

UHREN

STRATEGIE. DESIGN. ERLEBNIS.



Uhren sind weit mehr als Instrumente zur Zeitmessung – sie sind Ausdruck von Präzision, Persönlichkeit und kulturellem Selbstverständnis. Gutes Uhrendesign ist bis ins kleinste Detail durchdacht. Es vereint technische Raffinesse, Handwerk und jahrzehntelang gewachsenes Know-how zu einem ästhetischen Statement am Handgelenk. Ein Objekt, das man sieht, spürt – und erlebt.

Wien / Pörschach am Wörthersee

+43 650 30 12 987

office@designology.at

designology.at



WIR MACHEN DAS.

DESIGN

PRODUKT

DESIGN ANALYSE

Analyse Zieldefinition, Positionierung
Analyse technische Rahmenbedingungen

DESIGN ENTWICKLUNG

Entwicklung Designthema
Funktionales und ästhetische Konzept,
Machbarkeit abklären, Ausarbeitung 2D und 3D Design, Definition Formen, Farben, Materialien, Oberflächen, Vorselektion Lieferanten

KONSTRUKTION GEHÄUSE / SWISS ENGINEERING

Technische Umsetzung des Designkonzeptes,
Konstruktion definieren hinsichtlich Machbarkeit, Herstellungsprozess und Kostenoptimierung, Technische Entwicklung in 3D
Herstellungspläne in 2D erstellen

ENTWICKLUNG UHRWERK / SWISS ENGINEERING

Anforderungen analysieren, Machbarkeit abklären
Innovative Funktionen erarbeiten und umsetzen,
Technische Entwicklung in 3D, Herstellungspläne in 2D erstellen, Vorführmodelle und Prototypen

VISUALISIERUNG

Definition Varianten / Kollektion
Photorealistische Renderings, Animationen

SUPPORT SERIENÜBERLEITUNG

Lieferantenauswahl für Einkauf, Erstellen der technischen Dokumente für den Einkauf,
Prototypen Montage, Korrekturen nach Prototyping Phase, Anpassung techn. Dokumentation, Datenabgleich 2D/3D, Serienfreigabe

MARKE

MARKT

MARKTPositionierung

Mitbewerbsanalysen
Best in Class / Worst in Class Bewertungen
Markterwartungs-Matrix (Angebot & Kundenerwartung)
Positionierungsidee, -konzept
Definition Kundentypen, -personas, -bedürfnisse
Ableitung der unique Marktpositionierung
Strategie Marktbearbeitung (Vertrieb, Kommunikation)

MARKENWERTE

Entwicklung Unternehmensvision
Handlungsmoral (Marketing & operatives Handeln)
Markenpyramide
Definition der Kernmarkenwerte

CUSTOMER JOURNEYS

Analyse der Kundeninteraktionen
Definition aller Touchpoints
Entwicklung durchgehende Botschaft (Erlebnis)
Entwicklung Customer Journey (1st Contact- Rechnung)
Gleichklang Off Site / OnSite / Digital Experience

DIGITALISIERUNG

Analyse Digitalisierungsgrad
Hinterfragen ALLER Businessprozesse
Identifizierung Digitalisierungspotentiale (Kundenvorteil)
Entwicklung neuer (digitaler) Services
Nutzung Digitaler Wettbewerbsvorteile (Digital Natives)

AUSSEHEN

AUFTRITT

CI/CD ENTWICKLUNG

Markenwert/Brand Visualisierungskonzept
Logo / Designelemente (Neu oder Redesign)
Entwicklung Claims, Produktlogiken / -namen
Corporate Colours & Signature
Corporate Wording
Strategie

GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Briefpapier, Briefkuverts
Visitenkarten, MFGs
Angebots-, Rechnungsvorlagen

KOMMUNIKATIONSMITTEL

Magazin / Katalog / Preislisten / Folder
Tagesinformationen & Daily Items
Werbekampagnen, Anzeigen / Inserate
Direct-Mailings, Newsletter
Piktogramme & Signatures
Präsentationsvorlagen

DIGITAL

Webseiten Design (Grafisches, Functional & Technical)
Social Media Post Vorlagen & Kampagnenideen
Google Ad Design (Idea & Creative)

CI/CD/ DESIGN SPARINGPARTNER

Clearingstelle für CI/CD/Design Fragen
(Materialien, Kommunikation, Vor Ort, Interior,...)