Rambler Colchones | Ropa Hogar | Mobiliario

Explorando Sueños

By InteriO Desing Studio

content						O1 Antecedentes
review					02	Justificación
				03		ivo general
			04	Objet	ivos es	specíficos
		05	Alcan	ce	••••••	
	0	6 Usua	rio	••••••	••••••	
	07 Co	oncepto	••••••	••••••	••••••	
08	Narrativ	a		•	•••••	

Interio Desing Studio

antedecentes

marca

Rambler ha logrado posicionarse en el mercado, no solo por su calidad sino también por su buen asesoramiento y acompañamiento a sus clientes a la hora de la compra y durante el periodo de la garantía de cada uno de sus productos. Como marca se ha caracterizado por querer educar a sus clientes sobre la diversa oferta de productos que tienen, además de brindarles la información necesaria para los requerimientos de cada uno de sus usuarios, ya que son conscientes de que como marca abarcan un gran público.



matriz

DOFA

Amenazas

- La competencia que tiene con otras tiendas que ofrecen sus mismos productos.
- Difícil acceso a un mercado internacional.

Debilidades

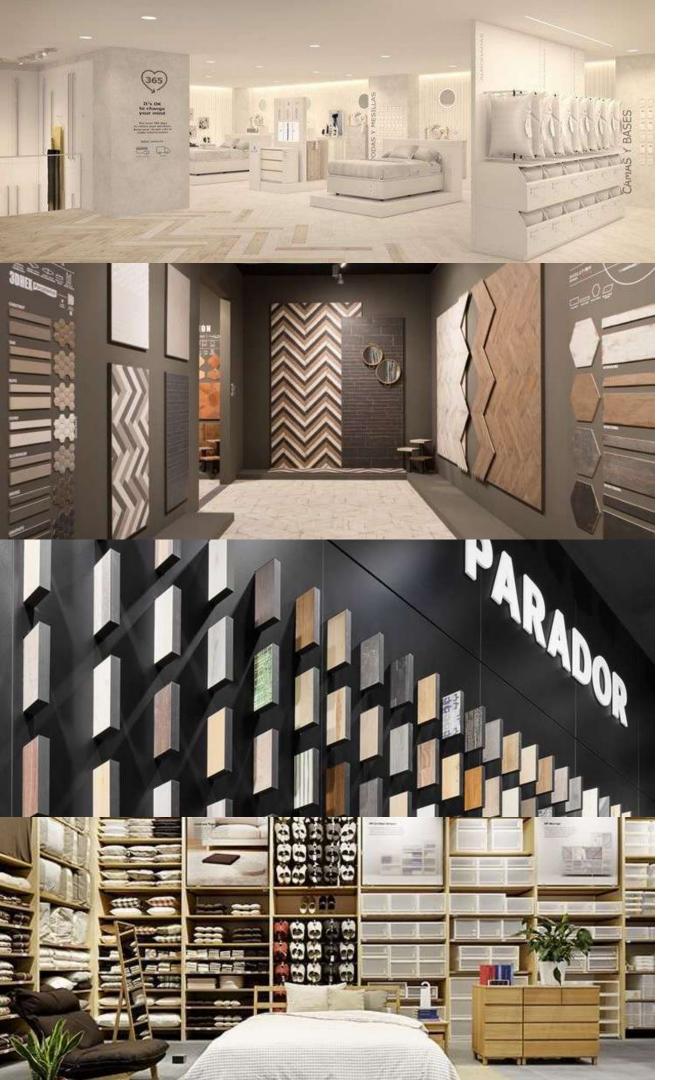
- No hay buena atracción al cliente desde vitrina.
- El producto no se ve tentativo.
- Poco protagonismo al producto de línea de hogar.
- Espacialmente no tiene un factor que lo distinga de sus competidores.
- Poca circulación en la tienda.

Fortalezas

- Priorizan la calidad del producto sobre el precio de este.
- Buen manejo de las redes sociales, especialmente Instagram.
- Ubicación de la tienda.
- Dimensiones espaciales del local y la entrada de luz natural a este.
- El ADN de la marca está muy bien establecido.

Oportunidades

- Potencializar la filosofía de la marca por el querer enseñar a sus clientes.
- Crear una vitrina que genere atracción en el público.
- Diseñar una tienda atractiva que cambie el concepto de Rambler y genere fidelidad en los clientes.
- Enseñar y asesorar al cliente en su proceso previo a su compra.



justificación

proyecto

Este proyecto pretende ser una oportunidad para Rambler de continuar con su dedicación al conocimiento de sus clientes, creando así un espacio que cambie la experiencia de compra del usuario y que le facilite a Rambler transmitir la información necesaria acerca de sus productos. Ahora bien, esta propuesta de diseño no solo será beneficiosa para la marca, sino también para el usuario de esta. A partir de esta nueva experiencia de compra el usuario encontrará un lugar en donde pueda recibir un amplio asesoramiento del producto que obtendrá y este podrá sumergirse en distintas experiencias de conocimiento para encontrar un producto óptimo que se acomode completamente a sus necesidades.

objetivo

general

Generar un espacio que proporcione una experiencia de compra diferente para los usuarios del local de Rambler en el parque de Envigado. A partir de diferentes etapas y experiencias se busca propiciar un espacio de conocimiento y asesoramiento para el cliente a la hora de su compra en la tienda física, permitiendo así que el usuario tenga un mejor entendimiento del producto que está adquiriendo.

objetivos específicos

- Establecer un espacio de recibimiento, donde el usuario se sienta acogido por el espacio por medio de una experiencia digital donde se le cuestione sobre sus necesidades y se ofrezcan posibles soluciones.
- Brindar al usuario una experiencia de reconocimiento y exploración de materialidad, donde él pueda evidenciar tanto la materialidad como el proceso de la elaboración de sus productos a escoger y de esta manera tenga una relación más cercana con ellos y se sienta seguro al momento de su elección.

objetivos específicos

Determinar un espacio de exhibición de productos Rambler, donde el cliente tenga su primer contacto con los posibles productos que cumplan con sus necesidades y requerimientos, es un momento de reconocimiento de forma, dimensiones, variedad.

Motivar la compra del usuario por medio de una experiencia de realidad virtual, donde el cliente pueda ver su producto escogido en un espacio similar para el cual se comprará, en cuanto a dimensiones del espacio.

Ubicar de manera estratégica el punto de cotización y pago que sea cómodo y seguro tanto para el cliente como para el personal de trabajo de la tienda.

Definir un espacio de descanso o espera para que el cliente se sienta cómodo al momento de finalizar su proceso de asesoramiento y compra. Un espacio que permita al personal de la tienda ejecutar la compra sin que el cliente se sienta agotado.

alcance proyecto

Explorando sueños con Rambler es un proyecto piloto que se desarrollará en la tienda física del parque de Envigado, que busca transformar la tradicional experiencia de compra de sus tiendas, donde el usuario por medio del recorrido, la tecnología y la realidad virtual se vincule con la marca y logre una compra satisfactoria y que cumpla con sus necesidades personales y esto proporcione un mejor posicionamiento de marca.

Esto permitirá que la marca acoja un nuevo público, ya que ofrece una experiencia mucho más atractiva y de mayor valor para la marca.

Este proyecto lleva consigo los siguientes hitos:

- Planos arquitectónicos 2d: Layout, plantas, cortes, vistas.
- Modelado 3d y renders.
- Recorrido virtual



Tips-

Cómo escogei la firmeza de tu colchón?





base

conceptual

Explorando Sueños con Rambler

Los sueños están para ser explorados, para ser contados, para ser vividos. Un nuevo espacio Rambler que busca conectar con los sueños y expectativas de cada uno de sus clientes, donde más allá de un producto de descanso, se les brinde una experiencia de conocimiento, de exploración y de multisensorialidad que logre generar un mayor vínculo entre el usuario y la marca. Los sueños cambian, se modifican y evolucionan, pero Rambler siempre está ahí para hacerlos realidad y hacer al usuario parte de su proceso.



público

objetivo

Explorando sueños con Rambler es un proyecto que abarca en público amplio, ya que busca satisfacer las necesidades de sus diferentes clientes de acuerdo con sus edades. Pues sus espacios estarán pensados tanto para niños, jóvenes, adultos como adultos mayores.

Es un proyecto enfocado a un público con un poder adquisitivo medio a medio alto, que busca tener una experiencia de compra de marca diferente a la que ha estado acostumbrado a experimentar. Que busca la calidad por la que siempre se ha destacado la marca, pero que busca también innovación y nuevas maneras de adquirir un producto. Le interesa la tecnología y el conocimiento, pero sobre todo sentirse acogido y cómodo en el espacio y con la atención que recibe. Su público sigue buscando en Rambler calidad en sus productos y materiales, comodidad y buen descanso, pero con un poco menos de monotonía.

narrativa espacial

Explorando sueños con Rambler es un nuevo espacio para el conocimiento, la exploración y el soñar. Es un espacio que desde su nueva propuesta de fachada cautiva a los usuarios que se encuentran transitando este espacio, un revestimiento en listones de madera, una nueva presencia de marca y una vitrina de exhibición construyen la primera atmosfera de este espacio, como cálida y acogedora que incita a querer saber qué más se encuentra allí dentro. El espacio recibe con armonía entre sus tonos, materiales y exhibición, es un espacio que busca ser explorando y cuestionado por quienes lo transitan, busca generar curiosidad y romper con lo establecido para una tienda de su tipología.

Lo primero que nos recibe es un mural museográfico que nos narra un poco esa experiencia del dormir y del soñar y cómo Rambler se encuentra comprometido a hacer de esta experiencia un momento mucho más agradable y reparador. Un mural que se comunica no solo por medio de textos sino también de sus productos y de su disposición. La experiencia continua con un recibimiento por parte del personal Rambler, donde se invita al usuario a disfrutar del loft donde podrá tomarse alguna bebida caliente mientras explora por medio de las pantallas qué productos y servicios tiene la marca para ofrecerle según sus necesidades y requerimientos. Este espacio busca generar una relación estrecha con su posible cliente, pues tiene la posibilidad de guardar sus datos y a su vez ofrecer una asesoría muy personalizada.

narrativa espacial

Después de que el cliente tiene claro cuáles son sus necesidades y cómo la marca puede brindarle una solución mediante diferentes alternativas, comienza la experiencia sensorial, pues el espacio está dispuesto y diseñado para que se pueda sentir cada material que compone su producto, para ver los diferentes colores propuestos, las texturas... etc, el usuario se sentirá parte de este proceso de creación aunque no este inmerso directamente en él y esto permitirá tener una conexión directa con la marca.

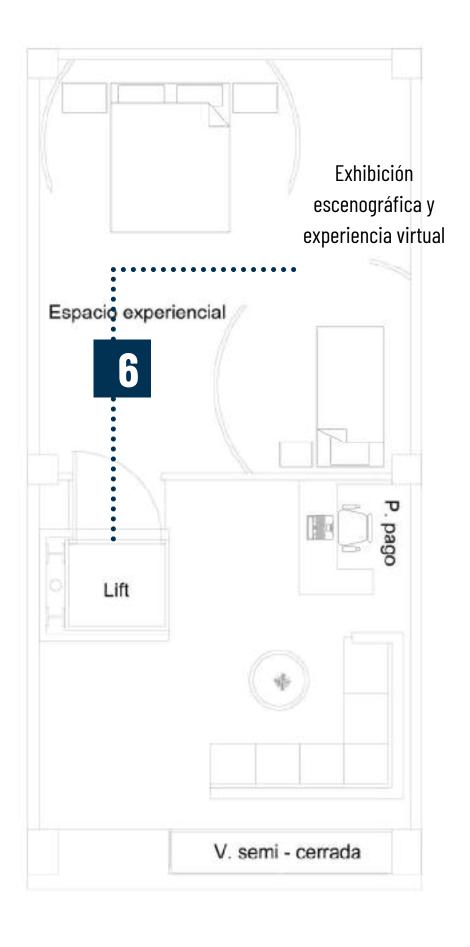
Continuando con la experiencia de compra, se invita al usuario después de definir sus preferencias en cuanto a materiales, colores, texturas y resortes pasar por medio del lift al segundo piso.

Un espacio que desde su ingreso invita a soñar, un espacio para el juego y la experimentación, donde por medio de escenografía y realidad virtual el cliente puede ver manifestado sus deseos en productos y de esta manera estar seguro de su compra. Este es el punto final de convencimiento, donde el cliente define finalmente si lleva o no el producto, por eso el espacio busca ser acogedor como hogar, para lograr transportar los sueños de cada persona a cada una de sus casas.

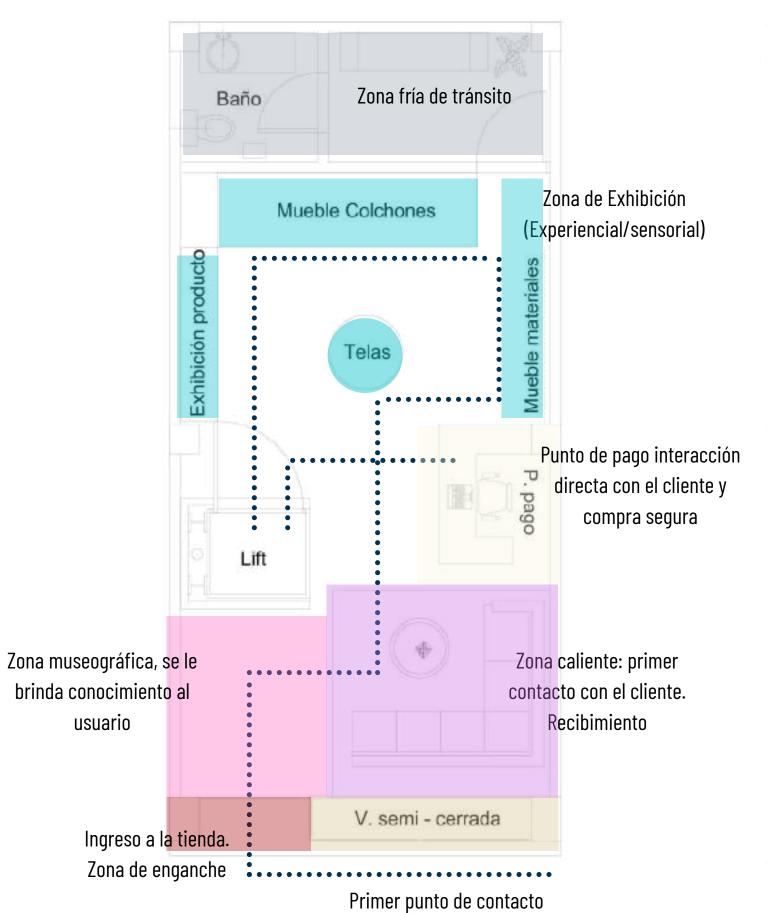
Por último, tenemos la experiencia de punto de pago, que esta solo se da si el cliente finalmente decide llevar algún producto. Acá se cierra la nueva experiencia de compra Explorando Sueños con Rambler y se espera que el cliente haya vivido un recorrido espacial satisfactorio.

layout recorrido

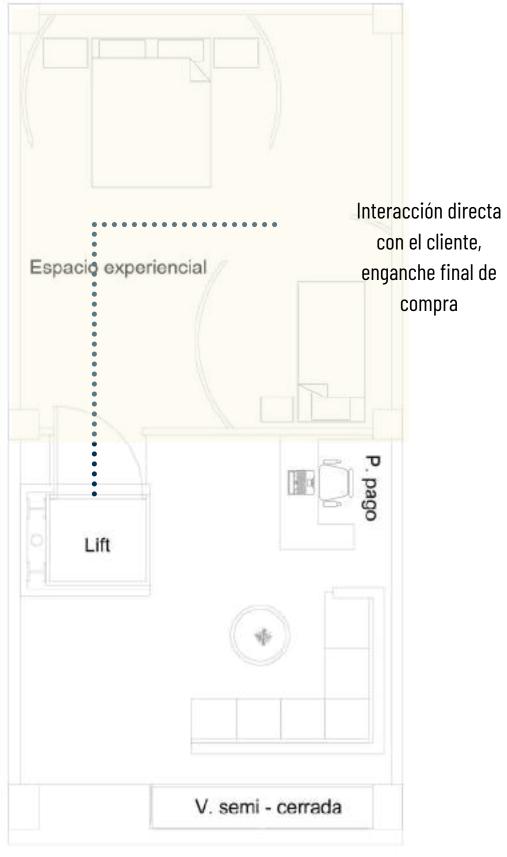




layout recorrido



Vitrina comercial







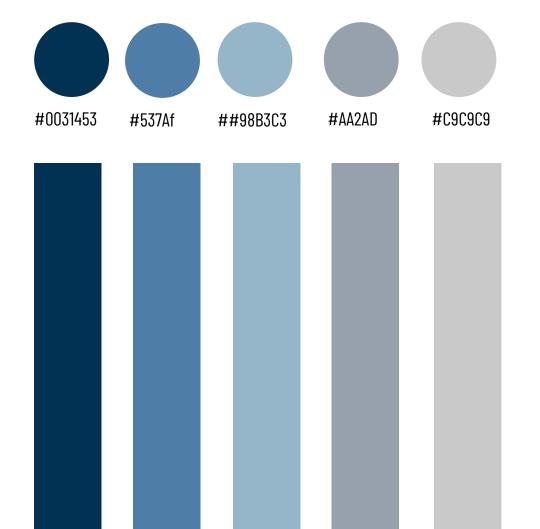
comunicación marca

Reestructuración de marca

Tipografía en logo

Rambler Colchones | Ropa Hogar | Mobiliario

Paleta de color



Tipografía Principal

Athiti Semi bold 600

Rambler

Athiti Light 300

Rambler

Tipografía de apoyo

Barlow Condensed Semi bold 600

Rambler

Barlow Condensed Light 300

Rambler

proyecto final

Fachada











proyecto final

Interior Nivel 1





















proyecto final

Interior Nivel 2

















