

CASO DE ÉXITO

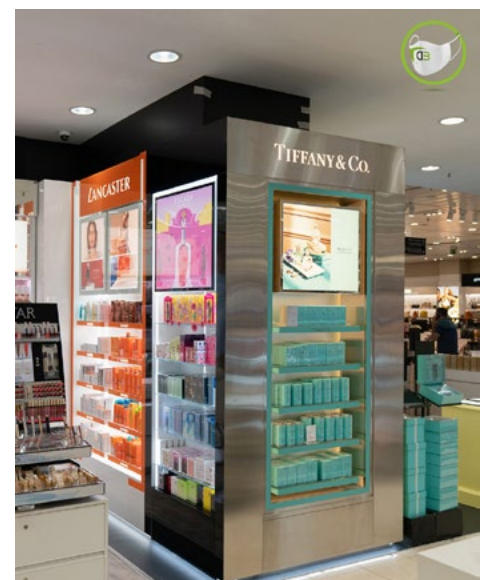
Coty Beauty, El Corte Inglés Sanchinarro
**CÓMO INTEGRAR VARIAS
MARCAS DE LUJO EN UN
SOLO ESPACIO SHOP IN SHOP**

Coty Beauty, El Corte Inglés Sanchinarro
CÓMO INTEGRAR VARIAS MARCAS DE LUJO EN UN SOLO ESPACIO SHOP IN SHOP

INTRO

Este espacio para Coty Beauty, una de las principales empresas de **comercialización de productos cosméticos y fragancias de lujo** es uno de los proyectos más elaborados y desafiantes de Aluma3 ya que nos ha supuesto integrar varias marcas en un espacio compartido dentro de **El Corte Inglés de Sanchinarro**. Este ha sido el principal reto del proyecto: teníamos diez marcas de cosmética y perfumería, cada una con su propio branding y sus propios guidelines comerciales que debíamos juntar en un único espacio.

● ●
Este ha sido el principal reto del proyecto: teníamos diez marcas de cosmética y perfumería
 ● ●



Coty Beauty, El Corte Inglés Sanchinarro
**CÓMO INTEGRAR VARIAS MARCAS DE LUJO
EN UN SOLO ESPACIO SHOP IN SHOP**

**SOBRE COTY
BEAUTY**

Coty Beauty es una multinacional estadounidense de productos de belleza fundada en París (Francia) en 1904 por François Coty. En estos más de 100 años de existencia se ha convertido en un **referente en productos cosméticos y de belleza de alta gama**. Entre sus marcas más destacadas se encuentran Calvin Klein, Chloe, Davidoff, Marc Jacobs, Adidas, Play boy, Rimmel, Sally Hansen, Gucci y Kylie Cosmetics entre otras.



EL DESAFÍO



●●
***Cada una de las
marcas debía
conservar su
esencia y respetar
la estética de su
branding***

●●

Al darnos el briefing, Coty Beauty nos pidió el diseño y la construcción de tres islas diferentes dentro de El Corte Inglés. En la primera debían convivir las marcas Hugo Boss y Calvin Klein, en la segunda Chloè y Marc Jacobs y en la tercera debíamos colocar a Escada, Gucci, Bottega Venetta, Lancaster, Tiffany's y Burberry. Cada una de las marcas debía **conservar su esencia y respetar la estética de su branding**, como si fueran planetas distintos dentro de un mismo universo. La realización del diseño para el proyecto implicaba un conocimiento profundo de cada una de las marcas pero en **Aluma3** llevamos mucho tiempo trabajando con Coty Beauty y tenemos ya el bagaje visual y estético de sus productos muy interiorizado.

EL DESAFÍO

●●
Fue necesario tener a un equipo de diseño y producción bien integrado

●●
Por otra parte, controlamos muy bien **los procesos de fabricación multimaterial** y esto es importante si tenemos en cuenta que en este proyecto no hubo un mueble igual a otro y que cada uno de ellos fue hecho de un material determinado. Por ejemplo, uno fue fabricado en madera lacada, otro en madera pintada a mano y otro hecho directamente con piedra. Esta convivencia de materiales, fue la dificultad más grande del proyecto y para ello fue necesario tener a **un equipo de diseño y producción bien integrado**. Esto nos permitió dar una respuesta muy ajustada a las necesidades de los responsables de marketing y generar la confianza que se requiere al abordar proyectos de esta envergadura.



UN EQUIPO BIEN INTEGRADO

● ●
*La coordinación
de los distintos
equipos es
esencial*

● ●



Esta complejidad de materiales y procesos diferentes implica procesos de fabricación más largos de lo habitual y que pueden llevar hasta los dos meses en total. La coordinación del equipo de diseño, de oficina técnica y de fabricación es también esencial aquí, ya que debemos tener mucha comunicación y estar todos alineados para que al final todo encaje. Es necesario buscar **cierta armonía dentro de las diferencias** y esto implica, por ejemplo, que todos los logotipos de los backwall encajen y que los visuales de cada una de las marcas estén equilibrados entre sí y no llamen la atención unos sobre otros.

En todos los proyectos realizados para Coty Beauty, empezamos siempre a trabajar mano a mano con su responsable de diseño, que nos da unos esbozos iniciales del proyecto. A partir de ahí, seguimos un proceso similar al de otros proyectos **como el de Kérastase** donde definimos el user journey y levantamos las soluciones de mobiliario y zonas de exposición en 3D para su posterior fabricación. De esta manera, el cliente tiene una idea más clara de cómo va a ser la shop in shop.

CÓMO INTEGRAR VARIAS MARCAS DE LUJO EN UN SOLO ESPACIO SHOP IN SHOP

SEGUIMIENTO Y CALIDADES

En este tipo de shop in shop tan grandes y ambiciosos planteamos siempre **una visita al taller, donde premontamos todos los muebles y elementos del proyecto** para que el cliente pueda verlos a tamaño real y con las distancias reales y hacer las modificaciones necesarias. Los cambios son así más ágiles y asequibles y nos aseguramos que no hay sorpresas una vez se monte todo en el punto de venta, donde la instalación es más ardua y los cambios más difíciles de realizar.



SEGUIMIENTO Y CALIDADES



En este proyecto también se ha hecho un seguimiento una vez inaugurada la shop in shop. Por una parte, hemos ido revisando las calidades y reparando desperfectos que se hayan podido producir por el uso de los espacios. De nuevo, **la cobertura que estamos dando a Coty Beauty forma parte de nuestros servicios instore**, que incluyen el diseño, el desarrollo técnico, la fabricación, la instalación y el mantenimiento de todos los muebles que entregamos.



● ●
*En este proyecto
también se
ha hecho un
seguimiento una
vez inaugurada la
shop in shop*





aluma3.com