

Alicia

Plaza

Pardo



Gestión del diseño

The converse challenge

PEC 2

Grado de diseño y Creaciones digitales



Situación de la marca

Artículo principal

Deportivas

Target

Urbano y deportivo

Foco

Gen-Z

Estrategia

Compartir foto en redes sociales y crear una comunidad

¿Qué consiguen?

Dar voz a los consumidores y que hablen de su marca

Necesidades

Experiencia completa
Valores

¿Cuál?

Sostenibilidad
Inmediatez

¿Cómo diferenciarse de la competencia?

Proyecto innovador adaptado a las necesidades del público objetivo.

Converse by your side

Propuesta conservadora

Concepto

Grabar un anuncio televisivo, que se emita igualmente en las redes sociales, presentando la historia de la marca desde sus inicios y protagonizado por personajes conocidos en el mundo del deporte.

El concepto sería que se trata de unas zapatillas que no entienden de tiempo. Desde el tiempo de nuestros abuelos, padres, nosotros y nuestros hijos, ahí siguen. Son los zapatos que nos acompañan en cada momento importante, los que hacen posible nuevos comienzos, los que crea ilusiones, los zapatos que te acompañan.

Benefit Statement

Crea emoción al consumidor

Seguridad por la calidad del producto, debido a su durabilidad

Confianza al ser protagonizado por un personaje público

Viabilidad

Al ser un proyecto relativamente sencillo, es muy viable. La realización de un vídeo, contratación de un personaje público relacionado con el deporte y transmisión televisiva y por medios sociales.

Posible modelo



Live Converse

Propuesta continuista

Concepto

Organizar un Pop Up en las principales ciudades e invitar a influencias conocidas localmente para atraer de forma masiva al público seguidor. Previamente, se anunciaría mediante las Redes sociales la existencia de este evento para crear publicidad y animar al público a unirse. Este proyecto conllevaría una estrategia de Marketing tanto pre-evento como post-evento ya que los participantes podrían compartir su experiencia mediante un hashtag: #liveconverse.

Benefit Statement

Aporta una experiencia innovadora
Conocer a un personaje que admiren
Compra física en su ciudad
Marketing a través de las redes sociales tanto antes del evento, como después.

Viabilidad

La viabilidad de este proyecto es muy posible ya que en otras ocasiones se han realizado proyectos con Pop Ups y también se ha trabajado con influencias del mundo deporte. Las estrategias en redes sociales mediante Hashtags resultan exitosas y no son difíciles de establecer.

Posible modelo



Converse Now

Propuesta innovadora y disruptiva

Concepto

Converse Now es una propuesta de aplicación móvil donde el usuario se pueda probar las prendas de manera virtual, comprarlo y recibirlo en cuestión de minutos.

En ocasiones, visualizar las prendas puestas en un modelo, no resultan tal como lo imaginábamos en nosotros mismos. Para paliar con este problema, podemos incorporar la realidad virtual y de esta manera poder vernos con el artículo sin tener que movilizarnos específicamente a la tienda física. Esta posibilidad evita devoluciones y anima al posible comprador a decidirse.

Como hemos podido comprobar, una característica de la generación Z es su preferencia o mejor dicho necesidad por querer obtener las cosas en el momento. La solución a este inconveniente, sería la posibilidad de la App de llevar las compras realizadas a casa en ese preciso instante. Estos servicios lo utilizan aplicaciones tan exitosas como Glovo o Just Eat, y en un mundo tan estético en el que vivimos, las tendencias no quieren esperar.

Los servicios no se quedarían ahí, con la función de probarse la prenda de manera virtual, la App te recomienda qué prendas te conjuntan con el artículo que le interesa al usuario. De esta forma, se promueve la venta de artículos que a día de hoy no tienen mucho éxito en esta marca.

Esta experiencia anima a los posibles compradores a entretenerse combinando outfits, a probarse prendas, conocer novedades y obtener sus compras a los pocos minutos, creando una experiencia totalmente nueva y adaptada a la generación Z y sus necesidades.

Para cumplir con los valores que busca este target, tanto el transporte como el packaging se realizarán de forma sostenible.

Benefit Statement

Seguridad en su compra
Adquisición prácticamente instantánea
Posibilidad de crear outfits completos
Experiencia novedosa y adaptada a la generación Z .
Fusión entre experiencia física y digital.

Viabilidad

Este proyecto es innovador pero posible mediante el desarrollo de una App eficiente.

Posible modelo



Solución a trabajar

Converse Now

Argumentación

Es la más idónea porque es la que ofrece una experiencia más completa. Cumple con la forma preferente de consumo de la generación Z y se adapta completamente a las nuevas tendencias. Se trata de una experiencia innovadora y personalizada, en la que se impresiona de manera positiva al consumidor, cumple con los valores que buscan y adquieren la consumición rápidamente.

En este proyecto, se une el sector retail y el físico. De esta manera se obtienen las ventajas del consumo físico (probarse las zapatillas, mirar outfits completos, inmediatez...) con las ventajas de lo digital (sin desplazamiento, comodidad con la realidad aumentada, ahorrar tiempo...).

Al contar con la App móvil, se da un trato totalmente personalizado, centrado en el usuario y enfocado a crear la mejor experiencia. Se logra conectar con los posibles clientes sugiriéndoles artículos según sus preferencias. Están acostumbrados a utilizar este tipo de plataformas digitales y les resulta un proceso cómodo y sencillo.

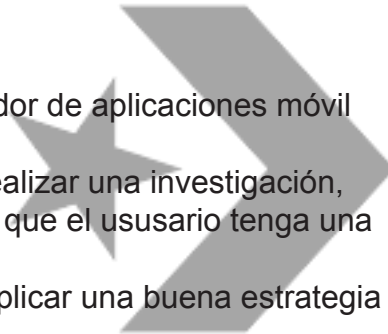
Perfiles / Método de trabajo

Perfiles profesionales necesarios

El primer perfil profesional necesario es un desarrollador de aplicaciones móvil para poder crear la aplicación.

Un diseñador de experiencia de usuario para poder realizar una investigación, prototipado, testeo... sobre las mejores maneras para que el ususario tenga una buena experiencia.

Un experto en marketing será necesario para poder aplicar una buena estrategia y analizar los datos.



Modelo de trabajo

No me ha resultado sencillo decidirme por un modelo de trabajo ya que hay varios que me resultan interesantes y tienen muchas ventajas como el modelo en cascada, que permite dar pasos claros y encaminados y llevar un buen control de los tiempos.

Sin embargo, para este proyecto considero que la mejor opción es aplicar el método Ágil junto con el método Scrum.

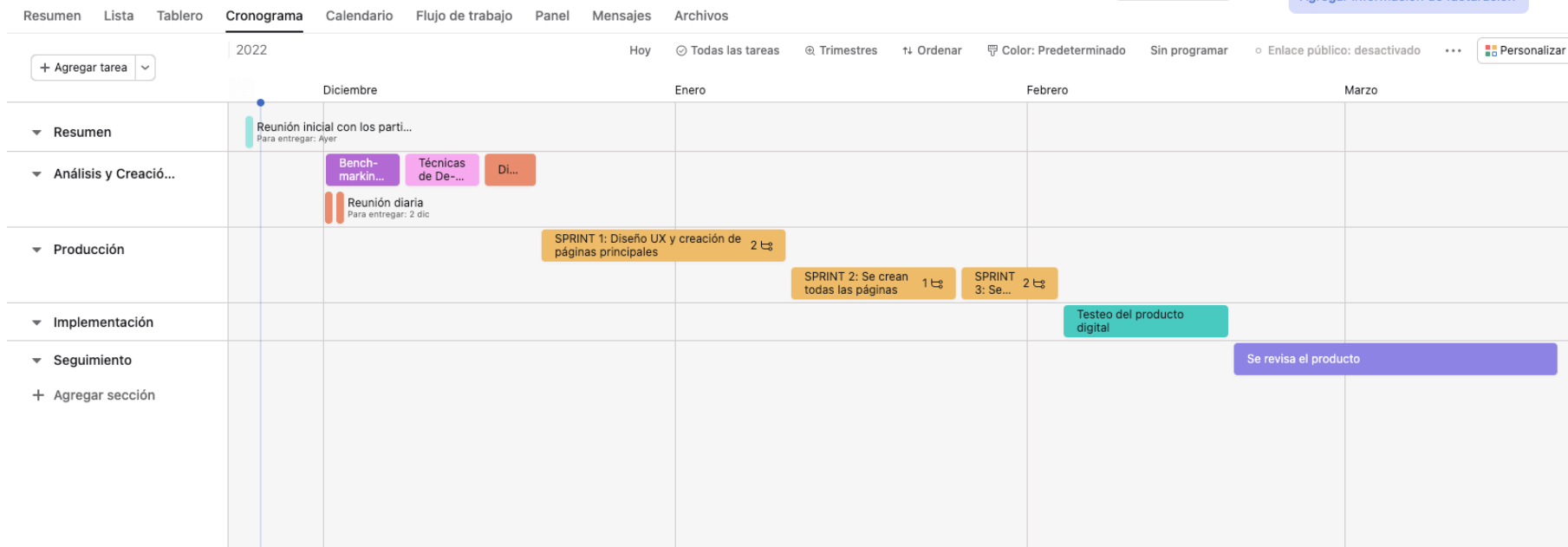
Este método ofrece una flexibilidad que no existe en el método Cascada, por lo que permite revisar las tareas, modificarlas si es necesario y adaptarse a los imprevistos.

Con el desarrollo del software, las reuniones diarias y comunicación entre todas las partes que componen el equipo de proyecto, se puede lograr exitosamente y a tiempo. El trabajo se completará de manera más eficiente y se producirá una mejora continua.

Cronograma

Enlace al cronograma:

<https://app.asana.com/share/uoc/planificacion-de-eventos/946429991738625/73e-9d3bcf187f314ddf2c42cb769350c>



Bibliografía

Recursos de aprendizaje Asignatura Gestión del diseño:

Designers, think big!

La estrategia del diseño

Marco de actuación profesional del diseñador/a

El diseño estratégico y la importancia de la investigación del usuario

La gestión del diseño

El proceso de diseño

Diseño estratégico: guía metodológica

Libro: Sergio Salvador De Pietro. Diseñar hoy: visión y gestión estratégica del diseño. Buenos Aires: Nobuk

Roles del diseñador

Software utilizado:

Adobe Indesign

Asana

