

Crear un brief de diseño gráfico con los elementos claves para el Cliente Boutique de Perfumería: <https://fraganciasboutique.com/>.

Proyecto Final:

Los cinco capítulos de un brief de diseño completo son: un resumen del proyecto y sus antecedentes, un análisis del sector, un informe sobre el público objetivo, los objetivos comerciales y la estrategia de diseño, y finalmente, el alcance, los plazos y el presupuesto del proyecto por fases.

1. Resumen de la visión general del proyecto y antecedentes: Este capítulo proporciona un contexto general del proyecto y de la empresa para que el equipo de diseño comprenda la misión, visión y experiencia de la empresa, como señala Coderhouse.
2. Informe del sector: Se presenta un análisis del mercado y la competencia, incluyendo las tendencias actuales y las oportunidades para el proyecto.
3. Informe del público objetivo o target: Describe detalladamente el público al que va dirigido el proyecto, incluyendo sus características, necesidades y comportamientos.
4. Objetivos comerciales y estrategia de diseño: Se establecen las metas de negocio que el diseño debe ayudar a alcanzar. Esto incluye la estrategia de diseño, el mensaje clave, el tono de comunicación y cualquier directriz de marca.
5. Alcance, tiempos y presupuesto del proyecto por fases: Este capítulo detalla el alcance del trabajo, las entregas específicas, el cronograma del proyecto y el presupuesto asignado, dividiéndolo en fases si es necesario.

El brief de diseño gráfico para Fragancias Boutique busca modernizar su identidad visual para reflejar un lujo accesible y sofisticado, alineado con su expansión en el mercado venezolano de perfumería. La estrategia se enfoca en posicionar la marca a través de un diseño minimalista, apuntando a un público urbano que valora la hiperpersonalización y la exclusividad. Para más detalles sobre la empresa, visite Fragancias Boutique <https://fraganciasboutique.com/pages/quienes-somos>.

"En Fragancias Boutique, llevamos más de 25 años ofreciendo a nuestros clientes una experiencia única en el mundo de la perfumería de lujo en Venezuela.

Fundada en 1999, nuestra empresa nace con la pasión de acercar al público las fragancias más exclusivas, modernas y auténticas del mercado europeo y americano.

Somos una cadena de tiendas con el mayor conocimiento en perfumes y estamos comprometidos con ayudarte a encontrar esa fragancia perfecta que conecte con tu esencia y cree recuerdos memorables.

Creemos que existe una fragancia ideal para cada tipo de persona, y nuestra misión es ayudarte a descubrirla a través de una asesoría experta, personalizada y cercana en cada una de nuestras tiendas.

Nos encontramos en los principales centros comerciales más prestigiosos de Venezuela, con tiendas elegantes, acogedoras y diseñadas para ofrecerte la mejor atención.

En cada espacio de Fragancias Boutique, vivirás una experiencia sensorial que une lujo, tendencia y autenticidad.

Valores que nos definen:

- Pasión por el mundo de los perfumes
- Proactividad para mantenernos a la vanguardia
- Espíritu colaborativo con nuestros clientes y equipo
- Deseo de ser siempre memorables
- Compromiso con ayudarte a mantener tu esencia.

Fragancias Boutique cuenta con representación oficial de reconocidas marcas internacionales y colabora únicamente con distribuidores autorizados en Venezuela, asegurando así la originalidad y calidad de cada perfume."

Aquí tienes la estructura del brief de diseño para Fragancias Boutique, diseñada para elevar su presencia visual al nivel de su trayectoria de 25 años

1. Resumen del proyecto y antecedentes

Fragancias Boutique es una cadena líder en Venezuela con más de 25 años de experiencia (fundada en 1999) en el sector de la perfumería de lujo. Su misión es conectar a los clientes con fragancias exclusivas de Europa y América.

Misión: Brindar asesoría experta y personalizada para que cada persona encuentre su esencia ideal.

Valores: Pasión, proactividad, espíritu colaborativo y compromiso con la autenticidad (productos 100% originales).

Necesidad actual: Reforzar su identidad visual para reflejar su estatus como representante oficial de marcas internacionales en los centros comerciales más prestigiosos del país.

2. Informe del sector

El mercado de la perfumería de lujo en Venezuela es altamente competitivo y se basa en la confianza y el estatus.

Tendencias: Minimalismo elegante, tipografías con serifa modernas y uso de espacios en blanco para denotar "lujo silencioso".

Competencia: Tiendas por departamento y otros retailers especializados.

Oportunidad: Aprovechar la "experiencia sensorial" y el aval de ser distribuidores autorizados para diferenciarse de las ventas informales y garantizar calidad.

3. Informe del público objetivo (Target)

Perfil: Hombres y mujeres (25-55 años) con un nivel socioeconómico medio-alto/alto.

Comportamiento: Personas que valoran la autenticidad, buscan el asesoramiento experto y desean dejar una impresión memorable a través de su aroma.

Necesidades: Buscan seguridad de que el producto es original y una experiencia de compra física premium y acogedora.

4. Objetivos comerciales y estrategia de diseño

Objetivo de negocio: Consolidar el posicionamiento de la marca como la autoridad número uno en fragancias de lujo en Venezuela.

Estrategia de diseño: Crear una identidad visual coherente que funcione tanto en puntos de venta físicos como en plataformas digitales.

Tono de comunicación: Elegante, sofisticado, experto y cercano.

Concepto visual: "La esencia de la exclusividad". Uso de paletas de colores sobrias (negros, dorados o neutros) y fotografía de producto de alta calidad que resalte el diseño de los frascos.

5. Alcance, tiempos y presupuesto por fases

Fase 1: Auditoría y Rediseño de Identidad (4 semanas): Ajustes de logotipo, definición de tipografías y paleta cromática.

Fase 2: Material de Punto de Venta (3 semanas): Diseño de bolsas de lujo, tarjetas de asesoría, y señalética interna para las tiendas.

Fase 3: Estrategia Digital (3 semanas): Creación de plantillas para redes sociales y banners para el sitio oficial de Fragancias Boutique.

Presupuesto: A definir según la cantidad de piezas finales, con un enfoque en la calidad de los acabados de impresión.

Desarrolla una paleta de colores específica y una propuesta de tipografías que combine con la elegancia de su marca

Para elevar la identidad visual de Fragancias Boutique y reflejar su estatus como referente del lujo en Venezuela, se propone una estrategia visual basada en el concepto de "Lujo Atemporal y Sensorial".

Esta propuesta busca equilibrar la trayectoria de 25 años de la marca con las tendencias de diseño de lujo para 2025-2026, priorizando la legibilidad y la sofisticación.

1. Paleta de Colores: "Esencia y Prestigio"

Se recomienda una paleta que evoque la exclusividad de los ingredientes de alta perfumería y el entorno elegante de sus tiendas físicas.

- Negro Ónix (#1A1A1B): Color principal para logotipos y textos. Transmite autoridad, elegancia y modernidad. Es el estándar del lujo que permite que los colores de los perfumes resalten.
- Oro Champaña (#D4AF37): Color de acento para detalles, acabados de impresión (hot stamping) y elementos de navegación en la web de Fragancias Boutique. Simboliza la exclusividad y la calidad de los productos importados.
- Crema de Seda (#F9F5F0): Color de fondo para empaques y sitios web. Es más cálido y acogedor que el blanco puro, alineándose con el valor de "cercanía" de la marca.
- Gris Mineral (#8E8E93): Utilizado para textos secundarios o líneas divisoras, aportando un toque contemporáneo y equilibrando el contraste entre el negro y el crema.

2. Propuesta de Tipografías: "Carácter y Claridad"

La combinación de una fuente con serifa (tradición) y una sin serifa (modernidad) es clave para marcas que representan a casas de moda internacionales.

- Tipografía Principal (Titulares): Cormorant Garamond o Playfair Display

- ★ Estilo: Serif clásica con alto contraste.
- ★ Uso: Nombres de colecciones, frases de campaña y logotipos secundarios. Estas fuentes evocan la herencia europea y la elegancia de las revistas de moda de alta gama.
- Tipografía Secundaria (Cuerpo de texto): Montserrat o Inter
- ★ Estilo: Sans-serif geométrica o humanista.
- ★ Uso: Descripciones de productos en la web, redes sociales y señalética de tiendas. Garantizan una lectura fluida y moderna en dispositivos móviles y materiales impresos.
- Tipografía de Acento (Detalles): The Roycella Script o una caligrafía refinada
- ★ Uso: Firmas de "Asesoría Experta" o mensajes personalizados para clientes VIP. Aporta el toque humano y personalizado que define a la marca.