0.0

Comentarios (0)

Hernán Braberman

Buenos Aires, Argentina
Conferencista | Capacitador | Panelista

País de residencia: Argentina

Nacionalidad: Argentina

Idiomas: Español, Inglés

Áreas de conocimiento

Tendencias, Diseño gráfico, Diseño industrial, Branding, Branding estratégico, Brandstory, Branding Comercial, Mercadeo / Diseño de usuario, Estrategias de Mercadeo, Desing thinking and innovation, Innovación basada en Design thinking, Diseño de packaging, Diseño de empaques, Tendencias de diseño de packaging, Tendencias consumo masivo, Realidad aumentada.

Descripción del perfil

Soy socio y director ejecutivo de diseño de tridimage, la consultora líder y más premiada en Latinoamérica en diseño gráfico y estructural de marcas y packaging. Tridimage prepara para el futuro marcas latinoamericanas a través del diseño de packaging. Nuestra galardonada agencia tiene su sede creativa en Buenos Aires y cuenta con directores de cuentas en México, Ecuador y Guatemala. Combinando el branding 3D, el diseño gráfico y estructural de packaging, tridimage crea, revitaliza y extiende las marcas de consumo masivo para impactar positivamente a los consumidores, al mercado y a la sociedad. Desde 1995 soy Director Ejecutivo de Diseño de tridimage, responsable de la dirección creativa y de la gestión del diseño de sus proyectos estructurales y de diseño gráfico. Mi experiencia en el diseño de envases abarca todos los sectores, incluyendo alimentación y bebidas, vino, salud y belleza, cuidado del hogar y bienes de consumo, abarcando aspectos estéticos, de marketing, morfológicos, ergonómicos y técnicos . La reputación de Tridimage atrae a compañías internacionales establecidas y emergentes que operan en América Latina, Estados Unidos, América Central y Europa. Fui elegido como uno de los diez finalistas del premio IYDEY (International Young Design Entrepreneur of the Year) del British Council, un concurso mundial organizado en cooperación con 100% Design de Londres. Enlace desde Wikipedia https://goo.gl/2rCGcm Mi trabajo como diseñador continúa llevándome alrededor del mundo, donde comparto mi experiencia y conocimiento con todos aquellos que reconocen el poder ilimitado del diseño.

Conferencias, Cursos o Talleres

DISEÑO SIN APELLIDO

Menos de 1 Hora

Las marcas que necesitan expresar sus historias pueden aprovechar el poder del Branding 3D. El 3D Branding fusiona los atributos tridimensionales y gráficos del envase hasta el punto de hacerlos inseparables, lo que permite una respuesta emocional inmediata de los consumidores. Aprovechar los recursos de diseño 2D y 3D mejora la capacidad de narración del envase y crea lazos duraderos con los consumidores. Esta conferencia incluye un recorrido por proyectos de diseño para marcas globales de alimentación, bebidas, cuidado personal y hogar. Historias, anécdotas, metodología y proceso de diseño donde la identidad de la marca se comunica a través del Branding 3D, fruto de la sinergia del diseño estructural y gráfico.

LAS CUATRO REGLAS PARA ROMPER LAS REGLAS DE DISEÑO DE ENVASES

Menos de 1 Hora

El mundo está cambiando rápidamente y muchas marcas están desorientadas, luchando por saber cómo responder. La innovación en el packaging ya es una necesidad en un mundo en el que todo evoluciona: desde el lugar donde se realizan las compras hasta la forma en que los consumidores se relacionan con las marcas. No basta con que el envase contenga el producto. Los consumidores exigen que el envase haga mucho más: debe seducir, informar, crear una experiencia e incluso salvar el planeta. Ya sea en bebidas, alimentos, cuidado personal y productos para el hogar, la misma regla se aplica, para que la innovación tenga un impacto real, la clave es alinear un profundo entendimiento de los deseos y necesidades del consumidor, con las capacidades técnico-productivas de la organización, para lograr innovaciones técnicamente viables y comercialmente disruptivas. El envase es sin duda un poderoso vector de innovación. Permite generar una conexión emocional con el consumidor, convertir commodities en marcas premium, crear nuevas oportunidades de consumo y, en última instancia, impulsar las ventas. Ha llegado el momento de que las marcas decidan entre ser víctimas o protagonistas del cambio.

EL PODER DEL PACKAGING STORYTELLING

Menos de 1 Hora

La narración de historias a través del envase es una gran estrategia para que las marcas establezcan vínculos duraderos con los consumidores. Al igual que con una buena película, las fuertes identidades de marca se basan en historias. El packaging storytelling permite despertar emociones en los consumidores y, en particular, captar su atención. Esta conferencia presenta una analogía entre los géneros cinematográficos y las estrategias de diseño para entender cómo los millennials están cambiando los códigos de diseño de envases, cómo se definen los alimentos y las bebidas a través del diseño y cuáles son las mejores estrategias de diseño para conectarse emocionalmente con los nuevos consumidores.

HE VISTO EL FUTURO DEL PACKAGING Y SE LLAMA REALIDAD AUMENTADA

Menos de 1 Hora

En un mundo que se digitaliza constantemente, el packaging ha sido una presencia constante en el mundo físico. Encontrar formas para que el envase proporcione al consumidor una experiencia tanto física como digital puede dar lugar a oportunidades muy beneficiosas para las marcas. Cuando se trata de diseñar envases que destaquen en las perchas y que impulsen las decisiones de compra de los consumidores impulsados digitalmente, es importante considerar la posibilidad de añadir la Realidad Aumentada como un ingrediente adicional para atraerlos, informarlos y entretenerlos. En este contexto, el envase adquiere un nuevo y fascinante papel como canal de comunicación por derecho propio.

DESIGN PLAYLISTS PARA LOS BABY BOOMERS, GEN X, MILLENNIALS Y GEN Z

Menos de 1 Hora

Cada generación tiene sus propias necesidades y expectativas. El diseño de envases ofrece una amplia gama de posibilidades para atraer a consumidores de diferentes generaciones. Un escaparate de exitosas estrategias de diseño de packaging a través de imágenes, vídeos y música que le revelarán cómo llegar hasta el corazón de su público objetivo. ¿Cuáles son los principales factores emocionales que impulsan a los Baby Boomers y a la Generación X? ¿Cómo debe verse un packaging para atraer a Millennials y GenZ? ¿Cómo podemos establecer una exitosa conexión emocional con los consumidores?

Experiencias

Socio y Director Ejecutivo de Diseño

tridimage

1995 - Actual

Estudios

Diseñador Industrial

Universidad de Buenos Aires

1993

Artículos

"Los latinoamericanos transformamos la falta de recursos en oportunidad":

http://www.elempaque.com/temas/Los-latinoamericanos-transformamos-la-falta-de-recursos-en-oportunidad,-Hernan-Braberman+123954

Ocho tendencias de empaque para seducir consumidores

https://www.elfinancierocr.com/ocho-tendencias-de-empaque-para-seducir-a-los/HZLBE5SBT5DR7DPWC2DNPNFM4A/story/

Construir marcas a través del Diseño de Packaging

http://www.packaging.enfasis.com/notas/78197-construir-marcas-traves-del-diseno-packaging

Welcome to the world of 3D branding

https://www.letstalkbranding.be/home/ltb-s2e6-hernn-braberman

Perfil en Mentes a la Carta

https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/hernan-braberman