

Dal design alla customer experience: viaggio nel mondo della moda



ISTRUZIONI PER LA REALIZZAZIONE DEL PROJECT WORK



Mini-concept di brand o di punto vendita

Durante la fase e-learning del **FSL McArthurGlen** *Dal Designer alla customer experience* avete avuto l'occasione di entrare nel vivo della **scoperta del mondo della moda sostenibile e del retail circolare**, approfondendo il concetto di outlet e il loro ruolo verso l'innovazione e la sostenibilità. Per la fase di Project Work vi chiediamo di sfruttare le conoscenze acquisite per sviluppare la presentazione di **mini-concept di brandi di moda o di punto vendita**, raccontandolo in maniera chiara ed efficace attraverso le tecniche di storytelling.

Il mini-concept deve racchiudere e sintetizzare **elementi di innovazione e sostenibilità**, mettendo in pratica competenze di analisi, progettazione, lavoro di gruppo e comunicazione.

Per realizzare l'elaborato finale procedete seguendo queste fasi di lavoro.

Fase 1



BRAINSTORMING E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

Il Project Work di **McArthurGlen** è un elaborato di gruppo: l'insegnante divide la classe in gruppi di studenti, ognuno da 4/5 membri ciascuno. Lavorare in team è molto stimolante, ma è necessario organizzare bene tutte le fasi di lavoro, dall'ideazione alla realizzazione. Per questo vi consigliamo di strutturare dei veri e propri team di lavoro all'interno dei gruppi che sappiano occuparsi di una cosa ben specifica. Ciò non vuol dire che ogni persona lavori in modo staccato dall'altro, anzi: è necessaria coordinazione e cooperazione. Una volta stabiliti i team e le loro funzioni, potrete dedicarvi al cuore pulsante del progetto, ovvero l'idea portante.

Per lavorare in modo efficace è fondamentale distribuire i compiti. Vi consigliamo di:

- definire fin dall'inizio **tempi, responsabilità e modalità di confronto** tra i gruppi;
- garantire coordinamento e condivisione continua, affinché il progetto risulti coerente in tutte le sue parti.

Una volta organizzato il lavoro, dedicatevi al brainstorming: generate idee, confrontatevi liberamente e individuate un concept di base che risulti originale, realistico e in linea con gli obiettivi del Project Work.



Fase 2

DEFINIZIONE DEL CONCEPT E DELL'AMBITO DI PROGETTO

In questa fase dovete chiarire **che cosa state progettando** e **in quale contesto si inserisce** il vostro progetto.

Scegliete se sviluppare:

- un mini-concept di brand (marchio, identità, valori, proposta di prodotti o servizi);
- un mini-concept di punto vendita (negozio fisico, digitale o ibrido), coerente con un brand esistente o ideato da voi.

Definite inoltre:

- il settore di riferimento (abbigliamento, accessori, outdoor);
- il bisogno o l'opportunità a cui il progetto risponde;
- il legame tra innovazione, sostenibilità e strategia aziendale.

Questa fase serve a dare una direzione chiara a tutto il lavoro successivo.

Fase 3



INDIVIDUAZIONE DEL TARGET E ANALISI DEI BISOGNI

Un prodotto, o un servizio, esiste e ha successo nel momento in cui è presente un pubblico disposto a utilizzarlo. Anche un brand, o uno store, nasce per rispondere alle esigenze di persone reali. Per questo motivo, è necessario individuare in questa fase il vostro **cliente target**, cioè il destinatario principale della vostra idea. Definite quindi le caratteristiche fondamentali del vostro cliente – età, sesso, provenienza geografica e/o sociale -, immaginando anche quali potrebbero essere i suoi valori e le sue **necessità**. Questo vi aiuterà a definire che tipo di idea risponde meglio alle **esigenze di determinate persone**.

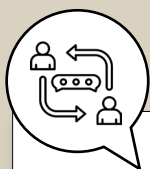
Descrivete il vostro cliente ideale indicando:

- fascia d'età;
- caratteristiche sociali e culturali;
- abitudini di consumo;
- bisogni, aspettative e valori.

Provate a immaginare il vostro target come una persona concreta e chiedetevi:

- quali problemi vuole risolvere;
- cosa cerca in un brand o in un punto vendita;
- perché dovrebbe scegliere proprio la vostra proposta.

Questa analisi vi aiuterà a rendere il progetto più realistico e coerente.



Fase 4

ANALISI DEL MERCATO E DEI COMPETITOR

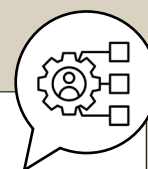
Un'idea efficace tiene conto del contesto in cui si inserisce. In questa fase analizzate il mercato di riferimento e i possibili competitor.

Riflettete su:

- brand o punti vendita già esistenti simili al vostro;
- punti di forza e di debolezza delle proposte concorrenti;
- elementi che possono essere migliorati o ripensati in chiave innovativa e sostenibile.

L'obiettivo non è copiare, ma comprendere il mercato per individuare uno spazio distintivo per la vostra idea.

Fase 5



SVILUPPO DEL CONCEPT STRATEGICO (CANVAS)

Il Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010) è uno strumento visuale per rappresentare, in modo semplice e immediato, come funziona un'idea progettuale: chi coinvolge, che bisogni soddisfa, come crea valore, quali risorse e tecnologie utilizza. Il Canvas rappresenta una fotografia del vostro progetto: serve a voi per mettere a fuoco la vostra idea e per guidare la progettazione di un prototipo coerente, connesso allo sport e alla tecnologia.

Gli elementi principali di un Canvas sono i seguenti...

- **Nome del progetto:** un nome originale e coerente con l'identità del brand o del punto vendita.
- **Mission e valori:** cosa rappresenta il vostro progetto? Quali principi lo guidano?
- **Proposta di valore:** cosa offrite al cliente e perché è rilevante.
- **Target:** a chi vi rivolgete.
- **Prodotti o servizi:** cosa vendete o proponete.
- **Innovazione:** in che modo il progetto introduce elementi nuovi o migliorativi.
- **Sostenibilità:** quali scelte rendono il concept sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale o economico.
- **Canali e punto vendita:** dove e come il cliente entra in contatto con il brand.



Fase 6

STORYTELLING E REALIZZAZIONE DELL'ELABORATO FINALE

Una volta definito il concept, trasformate il vostro lavoro in un **elaborato strutturato** utilizzando il template fornito.

Curate non solo i contenuti, ma anche la chiarezza del linguaggio, la capacità di sintesi (senza però risultare superficiali) e la coerenza grafica. Aiutatevi con l'utilizzo di immagini, foto e visual utili alla comprensione.

Ricordate che lo storytelling è fondamentale: il vostro elaborato deve spiegare non solo **che cosa** avete progettato, ma anche **perché** e **come**.

Fase 7



FINALIZZAZIONE E CARICAMENTO

Finalizzate il lavoro controllando la presentazione nel suo insieme, segnando i possibili miglioramenti che potete apportare. Una volta sicuri e soddisfatti dell'elaborato, caricatelo nell'apposita sezione di upload seguendo le istruzioni riportate in piattaforma.

BUON LAVORO!

