

the hunter

the catch

Strategic Inspiration

CATCH OF THE WEEK

COM S'HA D'ADAPTAR L'ARTESANIA A LA CONTEMPORANEÏTAT?

CAMILA MOHR- 06/05/2021

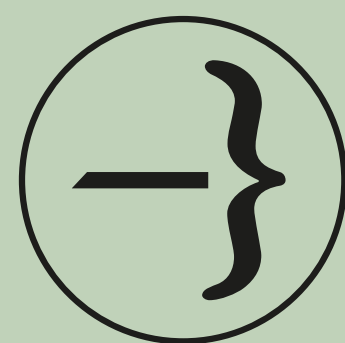
COM S'HA D'ADAPTAR L'ARTESANIA A LA CONTEMPORANEÏTAT?



Les marques artesanes actualitzen les maneres de fer negoci i de generar valors vinculats al consum, responen i connectant amb les necessitats del consumidor contemporani.

COM S'HA D'ADAPTAR L'ARTESANIA A LA CONTEMPORANEÏTAT?

EL GRAN TAKEOUT ESTRATÈGIC



Les marques artesanes incorporen, a la noció clàssica d'allò artesanal —vinculada amb l'exclusivitat, l'estètica, la tradició i la mestria tècnica—, un enfocament més inclusiu, ideològic i obert, clau per connectar amb el consumidor en el context actual.

COM S'HA D'ADAPTAR L'ARTESANIA A LA CONTEMPORANEÏTAT?

PER QUÈ HE DE LLEGIR AIXÒ?

L'exclusivitat, l'estètica, la tradició i la mestria tècnica en les marques artesanals continua sent molt rellevant per a qui n'és consumidor. Tanmateix, ja no n'hi ha prou només amb generar una cosa que s'exhibeix exteriorment, sinó que, a més a més, cal crear una cosa que se sent i que es creu interiorment. És a dir, que el valor d'una marca artesanal resideix igual en allò físic i estètic com en allò conceptual i ideològic.

COM S'HA D'ADAPTAR L'ARTESANIA A LA CONTEMPORANEÏTAT?

DE QUÈ ESTEM PARLANT?

L'artesanía és un clar reflex de la cultura i la societat durant la història. Observar-la ens ajuda a entendre les claus d'un context social, els seus valors i les seves ideologies, els seus paisatges, els seus recursos i les seves històries.

I què ens ensenyen les marques artesanes d'avui dia de la cultura i de la societat actual? Que el consum d'allò artesanal i la seva forma de generar valor s'està transformant.

En molts casos, les persones atribueixen valors obsolets al terme artesanía perquè sobretot el vinculen amb una mirada arcaica de la tradició i la mestria tècnica, valors que s'allunyen una mica de la cultura d'avui, molt més inclusiva, sostenible, comunicativa i ideològica.

Això no obstant, ja hi ha propostes artesanes que estan transformant el concepte i el valor de l'artesanía al voltant d'atributs diferencials i d'època:

Inclusivitat: les connexions personals i horitzontals entre les marques artesanes i els seus consumidors, competidors i col·laboradors, cultiven relacions íntimes i inclusives i generen una idea de comunitat en què la conversa és constant.

Punt de vista: més enllà de l'estètica, l'exclusivitat o la tècnica, les noves marques artesanes comuniquen als seus públics els seus compromisos amb la societat i el medi ambient o la seva ideologia, amb el focus centrat en la seva mirada del món i de la indústria.

Obertura: els nous artesans conserven l'especialitat en la tècnica i la mestria del seu ofici, a la qual li afegixen l'obertura, l'expansió i la difusió d'aquest saber fer a través de l'educació, de manera que ja no és l'artesà l'únic que té el coneixement i el saber fer dels seus productes, sinó que educa el consumidor perquè, si vol, ho pugui fer per si mateix.

Admirar aquestes propostes evidencia que, per continuar sent rellevants en la contemporaneïtat, no és necessari oblidar els valors clàssics, sinó que cal actualitzar-los de manera empàtica i autèntica, sempre de la mà del consumidor.

COM S'HA D'ADAPTAR L'ARTESANIA A LA CONTEMPORANEÏTAT?

LINKS I EN QUÈ EM FIXO

<https://www.lantoki.es/>



- Creació de peces atemporals i durables.
- Made-to-order o small batches prioritzant la producció sostenible.
- Producció i temps humans.
- Hibridació de models de negocis: taller, showroom i botiga en un mateix lloc.
- L'educació com a valor fonamental de les noves marques.

COM S'HA D'ADAPTAR L'ARTESANIA A LA CONTEMPORANEÏTAT?

PER QUÈ T'HA D'INTERESSAR

Perquè l'artesanía i les marques artesanes emergents són grans dissenyadors de la contemporaneïtat i la cultura.

QUINA TENSÍO ESTÀ RESOLENT:

L'artesanía revisada connecta amb els valors i resol tensions de la contemporaneïtat: més proximitat, consum local i sostenible, i la inspiració i l'estímul per al consumidor en el desenvolupament de la seva construcció personal.

DES D'UNA MIRADA ESTRATÈGICA:

Com adaptar un posicionament a la nova realitat i activar-lo a tots els touchpoints amb els consumidors i públics.

A QUI LI POT INTERESSAR:

Totes les marques, sobretot les de moda i de decoració que han construït fortament sobre un llegat basat en l'exclusivitat, la tradició i el mètier.

ON L'APLICO:

En el posicionament i els compromisos de la marca, passant pel desenvolupament de continguts, experiències o serveis, i fins al rol de la venda al detall per a la marca com a generador de comunitat o espai d'aprenentatge.

COM L'APLICO:

Plantejant compromisos socials i mediambientals que porten una nova manera de fer a la indústria, amb el focus posat en una producció més sostenible i humanitzada.

Desenvolupant entorns de comunicació directa amb el consumidor, com ara a través de les botigues, convertint-les en espais on, a més de venda, s'hi generin converses.

Compartint els valors i ensenyant sobre les maneres de fer, no tan sols des d'allò que és discursiu o la comunicació, sinó també des d'allò pràctic.

COM D'INNOVADOR ÉS:

L'artesanía i els dissenyadors emergents, en general, encara estan desconnectats de la producció massiva, per la qual cosa proposen visions alternatives i innovadores sobre com pensar la indústria, sense seguir les regles o allò que està establert.

CONCEPTES CLAU:

Artesanía, marques artesanes, sostenibilitat.

COM S'HA D'ADAPTAR L'ARTESANIA A LA CONTEMPORANEÏTAT?

EL VULL PER A LA MEVA EMPRESA O MARCA, QUÈ NECESSITO SABER?

QUI JA L'ESTÀ FENT SERVIR:

Marques del món de la moda i la decoració estan repensant les seves maneres de connectar amb el consumidor contemporani construït sobre noves visions de la indústria. Aposten per produir només el que es demana, crear peces atemporals i idear processos educatius en què poder compartir la seva manera de fer amb el món.

COSES QUE CAL TENIR EN COMPTE:

Col·laborar i crear comunitat, per més petita que sigui, és clau per connectar amb els consumidors avui dia.

En l'actualitat, a més de productes, els consumidors compren idees, raó per la qual cosa poder tenir una ideologia clara i sòlida en el temps és clau.

Estar en **contacte constant amb els públics i situar-los al centre**, això ens ajudarà a tenir el seu pols i a donar respostes als seus interessos.

COM EL COMPARTEIXO AMB LA MEVA XARXA:

«Les marques artesanes emergents ens ensenyen claus per repensar-nos en el futur»

M'INTERESSA PER LA MEVA MARCA, EXPLICA'M MÉS!

Aquest contingut forma part del tanc d'inspiració estratègica de The Hunter. Si vols que t'expliquem amb més detall com més de 15 anys investigant i mapejant ens serveixen per fer recomanacions estratègiques innovadores i culturalment rellevants, contacta amb nosaltres.

VULL SABER MÉS

the catch

Strategic Inspiration

The Catch és el tanc d'inspiració estratègica de The Hunter en què es comparteix la inspiració necessària per prendre les millors decisions estratègiques, en forma de recursos, continguts i idees úniques, fàcils d'entendre i d'aplicació immediata.

Tots els drets reservats. La propietat intel·lectual dels textos d'aquest document i de la seva reproducció és de The Hunter Projects, SL. Es permet la reproducció, amb finalitats no comercials, dels textos d'aquest document, sempre que se'n respecti la integritat i que se citi expressament la font i la URL: «Web de The Hunter Projects <http://thehunterprojects.com>»

No es permet la reproducció total ni parcial de les imatges o dels textos d'aquest document sense l'autorització prèvia de The Hunter Projects, SL. Contacte: rita.eliasson@thehunterprojects.com
La reproducció i la distribució públiques d'aquest contingut amb finalitats comercials, en qualsevol suport i per qualsevol mitjà tècnic, sense autorització expressa de The Hunter Projects, SL, queden específicament prohibides.

Qualsevol acte d'explotació, difusió i comunicació pública, i també qualsevol ús lucratiu, directe o indirecte, o comercial de qualsevol dels continguts que integren aquest document queda expressament prohibit sense l'autorització expressa prèvia i escrita de The Hunter Projects, SL.