

Desayunos
Chief Executive Officer

Propuesta de tema para los desayunos de la AEF.

“Somos una empresa internacional especializada en el diseño, implantación y construcción de espacios que reflejan e integran el valor de las marcas. Ayudamos a vender a nuestros clientes con imaginación.”

Bajo este lema y nuestra experiencia de más de 20 años, para este 2018, os proponemos un total de tres temáticas sobre las que reflexionar. A partir de la cadena de valor de Grup Idea y sus tres marcas (Nuklee >> Idea >> Abessis), desarrollaremos todo el proceso de un proyecto desde la conceptualización estratégica y diseño inicial, pasando por la implementación, hasta la ejecución y construcción final.

En el presente documento, definimos la primera de ellas.

Nuklee

Propuesta de título:



Estrategia y diseño se dan la mano para incrementar las ventas.

by Miquel Angel Julià.

*Architect. Partner
Strategy and design director*

Breve explicación:

En el desayuno analizaremos los **beneficios de tener en cuenta el diseño desde el primer momento** y del mejor modo de trabajar conjuntamente con el cliente y el resto de actores participantes para que el resultado final sea un éxito en tiempo, coste y ventas.

Todos hablamos de que el diseño ayuda a vender, pero es ¿realmente así o solamente es una quimera?

Para empezar, sería interesante reflexionar sobre qué entendemos por diseñar. ¿Qué es un buen diseño?

Para nosotros, diseñar no es hacer espacios “bellos”. Diseñar es pensar. Diseño es la herramienta que nos ayuda a cumplir los objetivos de venta y productividad de nuestros clientes.

El valor de Grup Idea es el conocimiento de muchas de las técnicas de venta y de diseño del en los sector del retail, hospitality, workplace y healthcare.

Daremos unos consejos basados en algunos casos de éxito y veremos de forma práctica el sistema que aplica **Grup idea** para conseguir estos objetivos.

Además, comentaremos un tema importante en la diferenciación de cada marca a través del diseño: “Industrialización vs personalización, cómo hacerlos compatibles”. Reflexionaremos también sobre cómo elegir los materiales y la mejor iluminación en los nuevos locales de venta. Invertir en un diseño adecuado a cada marca es imprescindible para el éxito de cualquier negocio, ya sea propio o franquiciado.

Algunas preguntas:

- ¿Qué y cómo debe defender el diseñador de espacios para que su propuesta esté alineada con los objetivos del cliente?
- ¿Es realmente consciente el franquiciado de que debe ajustarse al Manual de Estilo de la marca? Y sobre todo ¿Por qué lo debe hacer?
- ¿Cómo se implementa y construye un buen diseño?
- Industrialización vs personalización, ¿Cómo hacerlos compatibles?
- ¿Qué tipo de materiales deben emplearse en los nuevos puntos de venta? ¿Qué es el Brand Material?
- ¿Qué relación debe establecerse entre la venta on line y la off line? ¿Son dos realidades distintas, o hablamos ya de una realidad múltiple?

Atentamente,



Miquel Àngel Julià
Architect. Partner
Strategy and design director