

اخبار و مقالات دیزاین

WHITE SPACE

شماره ۱۴

از فشن شو تا دیتا: نحوه همکاری مد و تکنولوژی

گزارش جشنواره DesignTO

بیوگرافی: سیمور چواست

بررسی University of Central Lancashire

مدل کسب و کار دیزاین محور (بخش دوم)

26 D

A'DESIGN AWARDS



FREEENTRY FEE: FREE

4 D

IF AWARDS



FREEENTRY FEE: FREE

26 D

EUROPEAN DESIGN AWARD



FREEENTRY FEE: \$40

2 D

TAIWAN INTERNATIONAL PRINT BIENNAL



FREEENTRY FEE: FREE

18 D

ALUMINUM EXTRUSION DESIGN COMPETITION 2024



FREEENTRY FEE: FREE

○ روز تا شروع ددلاین
● روز تا پایان ددلاین



WWW.RASTA-TT.IR
@WHITE_SPACE_JOURNAL



هفته نامه دیزاین

WHITE SPACE

۱۴۰۲/۱۱/۱۴

شماره ۱۴

از فشن شو تا دیتا: نحوه همکاری مد و تکنولوژی

گزارش جشنواره DesignTO

بیوگرافی: سیمور چواست

بررسی University of Central Lancashire

مدل کسب و کار دیزاین محور (بخش دوم)

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: سردبیر: مدیر هنری: دبیر ترجمه: دبیر گزارش داخلی: دبیر گزارش بین المللی: سرویراستار: دبیر عکس و صفحه آرا: بنیامین بروجنی/ فاطمه رنجبر/ امیرمحمد براتی/ تارا لاکانی/ زهرا شیری/ بیتا نجفی/ زهرا براتی/ امین اسکندری پور/

University of Central Lancashire

گردآورنده: مریم مالکی مقدم

دانشگاه لنکاوی یکی از برترین دانشگاه های دولتی در پرستون، انگلستان است که در سال ۱۸۲۸ تاسیس شد. امروزه تعداد کارکنان و دانشجویان آن به ۴۲۰۰۰ نفر می رسد و این دانشگاه در رتبه بندی دانشگاه های جهانی QS در سال ۲۰۲۴ در رتبه ۹۰۱-۹۰۰ قرار دارد.

● رشته های کارشناسی ارشد دیزاین:

Product Design

(Design (with optional Professional Placement

● زبان مورد نیاز:

+6 IELTS

+8 TOEFL

+2 GPA

● شهریه:

۱۳,۵۰۰ پوند در سال

● اسکالرشپ:

بورسیه تحصیلی هنگام ورود براساس شایستگی های علمی و هنری به دانشجو تعلق میگیرد.

گزارش جشنواره DesignTO

گزارشگر: بیتا نجفی

Design
TO Festival
January 19-28, 2024

#DesignTO24
DesignTO.org

در ادامه به تعدادی از آثار برتر اشاره می شود:

«اتاق یک خانه است، یک زمین بازی است» یک رویداد مختص به فضاست که سرگرمی را با دیزاین ترکیب کرده است. از ۲۶ تا ۲۸ ژانویه، Interspace تبدیل به یک زمین بازی، به معنای واقعی کلمه، از شگفتی، شادی، کنجکاوی و نوآوری می شود.

به رهبری استودیوی خلاق رت مستقر در مونترال/تورنتو و تهیه شده توسط Ace Hotel Toronto، از بازی رایگان در سراسر نصب بادی و در طول رویداد سه روزه استقبال شده است.

جشنواره DesignTO که از ۱۹ تا ۲۸ ژانویه برگزار می شود، مردم را گرد هم می آورد تا آینده ای بهتر طراحی کنند، آینده ای که پایدارتر، عادلانه تر و شادتر باشد. این جشنواره به صورت آنلاین و حضوری در نمایشگاه های سراسر شهر تورنتو برگزار می شود.

در چهاردهمین سال برگزاری خود، بزرگترین جشنواره پیشرو سالانه طراحی کانادا، شاهد بیش از ۱۰۰ نمایشگاه، اینستالیشن و رویداد رایگان از هنرمندان و طراحان مشغول در رشته های مختلف بود.

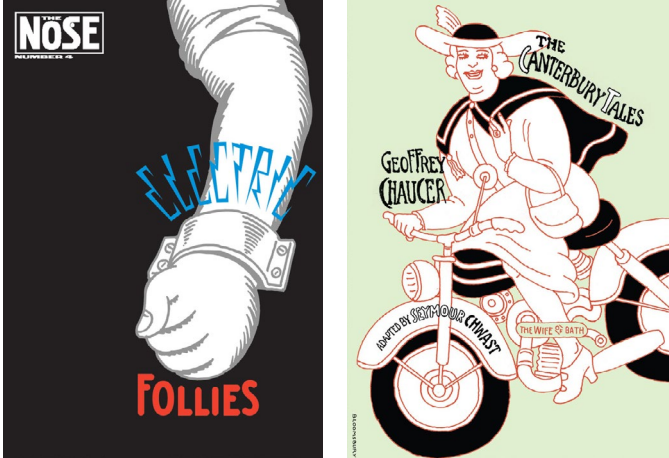
این جشنواره دارای ایده های طراحی جسورانه و برجسته است که به بحران آب و هوا و پایداری، فناوری، اخلاق و عدالت اجتماعی، شهرسازی و موارد دیگر پاسخ می دهد.

این جشنواره از زمان تأسیس خود در سال ۲۰۱۱، تورنتو را به مرکزی برای خلاقیت تبدیل کرده است، هنر و طراحی را از استودیو خارج کرده و به حوزه شهری می برد، و مردم را برای طراحی آینده ای بهتر گرد هم می آورد.

DesignTO از فرهنگ معاصر تجلیل می کند، فرصت هایی را برای استعدادها و نوظهور فراهم می کند و جامعه را با برنامه های عمومی استثنایی و قابل دسترس درگیر می کند.

DesignTO یک سازمان هنری غیرانتفاعی است که بزرگترین جشنواره طراحی سالانه کانادا را تشکیل می دهد و هفته طراحی تورنتو را تشکیل می دهد. نمایشگاه ها، ارائه ها و برنامه های آموزشی را برای افزایش دانش و درک عمومی از دیزاین و نقش آن در ایجاد جهانی پایدار،



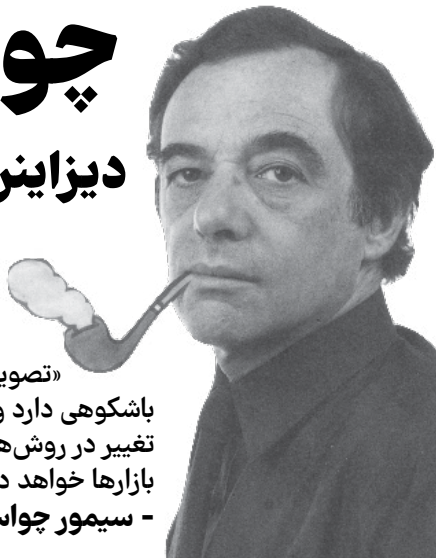


بیوگرافی: سیمور چواست

دیزاینر چپ دست

مترجم: محمد مهدی آقاجانی

منبع: design.cmu.edu



«تصویرسازی، گذشته

باشکوهی دارد و آینده‌ای باشکوه با تغییر در روش‌ها، سبک‌ها، رسانه‌ها و بازارها خواهد داشت.»
- سیمور چواست

معرفی: سیمور چواست، چهره‌ای نمادین در هنرهای تجسمی آمریکا، از مهاجران لهستانی در برانکس نیویورک متولد شد. با وجود دوران کودکی آرام و مشتاق پرسش و یادگیری، حس کنجکاو هنری چواست شکوفا شد و این آغاز حرفه او بود که به طور قابل توجهی بر چشم‌انداز دیزاین، تصویرسازی و تایپوگرافی (هنر و فن حروف چینی برای نمایش زبان) تأثیر می‌گذاشت. در طول زندگی، فداکاری تزلزل‌ناپذیر او به هنر و مسائل اجتماعی زمان خود، نشان سفر هنری او شد.

رشد و تأثیرات (۱۹۲۹-۳۹): تمایلات هنری اولیه

چواست با تحسین والت دیزنی، کارتون‌های

روز بکشنه و فیلم‌های سریالی پرورش

یافت. آرزوی اولیه او برای تبدیل شدن

به یک انیماتور دیزنی زمانی متحول

شد که در دبیرستان آبراهام لینکلن با

دنیای دیزاین گرافیکی با هدایت لئون

فرند مواجه شد. این آغاز یک آموزش

رسمی در هنر در اتحادیه کوپر بود، جایی

که چواست به میراث غنی گرافیک

سیاسی هنرمندانی مانند بن شاهن،

گئورگ گروس و دیگران پرداخت.

تأثیرات داخلی و خارجی بر پیشرفت

چواست عمیق بود. مواجهه او با

تغییرات جوی اجتماعی، همراه با ظهور

عکاسی و فیلم، زمینه را برای دگرگونی

در دنیای تصویرسازی فراهم کرد.

دهه ۱۹۶۰ شاهد پایان سبک نورمن

راکول بود که تصویرگران را به بررسی

مسائل پیچیده‌تر ترغیب کرد. موضع

ضدجنگ چواست، که در قطعاتی مانند

«پایان دادن به نفس بد» و «کتاب نبردها» مشهود است، تغییر

قابل توجهی را به سمت هنر آگاهانه اجتماعی نشان می‌دهد.

فراز با استودیو پوش پین (Push Pin) (۷۰-۱۹۵۵):

چواست، همراه با میلتون گلیزر (Milton Glaser)، استودیو

پوش پین (سوزن نه‌گرد) را تأسیس کردند، که این مرکز خلاقانه،

چشم‌انداز هنر عامه‌پسند آمریکایی را تغییر داد. رویکرد نوآورانه

این استودیو، ترکیب هنر و تایپوگرافی، در پروژه‌هایی مانند گرافیک

ماهانه پوش پین (Push Pin Monthly Graphic) که بستری

برای نمایشگاه‌های تجربی و موضوعی بود، بیان شد. انطباق‌پذیری

و اشتیاق پایدار چواست تضمین کرد که استودیو پوش پین حتی

پس از ترک کردن گلیزر در سال ۱۹۷۵، یک نیروی مسلط باقی بماند.

توانایی استودیو برای الهام از جنبش‌های هنری تاریخی، با ترکیب

عناصر وابسته به سلطنت ملکه ویکتوریا، مکتب هنری آرنوو

(هنرهای تجسمی)، و هنر دکو (هنرهای تزئینی)، کیفیت رسمی

و درعین حال جاودانه را به کار آنها اضافه کرد. شایان ذکر

است، همکاری چواست با گلیزر، با نظرات متضادشان، تلاقی جذابی از هنر و تایپوگرافی را در استودیو پوش پین ایجاد کرد. پوش پین تا به امروز: حرفه چواست به مسیر خود ادامه داد و با تغییرات تکنولوژیکی نیز سازگار شد که تصویرسازی واقع‌گرایانه را منسوخ کرد. ارتباط پایدار او با دگرگونی‌های استودیو، به خدمات و مشتریانش تنوع بخشید. توانایی چواست در پذیرش تغییر و درعین حال حفظ جوهر صدای هنری‌اش، نشان‌دهنده انعطاف‌پذیری و سازگاری اوست. چواست با پائولا شر (Paula Scher) در سال ۱۹۷۳ ازدواج کرد و پس از جدانشدن، مجدداً در سال ۱۹۸۹ با او ازدواج کرد. همکاری او با پائولا در زندگی شخصی و حرفه‌ای‌اش بسیار مؤثر بوده است. مشارکت نزدیک و تأثیر متقابل آنها از یکدیگر، به موفقیت مداوم کوشش‌های هنری چواست کمک می‌کند.

اخلاق و ارزش‌های کاری: اخلاق کاری چواست با یک‌روال روزانه مشخص می‌شود که از ساعت ۶ صبح تا ۶ بعدازظهر به طول می‌انجامد و شوروشوق سوزان او را برای هنر نشان می‌دهد. دیدگاه خوش‌بینانه او در مورد ارتباط پایدار تصویرسازی،

علی‌رغم فناوری‌های در حال تکامل، بر تعهد او به رسانه‌های سنتی و ارتباطات بصری معنادار، تأکید می‌کند. تمایز چواست بین هنر و تصویرگری، با تصویرگری که به مسائل دست‌پذیر می‌پردازد،

با اعتقاد او همخوانی دارد که تصویرگران، مانند پزشکان، باید «هیچ آسیبی وارد نکنند». مقاومت او در برابر تحت‌تأثیر قرارگرفتن توسط ترندهای دیجیتال چشمگیر، بر ماهیت جاودانه کارهایش، که از گذشته الهام می‌گیرد و به‌روز و مرتبط باقی می‌ماند، تأکید می‌کند.

میراث: میراث سیمور چواست در ملبله‌ای غنی از تصاویر، طرح‌ها و حروف چاپی که اثری پاک‌نشده بر فرهنگ بصری آمریکا بر جای گذاشته، تثبیت شده است. مشارکت‌های پیوسته او، با نشریاتی مانند مجله «The Nose»، گرفته تا تفسیرهای مصور از آثار کلاسیک، نشان‌دهنده تلاش‌های بی‌وقفه برای بیان هنری و تفسیر اجتماعی است. توانایی چواست در جهت‌یابی در چشم‌انداز در حال تکامل طراحی و درعین حال وفادار ماندن به اصول خود، موقعیت او را به‌عنوان یک فرد رویایی در این زمینه مستحکم می‌کند.

جمع‌بندی: این خلاصه گسترده به زندگی و تأثیر سیمور چواست می‌پردازد و مروری جامع از سفر او از یک کودک کنجکاو در برانکس به چهره‌ای استوار در هنرهای تجسمی آمریکا ارائه می‌دهد. تأثیر او بر دیزاین، تصویرسازی و تایپوگرافی در طول دهه‌ها طنین‌انداز شده است و نشان‌دهنده تعهد به بیان هنری، آگاهی اجتماعی و قدرت پایدار ارتباطات بصری است.

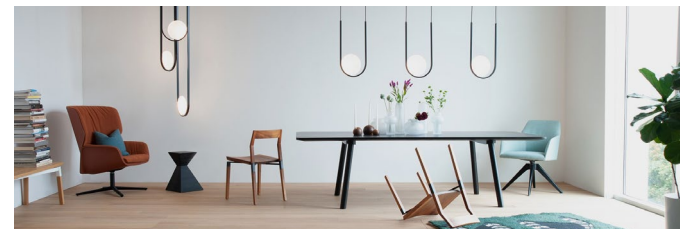


آینده هنر در کانادا تحت تأثیر ترکیبی از عوامل فرهنگی، فناوری، اقتصادی و اجتماعی خواهد بود. همانطور که فناوری همچنان در حال تکامل است، از چه راه‌هایی می‌تواند به هنرمندان و چشم‌انداز فرهنگی آینده هنر کانادا کمک کند - یا به آنها آسیب برساند؟

«هوش هنری» که توسط Partial ارائه شده است، آینده نزدیک هنر در کانادا را جشن می‌گیرد و شامل آثار هنری بدیع است که موج بعدی هنرمندان هیجان‌انگیزی مانند Hau Pham, Jason Zante, Chico Togni و بسیاری دیگر را به نمایش می‌گذارد.

مجموعه‌ای از برنامه‌نویسی تعامل پویا بین سفر هنرمند، جمع‌آوری آثار هنری و نوآوری‌های فناوری را بررسی می‌کند.

بازدیدکنندگان همچنین می‌توانند «Art Sommelier»، «PAAS» به کمک هوش مصنوعی را در محل تجربه کنند، نمونه‌ای از این که چگونه یادگیری ماشینی می‌تواند با انتخاب آثار هنری برای بازدیدکنندگان از مجموعه هزاران اثر هنری اصلی از سراسر کانادا، از هنرها پشتیبانی کند.

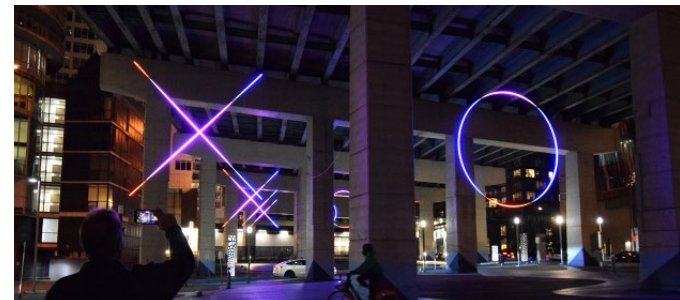


یک رویداد A&D در استودیوی تولید جدید ۱۴۰۰ فوت مربعی hollis+morris در تورنتو است که در آن میلمان و نوپرردازی در محل طراحی، نمونه‌سازی، تولید و به نمایش گذاشته می‌شود.

به مناسبت دهمین سالگرد خود، از معماران، طراحان داخلی و نویسندگان دیزاین دعوت شد تا به میزبان کوروت، بنیانگذار hollis+morris و معمار جانان ماندویل از استودیو پاساز (هالیفاکس) برای یک کوکتل و گفتگو در مورد طراحی استودیو، از جمله پیش‌نمایش دیزاین خانه جدید میزبان همگام با فضای کار دیزاین و ساخته شده است، ببینند.

میشا کوروت با مهارت ذاتی در ساخت و ساز، قدردانی خود را از دیزاینر در حالی که وقت خود را با گروهی از معماران جوان گذرانده بود و برای مدرک لیسانس خود در علوم محیطی در دانشگاه دالهاوسی کار می‌کرد، افزایش داد. کوروت با استقبال از اشتیاق تازه کشف شده خود، کار خود را با ساخت میلمان در ساحل شرقی آغاز کرد و در نهایت راهی تورنتو شد.

جانان ماندویل یک معمار است که در نوا اسکوشیا مستقر است و به تأسیس استودیو پاساز کمک کرد. استودیو هم معماری و هم هنر عمومی را با تمرکز بر اتمسفر بررسی می‌کند: جوهر یک فضا که از طریق حواس ما درک می‌شود. او تمرین را با تدریس در دانشکده معماری دالاهو متعادل می‌کند.



این اینستالیشن پویا که برای ایجاد ارتباطات و فرصت‌های مشترک بین طراحان، معماران و هنرمندان رسانه‌های جدید طراحی شده است، به پیشبرد مرزهای پارادایم‌های طراحی مرسوم و پرورش نوآوری اختصاص دارد.

این میکسر در استودیوی Urban Visuals که در خیابان Geary، یک نوار صنعتی، محل استودیوهای هنرمندان، کافه‌ها، آجوسازی‌ها و گالری‌های هنری است، انجام می‌شود. از جامعه اطراف و جامعه گسترده‌تر DesignTO دعوت شد تا ایده‌ها، نمونه‌های اولیه یا صرفاً یک ذهن باز و قصد همکاری همراه داشته باشند.

از فشن شو تا دیتا: نحوه همکاری مد و تکنولوژی

نویسنده: Amara Blake
مترجم: بنیامین بروجنی
منبع: desireedesign.co.uk



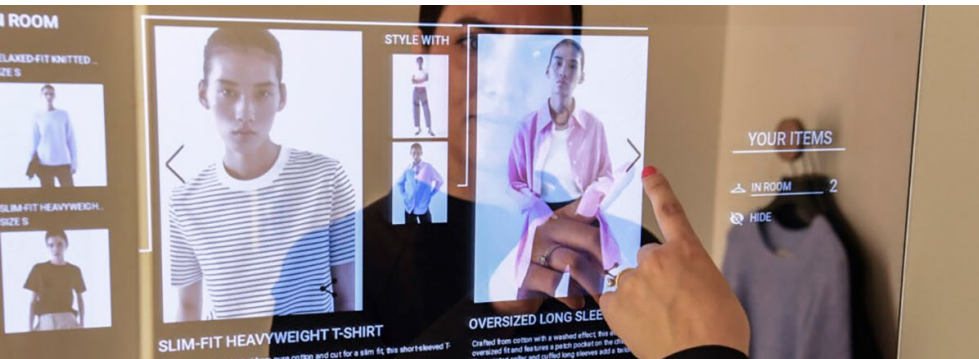
می‌دهد تا در عین لذت‌بردن از راحتی و قابلیت‌های این دستگاه‌ها، سبک شخصی خود را بیان کنند.

درک رفتار مصرف‌کننده

داده‌های جمع‌آوری‌شده از طریق نوآوری‌های مد تکنولوژیک نقش مهمی در درک رفتار و ترجیحات مصرف‌کننده دارد. برندها می‌توانند این داده‌ها را تجزیه و تحلیل کنند تا بینشی در مورد ترجیحات مشتری، الگوهای خرید و روندهای نوظهور به دست آورند. این رویکرد مبتنی بر داده، برندهای مد را قادر می‌سازد تا تصمیمات آگاهانه بگیرند، پیشنهادهای محصول خود را بهینه کنند، و تجربیات شخصی‌سازی‌شده‌ای را ارائه دهند که با مخاطبان هدفشان طنین‌انداز شود.

دموکراتیک‌سازی مد

مد تکنولوژیک همچنین دموکراتیزه کردن مد را تسهیل کرده است و طراحان مشتاق و برند‌های مستقل را توانمند می‌کند. پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی صحنه‌ای را برای این استعدادها نوظهور فراهم کرده‌اند تا سبک‌های منحصربه‌فرد خود را به نمایش بگذارند و مستقیماً با مصرف‌کنندگان ارتباط برقرار کنند. از طریق پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، مصرف‌کنندگان اکنون به طیف متنوعی از گزینه‌های مد فراتر از برندهای رایج سنتی دسترسی دارند و چشم‌انداز مد فراگیرتر و متنوع‌تری را پرورش می‌دهند.



حریم خصوصی و ملاحظات اخلاقی

با این حال، رسیدگی به چالش‌های بالقوه و ملاحظات اخلاقی مرتبط با ادغام مد و تکنولوژی بسیار مهم است. نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و امنیت داده‌ها باید به‌دقت موردتوجه قرار گیرد تا اعتماد مصرف‌کننده تضمین شود و از اطلاعات حساس محافظت شود. علاوه بر این، ماهیت سریع تکنولوژی، چالش‌هایی را برای برندهای مد در همگامی با آخرین پیشرفت‌ها و حصول اطمینان از همسویی ابتکارات مبتنی بر فناوری با هویت و ارزش‌های برندشان ایجاد می‌کند.

شکل‌دادن آینده

مد تکنولوژیک در حال تغییر شکل‌دادن صنعت است و تجارب مصرف‌کنندگان را به ارتفاعات قابل‌توجهی ارتقا می‌دهد. از واقعیت افزوده و تجربه‌های آزمایش مجازی گرفته تا منسوجات هوشمند، توصیه‌های شخصی‌سازی‌شده، و فناوری‌های پوشیدنی، برندهای مد از این نوآوری‌ها برای تعامل، الهام بخشیدن و ارتباط با مصرف‌کنندگان در سطحی عمیق‌تر استفاده می‌کنند. ادغام تکنولوژی نه‌تنها راحتی و شخصی‌سازی را افزایش می‌دهد، بلکه پایداری، فراگیری و خلاقیت را نیز تقویت می‌کند. همان‌طور که چشم‌انداز به تکامل خود ادامه می‌دهد، مد تکنولوژیک نقشی محوری در شکل‌دادن به آینده مد ایفا می‌کند و امکانات بی‌پایانی را برای برندها فراهم می‌کند تا مصرف‌کنندگان را مجذوب و خوشحال کنند. با پذیرش این پیشرفت‌ها، برندهای مد می‌توانند چشم‌انداز دائماً در حال تغییر مصرف‌کننده را هدایت کنند، رشد کنند و خود را به‌عنوان رهبران این صنعت تثبیت کنند.

تکنولوژی فراتر از حوزه تجارت الکترونیک و تجربیات آنلاین است. فضاهای خرده‌فروشی فیزیکی اکنون از تکنولوژی برای ایجاد محیط‌های فراگیر و جذاب استفاده می‌کنند. به‌عنوان مثال، آینه‌های تعاملی مجهز به تکنولوژی AR به مشتریان این امکان را می‌دهند که لباس‌های مختلف را به طور مجازی «آزمایش» کنند و بدون تغییر فیزیکی لباس‌ها، سبک‌های مختلف را تجربه کنند. این رویکرد نوآورانه برای تجارب در فروشگاه، تعامل مشتری را افزایش می‌دهد و کاوش را تشویق می‌کند و به طور مؤثر شکاف بین خرید آنلاین و آفلاین را پر می‌کند.

تعهد مد تکنولوژیک به محیط‌زیست

علاوه بر اینها، پایداری یک جنبه حیاتی از تکنولوژی مد است. این صنعت از تکنولوژی برای رسیدگی به نگرانی‌های زیست‌محیطی و ترویج شیوه‌های سازگار با محیط‌زیست استفاده می‌کند. از تکنولوژی‌های بازیافت و دوچرخه‌سواری تا مواد نوآورانه ساخته شده از منابع تجدیدپذیر، مد تکنولوژیک راه را برای آینده‌ای پایدارتر هموار می‌کند. به‌عنوان مثال، چاپ سه‌بعدی برای ایجاد لباس‌هایی با استفاده از مواد زیست‌تخریب‌پذیر، به‌حداقل‌رساندن ضایعات و کاهش ردپای کربن در صنعت استفاده می‌شود. تکنولوژی به برندهای مد قدرت می‌دهد تا شیوه‌های پایدار را در آغوش بگیرند و تقاضای روبه‌رشد برای محصولات سازگار با محیط‌زیست را برآورده کنند.

فرصت‌ها و چالش‌ها: رهیابی در تقاطع مد و تکنولوژی

مد تکنولوژیک فرصت‌ها و چالش‌های هیجان‌انگیزی را برای برندهای مد ارائه می‌دهد. پذیرش این نوآوری‌ها مستلزم درک عمیق انتظارات مصرف‌کننده و تمایل به انطباق با تکنولوژی‌های جدید است. برندهایی که با موفقیت در این تلاقی مد و تکنولوژی حرکت می‌کنند، با ارائه تجارب بهبودیافته مصرف‌کننده، تقویت وفاداری به برند و ماندن در خط مقدم روندهای صنعت، مزیت رقابتی به دست خواهند آورد.

خرده‌فروشی مد در عصر دیجیتال

ادغام مد و تکنولوژی پیامدهای قابل‌توجهی برای آینده خرده‌فروشی مد، به‌ویژه از طریق پلتفرم‌های آنلاین و وب‌سایت‌های تجارت الکترونیک به همراه داشته است. این کانال‌های دیجیتال برای برندهای مد برای تعامل با مصرف‌کنندگان و افزایش فروش ضروری شده‌اند. از طریق ادغام یکپارچه تکنولوژی، تجربه خرید کلی افزایش می‌یابد و راحتی، تعامل و شخصی‌سازی را ارائه می‌دهد.

تجربیات فراگیر: واقعیت مجازی در مد

واقعیت مجازی (VR) به‌عنوان یک ابزار قدرتمند ظاهر می‌شود که برندهای مد را قادر می‌سازد تا تجارب فراگیر و فریبنده را برای خریداران آنلاین ایجاد کنند. با استفاده از تکنولوژی واقعیت مجازی، برندها می‌توانند مصرف‌کنندگان را به نمایشگاه‌های مجازی، رویدادهای مد و حتی نمایش‌های مد مجازی بسازند. این تجربیات به مصرف‌کنندگان اجازه می‌دهد تا مجموعه‌ها را کشف کنند، لباس‌ها را از هر زاویه ببینند و خود را در چشم‌انداز برند غرق کنند. VR فرصتی منحصربه‌فرد برای برندهای مد فراهم می‌کند تا خلاقیت، داستان‌سرایی و مهارت خود را به نمایش بگذارند و ارتباط عمیق‌تر با مصرف‌کنندگان را تقویت کنند.

تکنولوژی پوشیدنی

ادغام تکنولوژی پوشیدنی در لوازم جانبی مد یکی دیگر از جنبه‌های هیجان‌انگیز مد تکنولوژیک است. ساعت‌های هوشمند، ردیاب‌های تناسب‌اندام و سایر دستگاه‌های پوشیدنی در سال‌های اخیر محبوبیت پیدا کرده‌اند و به طور یکپارچه مد و تکنولوژی را ادغام کرده‌اند. این دستگاه‌ها نه‌تنها مزایای عملکردی مانند ردیابی تناسب‌اندام و نظارت بر سلامت را ارائه می‌دهند، بلکه زیبایی شیک و مد روز را نیز ارائه می‌دهند. همگرایی مد و تکنولوژی پوشیدنی به مصرف‌کنندگان اجازه

ادغام مد و تکنولوژی نحوه تعامل مصرف‌کنندگان با برندها و محصولات مد را متحول می‌کند. از واقعیت افزوده (AR) و تجربه استفاده از تکنولوژی try-on (فناوری آزمایش مجازی از واقعیت افزوده AR) برای ایجاد یک محیط مجازی استفاده می‌کند که تجربه آزمایش یک محصول را شبیه‌سازی می‌کند. گرفته تا منسوجات هوشمند و توصیه‌های شخصی‌سازی شده، پیشرفت‌های نوآورانه تجربیات مصرف‌کننده را به روش‌های بی‌سابقه‌ای ارتقا می‌دهند.

تجربیات فراگیر و تعاملی

واقعیت افزوده (AR) به‌عنوان یکی از هیجان‌انگیزترین پیشرفت‌ها در تکنولوژی مد که تجربه‌های فراگیر و تعاملی را برای مصرف‌کنندگان ارائه می‌دهد. برندهای مد اکنون می‌توانند تجربه‌های مجازی را از طریق تکنولوژی AR ارائه دهند و مشتریان را قادر می‌سازد تا قبل از خرید، لباس‌ها و لوازم جانبی را به‌صورت دیجیتالی امتحان کنند. این امر نیاز به اتاق‌های پرو فیزیکی را از بین می‌برد و راحتی و تجربه خرید شخصی‌تر را فراهم می‌کند. مصرف‌کنندگان می‌توانند تصور کنند که سبک‌ها، رنگ‌ها و اندازه‌های مختلف چگونه به نظر می‌رسند بدون اینکه آسایش خانه‌شان را ترک کنند، و به آنها قدرت می‌دهد تا تصمیمات مطمئن و آگاهانه بگیرند.

منسوجات هوشمند: انقلابی در راحتی و عملکرد

یکی دیگر از زمینه‌های پیشگامانه تکنولوژی مد، منسوجات هوشمند است که انقلابی در صنعت ایجاد می‌کنند. این پارچه‌ها با حسگرها و قطعات الکترونیکی تعبیه شده‌اند که آنها را قادر می‌سازد با کاربر و محیط تعامل داشته باشند. منسوجات هوشمند می‌توانند داده‌های بیومتریک مانند ضربان قلب و دمای بدن را برای ارائه بینش‌ها و توصیه‌های شخصی‌سازی شده نظارت کنند. به‌عنوان مثال، یک پیراهن ورزشی هوشمند می‌تواند ضربان قلب فرد را در حین ورزش ردیابی کند و شدت تمرین را بر اساس آن تنظیم کند. این لباس‌های هوشمند نه‌تنها عملکرد را افزایش می‌دهند، بلکه سطح جدیدی از راحتی و عملکرد را نیز ارائه می‌دهند.

اکتشافات مد مبتنی بر هوش مصنوعی

توصیه‌های شخصی‌سازی شده مبتنی بر هوش مصنوعی (AI) روشی که مصرف‌کنندگان مد را کشف و خرید می‌کنند را تغییر می‌دهد. الگوریتم‌های هوش مصنوعی با تجزیه و تحلیل حجم وسیعی از داده‌ها، از جمله اولویت‌های مصرف‌کننده، تاریخچه مرور، و رفتار خرید، توصیه‌های شخصی‌سازی‌شده را متناسب با سلیقه‌های فردی تنظیم می‌کنند. این تکنولوژی به برندهای مد قدرت می‌دهد تا پیشنهادهای بسیار مرتبط و هدفمند ارائه دهند، و به مصرف‌کنندگان کمک می‌کند تا در طیف گسترده‌ای از گزینه‌ها پیمایش کنند و سبک‌های جدیدی را کشف کنند که با ترجیحات منحصربه‌فرد آنها طنین‌انداز می‌شود.

پل زدن بین آنلاین و آفلاین: تکنولوژی در فضاهای خرده‌فروشی فیزیکی

ادغام مد و

مد و

مد و

مد و

مد و

مد و

مد و

مد و

مد و

مد و



دیزاین و کار کسب

مدل کسب و کار دیزاین محور (بخش دوم)
نویسنده: محمدرضا منصوری

گروه مخاطبان مدل کسب و کار دیزاین محور

مخاطبان هدف در یک مدل کسب و کار با تمرکز بر طراحی، به گروه‌های خاصی از انسان‌ها اشاره می‌کند که کسب و کار با کالا یا خدمات خود به دنبال رسیدن و ارزش‌رسانی به آن‌ها است. این مخاطبان بر اساس عوامل مختلفی مانند جمعیت‌شناسی، رفتار، نیازها و ویژگی‌های روان‌شناختی شناسایی می‌شوند. برای مثال، یک کسب و کار که ساعت‌های لوکس را طراحی می‌کند و به فروش می‌رساند، ممکن است بر افراد ثروتمندی که کیفیت، صنایع دستی و انحصاری بودن را ارزشمند می‌دانند، تمرکز کند. کسب و کار در شناخت گروه مخاطب خود، عواملی مانند سن، جنسیت، درآمد و سبک زندگی را نیز در نظر می‌گیرد. شناسایی و بخش‌بندی مخاطبان به کسب و کار کمک می‌کند تا کالاها یا خدمات خود را به نیازها و ترجیحات خاص مخاطبان خود سفارشی کند. به کارگیری این برنامه می‌تواند منجر به افزایش رضایت مشتری، وفاداری و سودآوری شود.

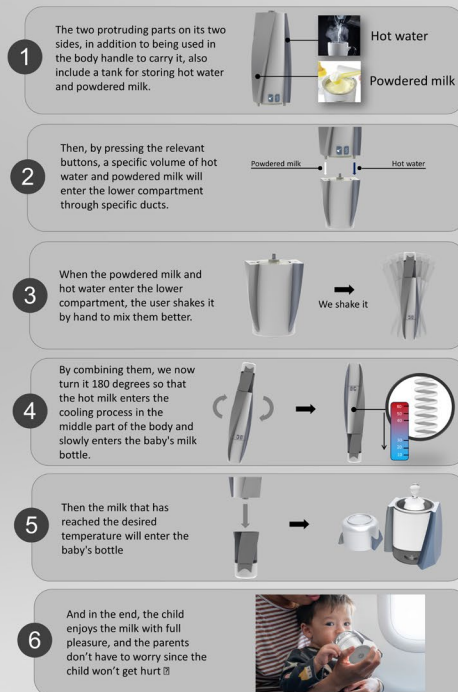
چگونه باید نیازهای آشکار و پنهان مخاطبان را شناخت و درک کرد؟

- انجام تحقیقات بازار: می‌توانید نظرسنجی، رول مدلینگ، ساخت مودبورد، پرسشنامه، گروه‌های متمرکز، مصاحبه، مشاهده و سایر روش‌های ذهنی و عینی را برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به نیازها، ترجیحات و رفتار مخاطبان هدف خود به کار ببرید. این کار به شما در شناسایی نیازهای درونی یا پنهان و آشکار کمک می‌کند.
- تحلیل بازخورد مخاطب: به بررسی نظرات، نظرات و بازخوردهای مشتریان در رسانه‌های اجتماعی، انجمن‌ها و سایر پلتفرم‌های آنلاین بپردازید. این کار به شما برای درک اینکه مشتریان شما چه چیزهایی را دوست دارند و چه چیزهایی را از محصولات یا خدمات شما نمی‌پسندند، نکات قابل توجهی را ارائه می‌دهد.
- استفاده از ابزارهای تجزیه و تحلیل: از ابزارهای تجزیه و تحلیل برای پیگیری رفتار مشتریان در وب سایت یا برنامه خود استفاده کنید. این کار به شما کمک می‌کند تا درک کنید چگونه مخاطبان با کالاها یا خدمات شما تعامل می‌کنند.
- پیگیری روند یا ترند صنعت: چشم خود را به روند صنعت و نوآوری‌ها باز دارید تا در جلوی رقابت قرار بگیرید و نیازهای مخاطبان در حال تکامل را برآورده کنید.
- انجام مصاحبه هم‌دلی: برای درک نیازهای عاطفی و روانی مخاطبین هدف خود، مصاحبه هم‌دلی انجام دهید. این کار به شما در شناسایی نیازهای پنهان یا درونی فرد کمک می‌کند. این روش یکی از محوری‌ترین روش‌ها در تفکر طراحی نیز می‌باشد.

HavZhin

It means companion...

Nowadays, it has been observed that the parents of breastfed children have problems to store and carry raw materials of milk while traveling, as well as preparing it for their child's consumption. But "Havzhin" will solve all these problems alone and completely. "Havzhin" stores powdered milk and hot water with two compartments around it, and when needed to combine them by pressing the available buttons, hot water and powdered milk will be combined in its special compartment in the lower part. Finally, we rotate the "Havzhin" 180 degrees around the horizontal axis so that the hot milk enters the process of reducing the temperature due to the gravity of the earth, and then a fully prepared milk with the desired temperature enters the baby milk bottle container for the baby's consumption.



معین خالدي
ورودی ۱۴۰۰ طراحی صنعتی دانشگاه هنر تهران



طرح خود را روی جلد
نشریه منتشر کنید.

هر هفته یکی از آثار ارسال
شده توسط شما در این
صفحه منتشر خواهد شد.

تمامی آثار گرافیکی اعم از
رندرشات، پوستر و دیجیتال
آرت مجازند.

آثار را به آیدی زیر در تلگرام
ارسال کنید:

@WHITE_SPACE_ADMIN