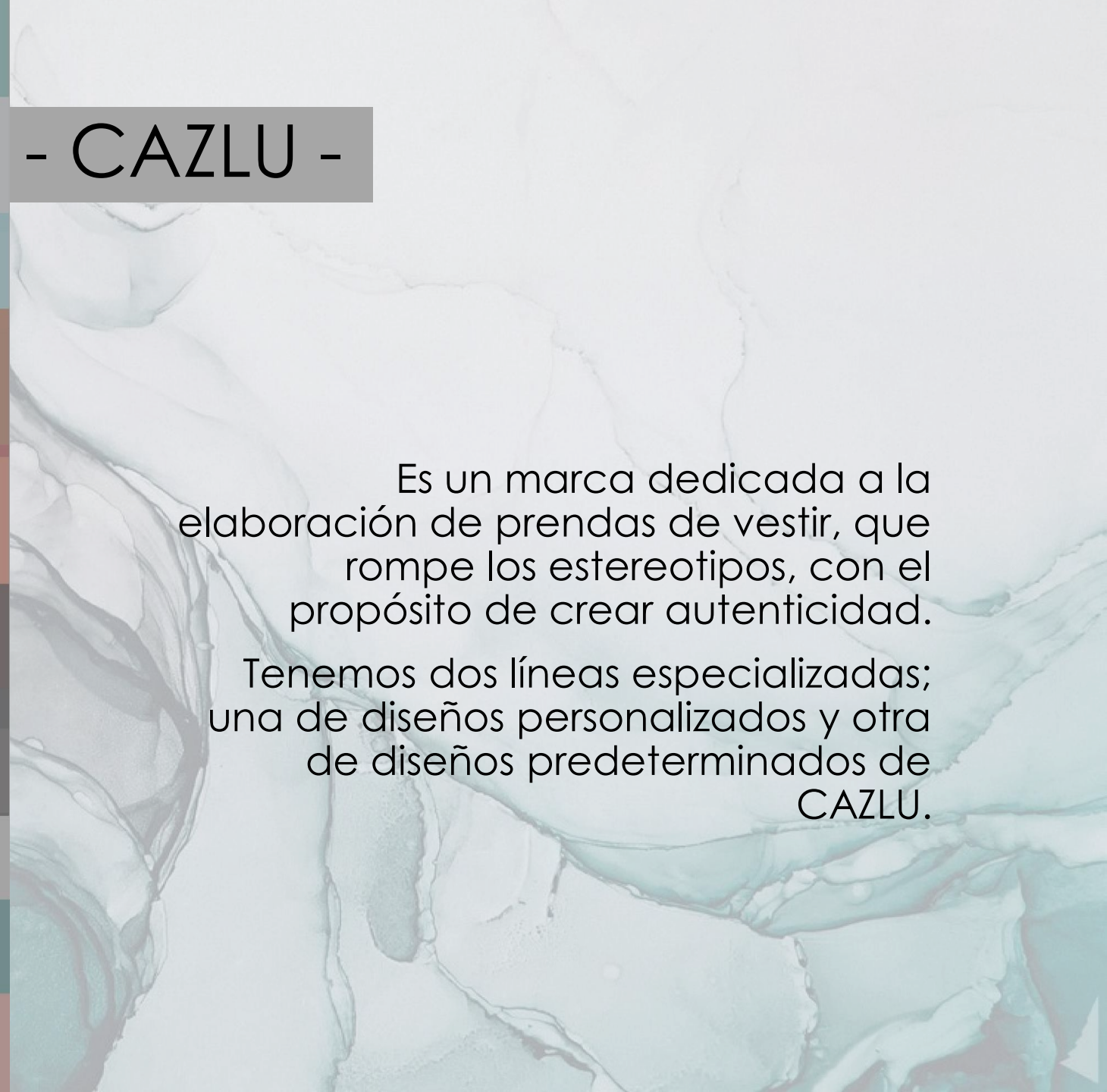

CAZLU

MARIA FERNANDA LOZADA
DISEÑO AVANZADO II
2019/3





- CAZLU -



Es un marca dedicada a la elaboración de prendas de vestir, que rompe los estereotipos, con el propósito de crear autenticidad.

Tenemos dos líneas especializadas; una de diseños personalizados y otra de diseños predeterminados de CAZLU.

-VALORES DE MARCA-

LEALTAD

“compromiso de defender y de ser fieles a lo que creemos y en quien creemos”

EVOLUCIÓN

“Cambio de estado, transformación y resultado de nuevos conceptos ”

CREATIVA

“Creaciones libres, disfrutadas y que incentive la expresión haciendo tangibles las ideas.”

VERSÁTIL

“Capacidad de adaptarse a todo tipo de contextos y responde a distintos desafíos”

FORTALEZA

“Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo”





-USUARIO CAZLU-

Clase: media-alta

Personalidad: excéntrica, fuerte, extrovertida, consiente.

Gustos: Manifestaciones artísticas, posturas críticas, le gusta los lugares llamativos, amplias gamas de color, formas, texturas y contrastes.

COMPRADOR FINAL

Compradores jóvenes de la línea casual masculina y deportiva.

Clientes que buscan explorar su personalidad, o simplemente dar un toque diferenciador a su estilo.

Regiones: Bogotá, Cali, Bucaramanga y Medellín.

Densidad: Urbano

-OBJETIVO-

- Ser una marca irreverente que a través de sus prendas cuenta una historia.
- Usuario puede explorar su identidad.
- Innovar en el uso de materiales, siluetas, colores, cortes y técnicas
- Influenciada por movimientos artísticos y sociales.
- Reconocimiento por su conciencia ambiental y social.





-PROPUESTA DE VALOR-

- Implementación de técnicas artesanales o acabados a manos.
- Co-diseño, co/creación personalización.
- Diseño sostenible.
- Inclusiva.

-DISTRIBUCIÓN-

CANAL DIRECTO



CANALE INDIRECTO





- PRECIO -

ESTRATEGIA DE DECREMENTACIÓN:
El producto saldrá al mercado con un valor superior, para captar la atención de los consumidores mas interesados, pero se ira bajando el precio a medida que se agote su existencia.

ESTRATEGIA DE CARNADA:
Consiste en poner un accesorio en un valor menor, para atraer al cliente y que a su vez este se encuentre en la necesidad de llevar la prenda.

-PROMOCIÓN-

- Concursos: Para generar una cercanía con el consumidor.
 - Regalos promocionales
 - Descuentos o puntos acumulables para la próxima compra.
- Alianzas con marcas emergentes, bares, eventos, galerías.





-COMUNICACIÓN-

- **ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO:** formas creativas de lanzar una colección, ya sea en eventos de graffiti, bares o eventos con otras marcas.
- **ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO:** Uso por parte de influencers o artistas.

-SERVICIO-

- Atención al clientes: oportuna, eficaz.
- Facilidades de pago: rápida para nuestros clientes y para quienes no cuentan con tarjeta
- Entrega del producto en el menor tiempo posible.



-CLAVE-

SOCIOS CLAVE:

- Sublimación
- Marcas emergentes o lugares de eventos (telas, insumos)
- Fundaciones
- Artistas creativos

ACTIVIDADES CLAVE:

- Producción
- Comercialización
- Distribución

RECURSOS CLAVE

- Materias primas
- Recurso humano capacitado
- Red de negocios
- Comunicación

-PLAN DE VENTAS-

PLAN DE VENTAS DE CAZLU

	I TRIMESTRE		II TRIMESTRE		III TRIMESTRE		IV TRIMESTRE	
TIEMPO	UNIDADES	VALOR	UNIDADES	VALOR	UNIDADES	VALOR	UNIDADES	VALOR
1 SEMANA	10	\$ 1'800.000	15	\$ 2'700.000	20	\$ 3'600.000	30	\$ 5'400.000
1 MES	40	\$ 7'200.000	60	\$ 10'800.000	80	\$ 14'400.000	120	\$ 21.600.000
1 TRIMESTRE	120	\$ 21'600.000	180	\$ 32'400.000	240	\$ 43'200.000	360	\$ 64'800.000
TOTAL UNIDADES AL AÑO	900				VALOR UNIDAD: \$180.000			
TOTAL INGRESOS ANUAL	\$ 162.000.000							

USUARIO CAZLU

El usuario de CAZLU es de una personalidad sarcástica, de humor negro, egocéntrica, energética, excéntrico y fuerte. Siempre está en búsqueda de nuevas experiencias, que le genere nuevos conocimientos, interrogantes e ideas, para plantear y expresar su postura crítica. Es por eso que siempre busca productos cómodos, únicos y poderosos.



-PRODUCTO-

Momento de uso: Streetwear

Beneficios: Identidad, versátil, crítico,
práctico y calidad

Categoría de usuarios: Potencial /
no potencial

Nivel de uso: Frecuente

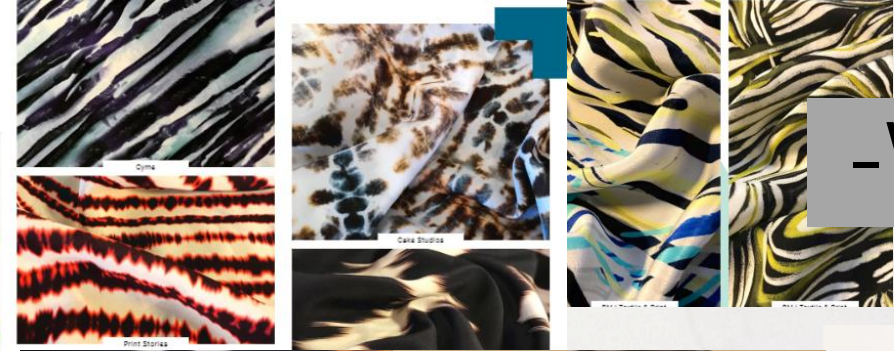




-INSPIRACIÓN-

Personas con acromatopsia (también llamada monocromatismo) es una enfermedad congénita y no progresiva que consiste en una anomalía de la visión a consecuencia de la cual sólo son percibidos los colores **blanco**, **negro**, gris y todas sus tonalidades.

Rayas tie-dye
Reemplace el tie-dye
multicolor con rayas
delicadas



-WGSN-



- TENDENCIA NOMANDA
 - RUSTICA
- TONOS TIERRA – GRISES
 - STREETWEAR
- TENDENCIA DE ESTAMPADOS

-COLECCIÓN-

