



MASTER CLASS
**FUTURE STYLE
STRATEGIES**



Programación Master Class Istituto Marangoni
contacto@laescuelachile.cl
@thecollege_fashiondesign

Contenido Master Class

Future Style Strategies

Estilo, Estrategia y Marketing Digital para Start-ups.

Future Style Strategies es un taller de un día completo dirigido por Lucrezia Mancini y Daniele D'Orazi quienes compartirán su visión en cómo crear una imagen y una estrategia de marketing digital para emprendimientos y pequeñas marcas. Enfocado desde la perspectiva del mercado Norteamericano que actualmente se mueve muy rápido en tendencias contemporáneas gracias a la gran variedad de estilos, influencias, gustos, idiomas, culturas y subculturas que han llegado a definir el "nuevo lujo", se introducirá al alumno en varios temas y se estudiará el dinámico mundo social digital a través de elementos clave: diferentes estilos de moda actuales, subculturas, métodos de investigación, identidad local, cobranding, marketing de influenciadores y psicología del consumidor. Al final de este taller los alumnos crearán una propuesta de cobranding digital.

Conceptos clave:

- Moda y las ciudades: perspectivas globales y locales
- Comprender la moda
- Tribus digitales
- Marketing de influenciadores
- El arte de las colaboraciones
- Narrativas de Instagram y otros canales digitales relevantes

Preparándose para el taller

Con foco en las colecciones de Primavera/verano 2018 que se presentaron recientemente en el NYFashion Week:

- Analizar las tendencias mas relevantes en Estados Unidos, especialmente NYC, Miami and LA:
- Preparar una presentación powerpoint que incluya:
 - Para cada ciudad, una diapositiva con imágenes (mood board) de diferentes diseñadores que muestre el potencial tema tendencia de la temporada (ej: romántico, futurista, años 60', etc)
 - Para cada ciudad, una diapositiva que muestre las "tendencias técnicas" (ej: formas, siluetas, paletas de colores, etc.)
 - Para cada ciudad, una diapositiva con imágenes que muestren tendencias en telas y prints.
 - Para cada ciudad, una diapositiva con imágenes que muestren tendencias en pelo y maquillaje
 - Una diapositiva final que resuma las tendencias en común entre las 3 ciudades.



Síguenos



Horario AM - 9:30-13:00

Planeando una estrategia + Workshop:

Capitales de la moda (USA): La necesidad de entender la moda de manera global para poder interpretarla correctamente de manera local. Incluye actividades en las capitales de la moda y ejercicios para aprender a cómo justificar un producto de manera de transmitir el correcto mensaje a la audiencia.

Para una marca o start-up / fuente de inspiración: ¿Cómo nos inspiramos? Cómo el arte y las películas influyen la moda.

Tribus digitales de moda y subculturas: ¿Cuándo empezaron? Cómo la moda es un ciclo, la manera en que las subculturas influyen la moda y viceversa. (Contenido generado por el usuario)

Workshop: En grupos de 4-5 personas. A cada grupo se le asignará una tendencia y una marca. En conjunto deberán crear una propuesta para una posible campaña o desfile, identificando una subcultura/influencia que pudiera inspirar esta posible campaña o desfile. Deberán elegir el estilo, pelo, maquillaje, locación o escenografía, mood, tipo de luz y casting.

Horario PM - 14:30-18:00

Ejecución + Workshop:

Marketing de influenciadores

El aumento de los Micro-influencers: ¿Cómo elegir correctamente a los embajadores de marca, de acuerdo al mercado/ciudad?

Tribus digitales y el Arte de la Colaboración: Asociarse con otras marcas para una exitosa estrategia local (glocal)

Marketing de contenido y Narrativas de Instagram: ¿Cómo las marcas crean estrategias de marketing de contenido para lograr una estrategia local (glocal) exitosa.?

Workshop: Seleccionar una marca con la cual te gustaría colaborar en base al mercado/ciudad a la cual se quiere dirigir con la estrategia; unos pocos influenciadores para crear una campaña centrada en brand awareness a través de Instagram; y algunos temas o ideas para una estrategia de marketing de contenido (ej: diarios, videos y películas, estrategia de YouTube, viral, etc.) Crea, desarrolla y lanza el concepto.

Fecha:
Viernes 20 Octubre

Horario:
9:30 - 18:00

Valor:
Valor MC \$150.000



Síguenos



Docentes:



DANIELE D'ORAZI

Daniele D'Orazi comenzó su carrera como periodista de lifestyle mientras estudiaba Ciencias Políticas en Milán. Trabajó como creador de contenidos audiovisuales para la famosa revista GQ, en los comienzos de la era de Internet. Mientras realizaba sus estudios, tuvo la oportunidad de viajar a Noruega en un programa de intercambio. Al mismo tiempo, comenzó a fotografiar su entorno y llegó a exhibir su producción artística en diferentes ciudades de Europa. Después de una breve experiencia al margen de su carrera, trabajando como pescador, Daniele volvió a sus estudios, completó un máster en medios y comunicación y, en 2010, comenzó su aventura en marketing digital. Todo un pionero. En el 2015 se sumó al equipo del Istituto Marangoni para enseñar branding online y marketing digital para la industria del lujo, innovación, sustentabilidad y RSC.

LUCREZIA MANCINI

Lucrezia Mancini es docente y estilista de moda. Se graduó en estilismo de moda en el Istituto Marangoni. Mientras estudiaba, fue asistente de Katie Shilingford en la revista Dazed and Confused. Una vez finalizados sus estudios, colaboró con diferentes editores célebres, como Jodie Barnes de Fantastic Man Magazine, Panos Yiapanis en Love Magazine y en ID. También trabajó para Vogue Italia, H&M, Hudson Jeans y Purple Magazine. Después de varios trabajos como freelance, comenzó a asistir de forma permanente a Oliver Rizzo en las campañas y shows de Prada, Miu Miu, Dior Homme y Christian Dior. Realizó shootings para ID, Love, Vogue Italia, Número, entre Londres, Milán, París, NY y Tokio. Mientras tanto, se convirtió en editora de moda de la revista francesa Apollo y colaboradora de Dsection Magazine, otra publicación parisina. Hace 3 años es docente de estilismo en el Istituto Marangoni.

