

Iluminación

Proyecto Avanzado DCV

Iluminación indirecta cálida.
Spots de luz hacia racks fría.

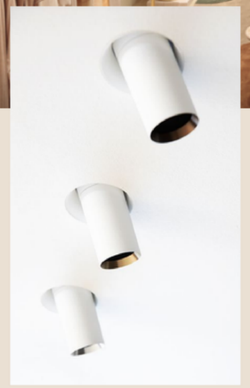
















Combinación luz cálida y fría.
Ambiente natural y moderno.
Minimalista.


TERS


TERS


TERS






TERS

SEÑALÉTICA

Orienta la experiencia del cliente en el espacio, **mejora la experiencia del cliente, impulsa las ventas y reflejar la identidad de la marca, al mismo tiempo que cumplen funciones operativas y de seguridad.**

Orientar a secciones específicas.

Reducir la sensación de confusión.

Destacar Ofertas y Promociones.

Crear una Experiencia Temática.

Reflejar la identidad de marca.

Promover Interacciones Digitales.


CAJA


ÚLTIMA COLECCIÓN


TERS

TT

EXPERIENCIA



DE COMPRA

TERS

MARCA OLFATIVA

Flores, vainilla y y frescura, a eso huele Ters. Una esencia única para que nos recuerdes.

Fortalece la identidad de marca

Experiencia sensorial

Diferenciación

Estimular la memoria y reconocimient de la marca

Generar asociaciones positivas


Spray
TERS
you smell like
love mixed with
flowerts

BEBIDAS

Queremos que tengas la mejor experiencia y activar el sentido del gusto para refrescarte es indispensable para nosotros, nuestra soda saborizada Ters, el acompañante ideal para tu dia de compras.

Generar comodidad y hospitalidad.

Fomentar un ambiente de lujo y servicio personalizado.

Fomentar la fidelidad del cliente.

Generar oportunidades de interacción y servicio al cliente.

Reflejar los valores de la marca.

TERS

AGUA PURIFICADA

250 ML

La hidratación es la clave para una piel radiante, mantener la energía y el rendimiento físico y mental. Recuerda tomar minimo 2 litros de agua al dia para y mantente fresco en todo momento. No hay nada mas trendy que cuidar nuestra salud!

@TERSAPPAREL

WWW.TERSAPPAREL.COM



PERSONAL SHOPPER

¿Deseas una experiencia de compra aún más personalizada? Agenda cita con uno de nuestros personal shoppers y permítete conocerte.

Satisfacer las necesidades del cliente.

Mejorar la experiencia de compra.

Aumentar las ventas.

Fomentar la lealtad del cliente.

Maximizar la eficiencia.

Promover servicios adicionales.

TERS

ASESORÍA DE IMAGEN



"La belleza comienza con la decisición de ser uno mismo, y para ello, el primer paso es conocernos".

EXPERTO: TATTI LAVERDE

NOMBRE: _____

1 MORFOLOGÍA



Rectangular

Triangulo invertido

Reloj de arena



Triangulo



Ovalo

2 COLORIMETRÍA



Colores Fríos

Colores Cálidos

RECOMENDACIONES

TARJETA DE REGALO

Si estás en búsqueda de sorprender a una persona especial con un detalle Ters y no te arriesgas a esocoger la prenda, lleva nuestra tarjeta de regalo y regala una experiencia inolvidable.

Facilitar la elección de regalos.

Aumenta las ventas y la lealtad del cliente.

Amplia la base de clientes.

Reducir devoluciones y cambios.

Ahorrar tiempo.

Aumentar las ventas de temporada.


TERS
TERS
THIS IS A GIFT FOR YOU
Este detalle fue hecho pensando en ti. Disfruta de un momento inolvidable
eligiendo tus piezas favoritas de Ters que te hagan sentir hermosa y única.
¡Disfruta de tu día de compras y siéntete tan especial como eres!
PARA:
DE:


A gift for you
TT


TERS
TT
THIS IS A GIFT FOR YOU
Este detalle fue hecho pensando en ti. Disfruta de un momento inolvidable
eligiendo tus piezas favoritas de Ters que te hagan sentir hermosa y única.
¡Disfruta de tu día de compras y siéntete tan especial como eres!
PARA:
DE:

QR INTERACTIVO

Queremos que te enamores de nuestras prendas antes de medirtelas. Con nuestro nuevo sistema de visualización por QR podrás ver como luce la prenda en la que estás interesada.

Facilitar visualización.

Mejorar toma de decisiones.

Aumentar venta cruzada.

Conectar con el cliente.

Experiencia interactiva con producto.


@TERSAPPAREL
WWW.TERSAPPAREL.COM
TERS
escanea el QR y descubre
como se ve esta prenda
@TERSAPPAREL
WWW.TERSAPPAREL.COM


AA
insightlab.my.canva.site
escanea el QR y descubre
como se ve esta prenda
@TERSAPPAREL
WWW.TERSAPPAREL.COM

DETALLES DE EMPAQUE

Nuestro empaque es exquisito, contamos con varios tamaños de bolsas de lujo y sobres de regalo, además, cubrepolvo, tarjeta de regalo y tarjetas de agradecimiento.

Aumentar la percepción de calidad.

Facilitar presentación de regalos.

Motivar prosumers.

Personalizar experiencia de compra.

Potencia la identidad visual.


TERS
@TERSAPPAREL
WWW.TERSAPPAREL.COM


Siempre
TIENES LAS PALABRAS
CORRECTAS
TERS


Estás
REFINIENDO EL NEGOCIO
COMO DE COSTUMBRE.
Tu
ENERGIA ES LA MÁS
ESPECIAL DEL LUGAR
Creíste
EN TI Y DEMOSTRASTÉ
QUE ERES CAPAZ.
Cuando
TE ENFOCAS EN LO
BUENO, LO BUENO
AUMENTA
Siempre
TIENES LAS PALABRAS
CORRECTAS
Tu
ENERGIA ES LA MÁS
ESPECIAL DEL LUGAR
Tu
AMOR INCONDICIONAL ES EL
MEJOR REGALO QUE DAS.

MATERIAL POP

Buscamos conectar con nuestros clientes con cada punto de contacto posible, a través de material POP fomentamos la interacción con la marca y productos.

Atraer la Atención.

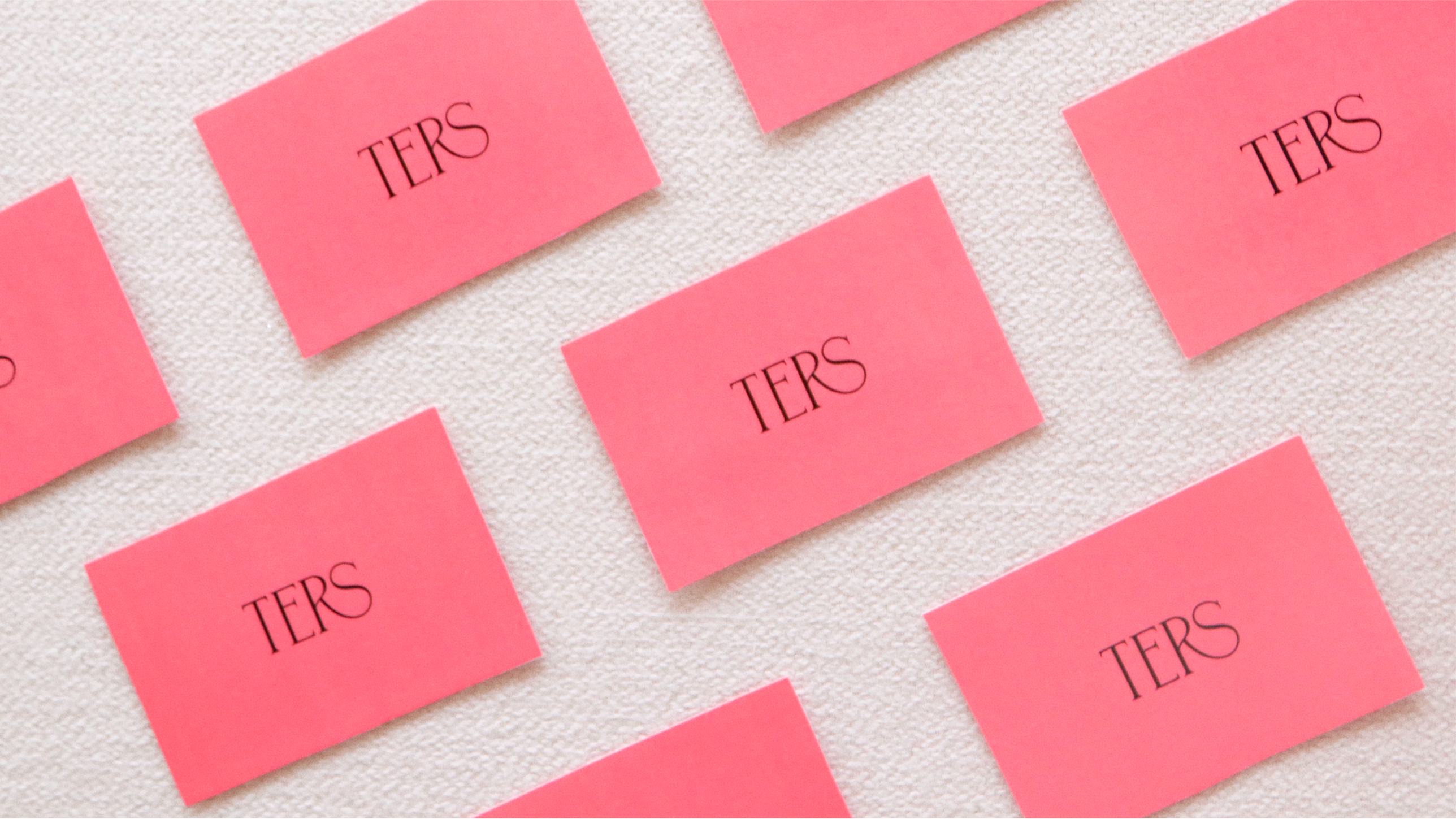
Comunicar Estilo y Tendencias.

Promover Ofertas y Descuentos.

Reforzar la conexión emocional con los clientes a través de la consistencia de la marca.

Presentar Colecciones Especiales.


TERS
Cra 9 #11 - 10
C.C Aristi local 323
(+57) 317 361 6713
tersapparel@gmail.com


TERS
TERS
TERS
TERS
TERS


NUEVO!

TERS

HAZ TU PROPIA

Mascarilla Facial

Nuestra relación más importante es la que tenemos con nosotras mismas, dedicate tiempo y cuida de ti misma.

Modo de uso: Coloca la mascarilla comprimida en la mezcla líquida de productos naturales que desarrollaste (puedes usar: miel, agua de rosas, leche, etc), una vez se expanda dejalo en el rostro entre 15-20 minutos. Enjuaga con abundante agua.

TT







TERS

HAZ TU PROPIA

Mascarilla Facial

Nuestra relación más importante es la que tenemos con nosotras mismas, dedicate tiempo y cuida de ti misma.

Modo de uso: Coloca la mascarilla comprimida en la mezcla líquida de productos naturales que desarrollaste (puedes usar: miel, agua de rosas, leche, etc), una vez se expanda dejalo en el rostro entre 15-20 minutos. Enjuaga con abundante agua.

TT


VAST
a chocolate world
made in colombia / made in colombia /
TERS
Contenido Neto: 80g.

GRACIAS