

ASÍ ES COMO SE DISEÑA EL CONCEPTO DE UN ESPACIO COMERCIAL.

DIANA PLASCENCIA



DEJA TÚ LO BONITO,

LO ESTRATÉGICO

!!!

¡Ojo! El Diseño suele ser muy subjetivo, si solo lo centras en que sea estéticamente aceptable o “bonito” **y eso lo vuelve complejo y difícil de fundamentar...** un me gusta... o no me gusta, **no es suficiente para generar una conexión** entre un producto o un servicio y un cliente.

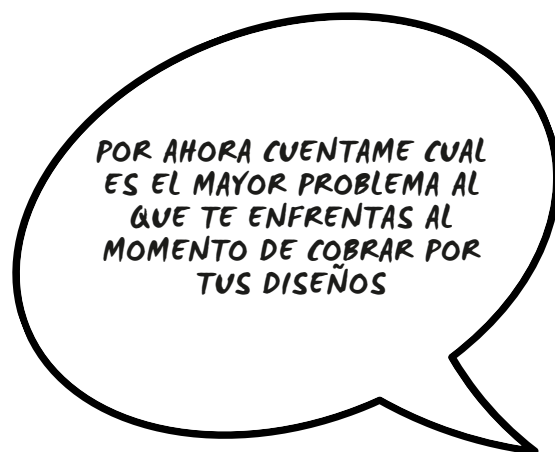
En este documento te voy a compartir el Secreto detrás del PASO 1 de mi *Checkmark Creativo* para que lo pongas en marcha y aprendas a desarrollar Diseños con un montón de estrategias que nunca se te hubieran ocurrido si no siguieras los puntos que te compartiré a continuación...

Recuerda, lo que impacta NO es la estética, es todo lo que hay detrás de esa estética de diseño.

¡Sigue estos pasos y aprende a fundamentar tu proceso creativo!

EL MAYOR PROBLEMA DE VENDER DISEÑO...

Seguramente crees que es que los clientes no valoran el diseño... el Día 1 de Retail ON te daré la solución a ello...



TAMBIÉN PASE POR AHÍ...



No tenía idea por donde empezar a abrirme camino...

Invertí tiempo en proyectos que no me generaban ingresos...

Regale mi diseño para demostrar mi talento y ser elegida...

Competía por precio porque no tenía más herramientas para demostrar mi valor...

Empecé a creer que era imposible vivir del diseño...

Hasta que comencé a enfocarme en hacer que mi cliente entendiera el valor del diseño estratégico...

TARDE 15 AÑOS EN PERFECCIONAR UN MÉTODO QUE ME PERMITIERA:

- Diseñar conceptos con un fundamento estratégico para la Marca...
- Cobrar más por mis diseños... entendí que el **verdadero valor está en el diseño** que soluciona temas de operación, exhibición, flujo, activación de zonas etc... *¡Creando Estrategias tangibles para el cliente!*
- Ahorrar tiempo, al tener estructura y claridad con lo que hay que hacer.

Da igual si estás diseñando una peluquería, cafetería, gimnasio ó una tienda de abarrotres... estos **10 puntos** de mi análisis te sirven para **cualquier** tipo de **proyecto de Retail!**

Este Sistema lo he usado con todas las marcas que he trabajado, lo he perfeccionado con el paso de los años...

Justo en este momento estoy desarrollando 5 conceptos diferentes nichos;

- Uniformes Médicos
- Gorras
- Calzado
- Showrooms
- Cosméticos

y utilizó los mismos 3 pasos que te voy a compartir durante el Retail CAMP... aquí te dejo el calendario.

INTRO.



SIN MÁS PREAMBULOS...

Te comparto a continuación parte de la metodología que descubrirás durante el entrenamiento en VIVO... esto sólo es una probadita para que descubras las mejores formas de Diseñar Espacios Comerciales y...
VIVIR DEL DISEÑO.

LA CREATIVIDAD NO NACE, SE CREA.



PASO 1. EL ANÁLISIS

parece obvio... **pero créeme, no lo es** y aquí te lo cuento...

Un diseñador o arquitecto generalista suele captar su atención en elementos evidentes que le permitan dar soluciones funcionales ó estéticas sin involucrar todos los aspectos que te compartiré en este documento...

Un programa arquitectónico o una entrevista con las necesidades del cliente NO son suficientes para desarrollar un Diseño Estratégico,

es más, muchas veces considerar solo estos 2 aspectos pueden confundirte y alejar el resultado de un concepto diferenciador y potente.

Desarrollar un **análisis cualitativo de la Marca** te ayudará a centrarte en los requerimientos reales del proyecto, **sin inventar**, sin inspirarte en ideas aleatorias o de moda, **sin dudas** en cada paso que das.

COMENCEMOS A ANALIZAR EL ESPACIO COMERCIAL CON ESTOS 10 ELEMENTOS A INVESTIGAR.

Integra estos 10 elementos en tu proceso de investigación y análisis, para obtener un mejor resultado, ¡acá te explico un poco, para que te sirva cada uno de estos puntos!...

allá vamos...



Esta sesión, sirve para conocer las **necesidades del cliente**, el *contexto* de la marca y todo aquello que requieras preguntar para aprovechar al máximo el *know how* del cliente.

Regularmente envió un briefing (*cuestionario personalizado al cliente*) para hacer más ágil la sesión y tener claro la información que necesito.

Pero si quieres aprender como seducir realmente a tu cliente, no puedes perderte el Retail CAMP.

La sesión de Kickoff puede ser presencial ó virtual... siempre se generará una vez que la negociación ha sido cerrada, no antes....



Local Prada, la Perla. Diseño Arq. Diana Plascencia

2.EL LOCAL

No se trata sólo de rectificar medidas y tomar fotos...
hay que analizar elementos que te den pistas para **conectar**
con el usuario final que llegará a esta ubicación...

Como por ejemplo: contexto espacial, flujo peatonal, visuales importantes, fortalezas y debilidades del local etc.



3. EL ADN MARCA

Esta información nos sirve para alinear el concepto al tono y voz de la marca, de modo que podamos potenciar la comunicación y generar **coherencia en nuestras decisiones.**

La verdad muchas veces las marcas no cuentan con esta información (*pero dentro de mi Workshop RetailMAP te explico exactamente que hacer y cómo para poder descodificar y aterrizar*).



4.EDO ACTUAL



Estado actual de una tienda de ropa, con la que actualmente estamos trabajando en Mosfera.

Analizar los **criterios actuales** en cada una de las disciplinas que existen dentro de un espacio comercial; función, exhibición, mobiliario, ambientación, recorrido, iluminación, aspecto y muchas mas...

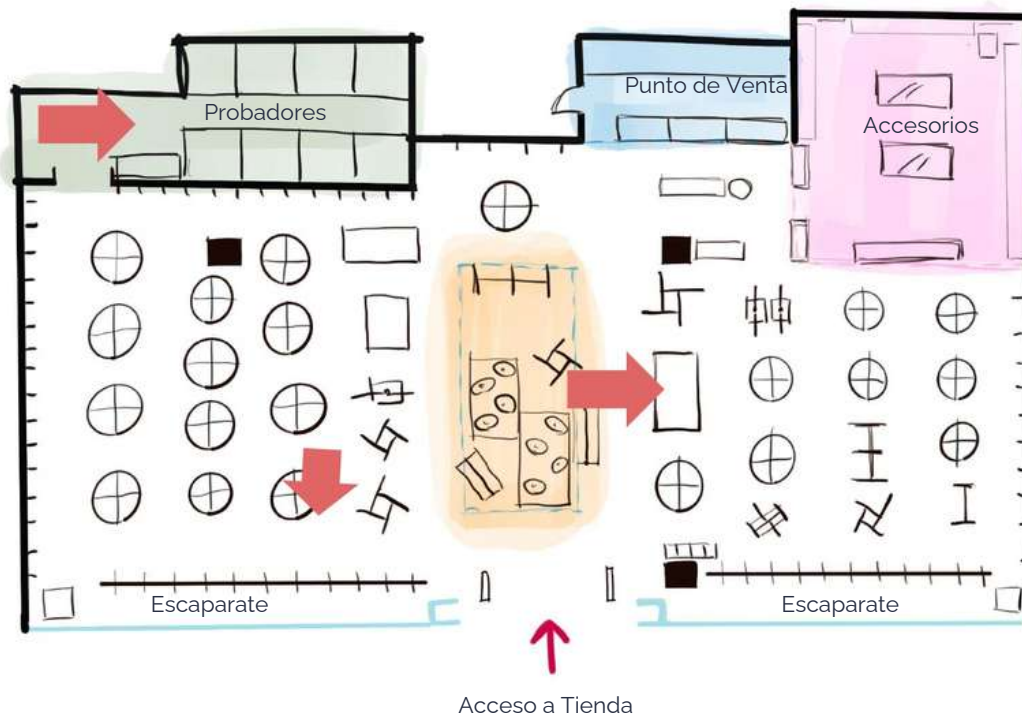
¿Qué venden, cómo lo venden, cuáles con los productos de mayor y menor rotación... categorías, multimarcas, generos , incluso evaluar características físicas de cada producto.

5. OPERATIVA ACTUAL

Entender el programa arquitectónico actual del espacio...que zonas son indispensables que existan para la operatividad del negocio...¡luego pensaremos cómo mejorarlas o crear experiencias alrededor de ellas!

En mi workshop Retail MAP te comparto el briefing personalizado que diseñe para extraer toda esta información relevante para la toma de decisión de nuestras ideas de

o



Layout Estado Actual de una tienda de Ropa, antes de nuestra intervención

6.EL CLIENTE



Quién es, cómo es, que le gusta, como es su estilo de vida, para poder situar tu diseño en el contexto de este cliente ideal, lo mas importante es tomar desiciones **basadas en el cliente final...** al que la marca quiere **seducir y vender.**

7.LA COMPETENCIA



Voltea a ver lo que hace la competencia NO PARA COPIAR, sino para **mejorar**, sólo así podrás **eleva**r la **experiencia** y diferenciarte...

En Retail Camp te enseño como crear una conexión emocional que resuene con el usuario final... para que dejes de copiarle a la competencia.





8. BENCHMARK

Evaluar mejores prácticas del mismo giro ayuda a generar buenas ideas, siempre y cuando no pierdas de vista el ecosistema de la marca...

Es en este punto donde puedes voltear a ver Pinterest u otro motor de inspiración... este es sólo 1 de los 10 puntos mencionados...

¡Ahora entiendes que este punto, se vuelve poco relevante cuando analizas todo lo demás!...

16

ASI ES COMO SE GENERA UN ESPACIO COMERCIAL
DE PRINCIPIO A FIN | @DIANARETAILDESIGN

09. TOP SECRET

Este punto te lo comparto en una de las sesiones del Retail CAMP así que no te pierdas ninguna, podrás aplicarlo para adquirir experiencia prácticamente en cualquier nicho o giro de mercado.

En unos días podrás acceder a una gran sorpresa que tenemos preparada para ti, para que puedas iniciarte como Retail Designer.

En unos días te compartire como acceder a este workshop

10. TENDENCIAS DISEÑO



...y de consumo. Puedes tomarlas para darle un impulso extra a tu propuesta, fundamentándola mejor y creando un mayor impacto...

En mi workshop te enseño como aplicarlas porque mucho OJO...

no todas las tendencias son para todos los proyectos...deberás seleccionar sólo aquellas que se alinean a la marca que estas desarrollando.

Tendencia de Diseño “Futurismo Sereno” inspirada en elementos naturales y artificiales futuristas que generan la sensación de escapismo a un lugar imaginado.



Estos 9 puntos a considerar te ayudarán a tener un marco completo de contexto para tomar las mejores decisiones al diseñar pero debes saber que...

ESTO NO TERMINA AQUÍ...

*Si verdaderamente quieres ser un crack del diseño, mejorar tu metodología de trabajo, comenzar a aterrizar ideas más creativas... y auténticamente ¡vivir del diseño! no te pierdas mi entrenamiento gratuito **la metodología que he aplicado a cientos de proyectos**. Te compartiré ejemplos de proyectos reales, como lo hago, como lo vendo al cliente e incluso como lo presento...*

El jueves 15 de Agosto 2024 te voy a revelar una gran sorpresa que tengo para ti, para ser parte de una edición especial mi curso ABC del Retail Design... **por ahora disfruta de tooodo el contenido gratuito que estare compartiendo contigo durante el Retail CAMP**

EN RESUMEN, ATIENDE ESTE CHECKLIST:

- ☐ Kick Off
- ☐ El Local
- ☐ El ADN de la Marca
- ☐ El cliente
- ☐ Operativa Actual
- ☐ El cliente
- ☐ La competencia
- ☐ El Benchmark
- ☐ Las tendencias de diseño
- ☐ Tendencias de Diseño
- ☐ El cliente

Cada uno de estos elementos, tienen un porqué y un para qué dentro de nuestra investigación...

¡¡¡Pon mucha atención, en breve te revelaré una gran oportunidad para que descubras toda mi metodología, mi know how sin pelos en la lengua, y sin secretos para ti... ¡No te pierdas **ni una sola clase de mi entrenamiento gratuito de 5 días Retail ON!**

CHECKLIST



SIGUE ESTOS PASOS:

1. Ingresa al **Grupo Exclusivo de WhatsApp** donde te compartiré todo el contenido exclusivo, te enviaré links y material descargable para completar tu entrenamiento.
2. No te pierdas nuestras masterclass gratuitas durante el **RetailON**.
3. Conéctate a las clases para que **pueda resolver todas tus dudas**.
4. Quédate en el grupo *hasta el final* **y poder acceder a tu diploma de participación**.

28OCT - 01NOV

retailON



Evento gratuito de 5 días en vivo de Retail Design.

28OCT - 01NOV

¡Enciende tu creatividad y comienza a vivir del Diseño de Espacios Comerciales!

¿QUIERES QUE DISEÑE TU TIENDA?



Aplica a este **formulario**, para conocer mejor tus necesidades como marca y **agendar** una **Sesión de Diagnóstico** conmigo.

dianaplascencia.com/marca