



#TOBEAWARE

Descripción del proyecto

#TOBEAWARE es el resultado de una investigación acerca de la personalización virtual consciente la cual busca alternativas sostenibles e invita a customizar y reutilizar las prendas para dotarlas de nueva vida a través de la virtualidad ya que las nuevas generaciones han interiorizado la necesidad de cuidar y preservar el planeta y a su vez son cada vez más tecnológicos transformando así la experiencia de compra.

Proyecto

La nueva realidad ofrece la oportunidad de explorar nuevas alternativas para comprar a través del mundo digital, las fronteras del mundo físico y virtual se borran para colocar a la tecnología como una poderosa herramienta que facilita las experiencias a la hora de comprar.

Las nuevas generaciones están al frente de este cambio. Están demandando un sector de la moda sin barreras. Una realidad en la que la tecnología digital y el punto de venta físico se complementen para dar el servicio personalizado que demandan. Un mundo en el que el ordenador, la tablet e incluso el smartphone se convierten en su herramienta más poderosa.

Una opción con la que relacionarse, informarse, adquirir bienes y servicios desde cualquier lugar y en cualquier momento. Una puerta abierta hacia la comunicación y la satisfacción de sus necesidades.

Los consumidores están cada vez más conscientes y preocupados por el cuidado del medio ambiente. Esto influye en sus decisiones de compra, al preferir marcas responsables e incluso a llevarlos a comprar productos usados en algunas categorías. En cierta medida, hay una preferencia mayor por el uso, más que por la propiedad.

Los clientes cada vez buscan más experiencias a la hora de comprar y buscan un vínculo emocional con la marca, se aumenta la exigencia de los consumidores para

que las marcas adapten sus productos y servicios y realmente satisfagan sus necesidades.

Los consumidores quieren continuar a la vanguardia de las tendencias de la industria, sin que esto represente una inversión de dinero importante, al tiempo que se contribuye con el objetivo de sostenibilidad.

Los consumidores, cada vez más tecnológicos en todos los aspectos de su vida demandan soluciones adaptadas a este estilo de vida. Buscan opciones de compra personalizadas, fáciles de realizar, que les convengan y satisfagan en todos los sentidos

Enfrentamos a un consumidor día por día más exigente, un consumidor que refleja en sus prendas y accesorios una identidad y un estilo de vida, que busca calidad en los productos y eficiencia en el servicio pero que, además, tiene al alcance de un clic todas las herramientas para informarse, comparar y elegir el producto que más se ajuste a sus necesidades.

La pregunta que detona este proyecto de investigación es la siguiente

¿Es posible satisfacer las necesidades de los clientes y que estas generen un vínculo emocional con la marca a partir de la personalización de manera virtual y que a su vez sean sostenibles para el planeta?

De manera general se busca Establecer una relación más cercana y real entre consumidor y marca generando vínculos emocionales que a su vez sean sostenibles con el planeta.

De objetivos específicos se busca:

- Identificar maneras de relacionamiento cercano entre consumidores y marcas hacia la personalización de diseño manteniendo precio, sostenibilidad y calidad
- Establecer una conexión de vínculos emocionales con el consumidor
- Proponer productos sostenibles a los clientes para que los personalicen desde una manera consciente.

Para este proyecto se encontraron ciertas palabras claves las cuales son

Personalización: poder entrar a un mundo en el que no exista el producto fabricado listo para envolver, sino que el individuo pueda hacer una elección (entre diferentes opciones) de cómo armar ese producto que se ofrece y agregarle su sello personal. El resultado podría ser una prenda que responda íntegramente a la personalidad y el gusto del consumidor.

Virtualidad: Es la posibilidad de conectarse más allá de lo corporal, que permite al comprador hacerse una idea más real de lo que adquiere a través de las redes

Sostenibilidad: Crear y diseñar productos teniendo en cuenta su impacto social y ambiental a lo largo de todo su ciclo de vida.

Hoy en día y teniendo en cuenta todas las tendencias económicas y sociales, la sostenibilidad se define como la base del crecimiento.

El fin de este proyecto es crear una marca que a su vez sea un movimiento menos consumista creando alternativas sostenibles por medio de una aplicación donde los consumidores podrán crear su propio avatar y así personalizar su propia ropa ya sea una prenda desde cero con materiales sostenibles, reutilizar sus prendas dándoles una segunda oportunidad o por medio de la customización dándole personalidad propia a las prendas.

Bibliografía

Crear una conexión emocional significa impulsar el rendimiento del marketing | Marketing Directo. (2020). Retrieved 7 October 2020, from <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/crear-una-conexion-emocional-significa-impulsar-el-rendimiento-del-marketing>

Link video https://youtu.be/zGdicuL_HSY

María Gabriela Cánchica - Diseño de Modas
Diseño de proyecto final
2020-2