

ANEXO 8.2.

ESTRATEGIA

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Diseño y Tecnologías Creativas
Curso 2019-2020



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

Factores | Estrategia de La Folie

0. Tendencias

1. Territorio de marca

2. Valores y atributos

3. Personalidad

4. Posicionamiento

5. Visión / Misión

6. Propuesta de valor

0. Tendencias en el sector de la moda

El uso de
Instagram y
Facebook para
vender moda.

Lo eco y
la moda

El unboxing de influencers
sobre las prendas que han
comprado

Personalización
en prendas o
compras

El formato
video o
IGTV

Concienciación por
comprar a pequeños
comercios y de la zona

Los consumidores
ya no desean
vestir prendas en
masa

Aumento de la
compra de moda
artesanal por ser
original y creativa

0. Tendencias en el sector de la moda

Conclusiones

- La moda artesanal se muestra como un servicio más original y creativo que la moda industrial. Además, se prefiere por su naturalidad y versatilidad.
- La moda eco-friendly, a la hora de seleccionar los materiales deben ser amigables con el medio ambiente.
- El uso de *Instagram* y *Facebook*, son redes sociales donde poder mostrar una versión de la marca mucho más cercana.
- La *Personalización* de la compra, dar la oportunidad al cliente de diseñar o customizar la prenda.
- La implementación y grabación de *vídeos* y *IGTV* porque son los formatos que mejor funcionan actualmente en Internet.
- Creación de *lookbook* multimedia de prendas puestas y de los materiales. Mostrar *'making-of'* de la sesión fotográfica de la campaña y de *unboxings*.

1. Territorio de marca

¿Qué lugar queremos ocupar?

artesanía. Arte y técnica de fabricar o elaborar objetos o productos a mano, con aparatos sencillos y de manera tradicional.

contemporánea. Perteneciente o relativo al tiempo o época en que se vive.

moda artesanal contemporánea

- *Perspectiva emocional/personal:*

Delicadeza y belleza en la confección de nuestras prendas. Expresa quién eres a través de cómo vistes. Trato personal.

- *Perspectiva racional/funcional:*

Originalidad y sostenibilidad en el diseño de moda. Prendas únicas de alta calidad. Más vale calidad que cantidad.

2. Valores y atributos

Construir significados tangibles e intangibles

Valores:

calidad
cercanía
proximidad
confianza
belleza
creatividad
satisfacción
sofisticación

Atributos:

tacto (material de
fabricación textil)
calidez (trato personal)
servicio
precio medio-alto
costura
arreglos a medida

3. Personalidad

Pensar en la marca como en una persona

El cuidador

Valores: Cercanía / Altruismo / Paciencia / Empatía / Generosidad / Compasión

Es paciente, eficiente, altamente competente y puede ocuparse de muchas cosas a la vez. Sabe escuchar y dar consejo, por eso se convierte en amigo de todos. Además, es capaz de irradiar optimismo y tranquilidad en momentos de crisis

La marca cuidadora ofrece protección, seguridad y apoyo a sus consumidores.

El creador/Visionario

Valores: Imaginación / Inteligencia / Audacia / Visión

El visionario ve más allá de lo que ven los demás y puede imaginar las posibilidades que otros no ven, on inclinación por el gusto estético. De entre las tendencias, distingue aquellas que están llamadas a permanecer, las activa y muestra el camino a los demás.

La marca visionaria les ofrece a sus clientes innovación, diseño y modernidad.

4. Posicionamiento

Dónde nos ubicamos respecto a la competencia

Posicionamiento por valor y precio

La Folie es una tienda donde encontrar moda artesanal multimarca nacional. Además, cuenta con servicio atelier, crea piezas únicas que están elaboradas con material textil óptimo y mediante un proceso de confección artesanal. Es un espacio donde los clientes obtienen un tienen un servicio personalizado, próximo y de calidad.

5. Visión/Misión

Sintetizar nuestro propósito

Misión:

Concienciar de la importancia de cuidar el proceso artesanal para obtener prendas de calidad.

Misión:

Vestir y acompañar a las personas en sus momentos más importantes.

6. Propuesta de valor

Sintetizar nuestro propósito

La Folie ese lugar que destaca por su trato personal y cercano. Y, donde poder encontrar prendas artesanales de alta calidad, tanto para tí como para tus peques.

personalidad

El cuidador / El creador o visionario

1

MERCADO

tendencias

La moda artesanal como la madre de la alta costura . Engloba lo eco-friendly, la moda ética, y el slow fashion.

3

MARCA

Visión

Vestir y acompañar a las personas en sus momentos más importantes.

Valores

calidad, cercanía, proximidad, confianza, belleza, creatividad, satisfacción, sofisticación

Atributos

tacto (material de fabricación textil), calidez (trato personal), servicio, precio medio-alto

Misión

Concienciar de la importancia del proceso artesanal para obtener prendas de calidad.

2

PÚBLICO

perspectivas de cultura humana

El consumidor desea adquirir productos más originales, creativos y naturales, con más carácter comparados con los productos en masa.