

Projekt wnętrza przestrzeni publicznej - rebranding istniejącej firmy

Tematem zadania jest stworzenie dla dowolnej, istniejącej już na rynku marki „rebrandingu wnętrzarskiego”. Nie ma ograniczeń co do specyfiki działalności danej firmy. Mogą być to zarówno wielkie korporacje, biura, kancelarie, sklepy, marki odzieżowe, samochodowe, kosmetyczne, zabawkowe, sportowe, muzyczne, mogą być sieci restauracji, kawiarni itd.

Zadanie przeprowadzamy na dowolnym, istniejącym podkładzie o powierzchni do 500 m².

PROCES PROJEKTOWY

Rebranding dotyczy tożsamości marki (tzn. jej "wyglądu i sposobu bycia"), zazwyczaj przeprowadzamy go w celu zmiany tego, jak marka jest postrzegana w umysłach klientów.

Firmy mogą przechodzić rebranding z wielu różnych powodów, takich jak fuzje i przejęcia lub nowe produkty, ale zazwyczaj wynika to z potrzeby stworzenia silniejszego związku między produktem i tożsamością marki a odbiorcami, do których jest ona skierowana, czy wdrożeniem nowej strategii przedsiębiorstwa.

ETAPY PROJEKTU:

1. Należy wybrać dowolną firmę istniejącą czy to na rynku polskim, europejskim czy wręcz światowym. Na podstawie dostępnych materiałów, zdjęć czy własnych obserwacji wnętrz firm trzeba przeprowadzić pełną analizę użytych materiałów, kolorów, form etc. Ocenienie obecnego stanu brandu pomoże określić zakres przyszłych działań, które będą podejmowane do stworzenia nowego „plastycznego” wizerunku firmy.
2. Należy wybrać plan, odpowiadający potrzebom konkretnej, wybranej firmy. Wielkość planu/podkładu nie powinna przekraczać 500 m².
3. Po określeniu potrzeb i oczekiwań klienta (firmy) należy przeprowadzić pełną analizę wybranego podkładu polegającą na:
 - analizie charakteru i proporcji przestrzeni oraz relacji między poszczególnymi elementami wnętrza,
 - analizie nasłonecznienia i orientacji względem stron świata,
 - analizie uwarunkowań technicznych wnętrza (konstrukcja, dostęp do mediów, układ wyposażenia technicznego itp.),
 - analizie powiązań z innymi częściami budynku,
 - analiza przepisów prawa budowlanego mających zastosowanie przy projektowanej funkcji,
 - określenie charakteru i identyfikacji wizualnej wybranej instytucji.
 - analizie przewidywanego układu funkcjonalnego.

4. Sformułowanie programu użytkowego i założeń projektowych na podstawie analizy danych oraz przygotowanie moodboardu.
5. Projekt układu funkcjonalnego lokalu.
6. Praca koncepcyjna nad projektem.
7. Sporządzenie dokumentacji projektowej, w skład której wchodzi:
 - plansza (obowiązkowy zakres: rzut wyjściowy w skali 1:100 lub 1:200, rzut zaprojektowany z układem funkcjonalnym, wymiarami i opisem pomieszczeń w skali 1:50, przekroje projektowane w skali 1:50, kolorowy rzut opracowanego szczegółowo fragmentu w skali 1:20 lub 1:25, dwa kolorowe przekroje opracowanego szczegółowo fragmentu w skali 1:20 lub 1:25, wizualizacje),
 - opracowanie techniczne wybranego detalu (skala 1:20, 1:5, 1:1),
 - rzut z zakresem wyburzeń i nowych ścian w skali 1:50,
 - opracowanie elektryki/oświetlenia (całości lub fragmentu wnętrza) w skali 1:50,
 - rzut posadzek w skali 1:50,
 - moodboard.