



Diseño de moda y accesorios

Esquema de Briefing



Antes de afrontar la tarea de realizar un briefing es recomendable hacer una recopilación de información respecto de la persona, marca o empresa. Es un ejercicio de reflexión interna que define la empresa y el proyecto y ayuda tanto a la parte contratante como al equipo de diseño a situarse mejor a la hora de afrontar el proyecto.

Sobre la empresa

- ¿Cuál es la historia de la empresa?
- ¿Cuál es la actividad principal?
- ¿Cuál es la estructura de la empresa?
- ¿Cuál es el ámbito geográfico de actuación de la empresa?
- ¿Cuáles son sus mayores hitos?
- ¿Cuál es su público objetivo?
- ¿Cuáles son sus valores fundamentales?

Sobre el mercado

- ¿Qué posicionamiento tiene la empresa en el mercado?
- ¿Cuál es la competencia directa?
- ¿Cuál es la competencia indirecta?
- ¿Cómo ha evolucionado el mercado en los últimos años?

Sobre el encargo

- ¿Cuál es nuestro proceso de trabajo?
 - Conceptualización
 - Análisis
 - Bocetación
 - Experimentación y búsqueda de materiales
 - Prototipado
 - Prueba y uso
 - Rectificaciones



¿Cómo es nuestra fabricación?

- Planos técnicos
- Búsqueda de fabricantes y selección de materiales finales
- Procesos y acabados
- Selección de herrajes y accesorios
- Apoyo producción

¿Cómo es nuestro etiquetado y packaging?

- Etiquetas interiores y normativas
- Etiquetas exteriores y normativas
- Catálogo, lookbook, caja o bolsa

¿Cómo es la venta?

- Equipamiento retail y soluciones expositivas
- E-commerce y página web

¿Cómo es la logística y el transporte?

¿Cómo es la comunicación y el tono expresivo?

- Diseño de redes sociales
- Newsletter

¿Cómo podemos describir el proyecto?

¿Cómo es el público objetivo?

¿Qué queremos ser?

¿Dónde nos queremos posicionar?

¿Cuál es nuestro objetivo para estos próximos años?

¿Existen estudios de mercado disponibles?

¿Qué timing y parámetros tenemos?

