Concept Diagram of Merchandise Development in "Nature Contact Space"

4A-4

▼Merchandise development of "Nature Contact Space" aims at total development of merchandises for producing wide space utilizing characteristic of Rattan materials, from miscellaneous interior goods (lighting and/or planter) to knock-down built-in type furniture such as the storing modular furniture and decoration wall, door with sash frame, and mainly rattan furniture (chair, table, and the storing).

●Stationary-typed

Cabinet

box unit

Development of the storing unit system furniture with mobile function by combining instruments such as TV, audio system, and/or AV with units such as display case, the storing, and/or welcome counter

Human body lined / quasi human body lined furniture

outdoor furniture

Waterproof and lightproof for outdoor use. Instrument development for the storing and mobile

table **chair**

Plentiful merchandise component that is easy to coordinate in interior such as mainly table and chair. Development of additional function such as module, rotating adjuster (up and down), angle control, caster, stacking, and/or knockdown

Miscellaneous interior goods

planter **lighting** **cartain wall** **screen** **carpet**

Arrangement development of such as cushion and/or tablecloth to raise fashionability and interior coordinating ability of table, chair, light, planter under the "Nature Contact Space" concept.

Small furniture

wagon

Development of multi-purpose wagon having functions such as slippers rack, magazine rack, and decoration stand
Development of niche furniture fitting to small space

●built-in type

House equipment and instrument / housing parts

window unit

Modular system (built-in type) such as sash and curtain screen

door unit

Modular system (built-in type) of door frame, panel, knob, base board

roof unit/shadow unit

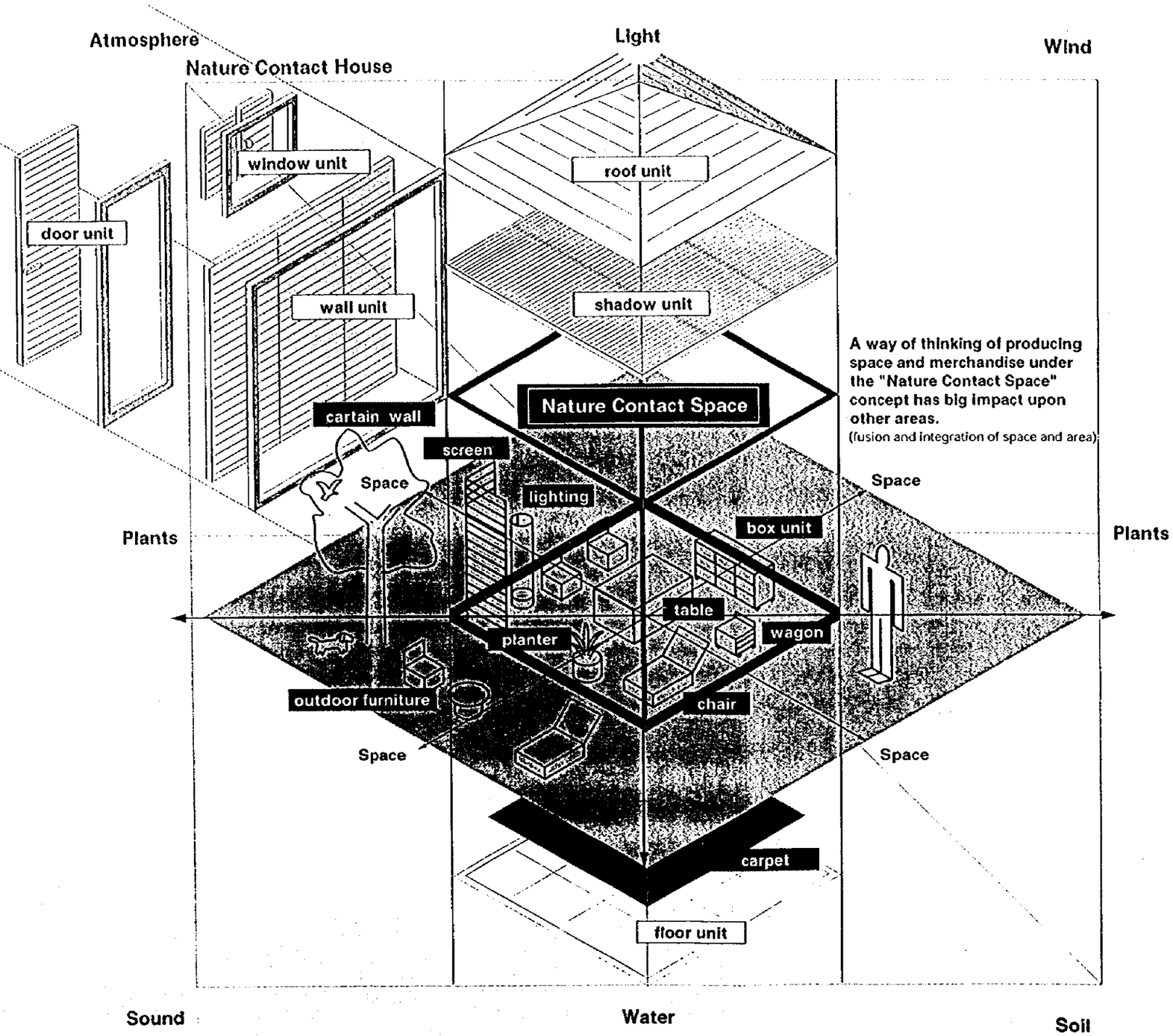
Modular system (built-in type) such as canopy screen, ceiling materials, frame, and/or verandah running on more than two sides of a room

wall unit/window unit

Modular system (built-in type) such as wall screen, partition, decoration wall

floor unit

Modular of floor materials, Modular system (built-in type)



A way of thinking of producing space and merchandise under the "Nature Contact Space" concept has big impact upon other areas.
(fusion and integration of space and area)

Concept Development Merchandise Development in "Nature Contact Space"

4A-1

▼Merchandise development of "Nature Contact Space" [illegible] of Retail materials [illegible] type furniture such as the storing module furniture [illegible] furniture (the table and the storing)

❸Stationary typed

Cabinet

box unit

Development of the storing unit system furniture with mobile function by combining instruments such as TV, audio system, and/or AV with units such as display case, the storing, and/or welcome counter

Human body lined / quasi human body lined furniture

outdoor furniture

Waterproof and lightproof for outdoor use. Instrument development for the storing and mobile

table chair

Plentiful merchandise component that is easy to coordinate in interior such as mainly table and chair. Development of additional function such as module, rotating adjuster (up and down), angle control, caster, stacking, and/or knockdown

Miscellaneous interior goods

planter lighting curtain wall screen carpet

Arrangement development of such as cushion and/or tablecloth to raise fashionability and interior coordinating ability of table, chair, light, planter under the "Nature Contact Space" concept

Small furniture

wagon

Development of multi-purpose wagon having functions such as slippers rack, magazine rack, and decoration stand
Development of niche furniture fitting to small space

❹built-in type

Room modular [illegible]

window unit

Modular system (built-in type) such as sash and curtain screen

door unit

Modular system (built-in type) of door frame, panel, knob, base board

roof unit/shadow unit

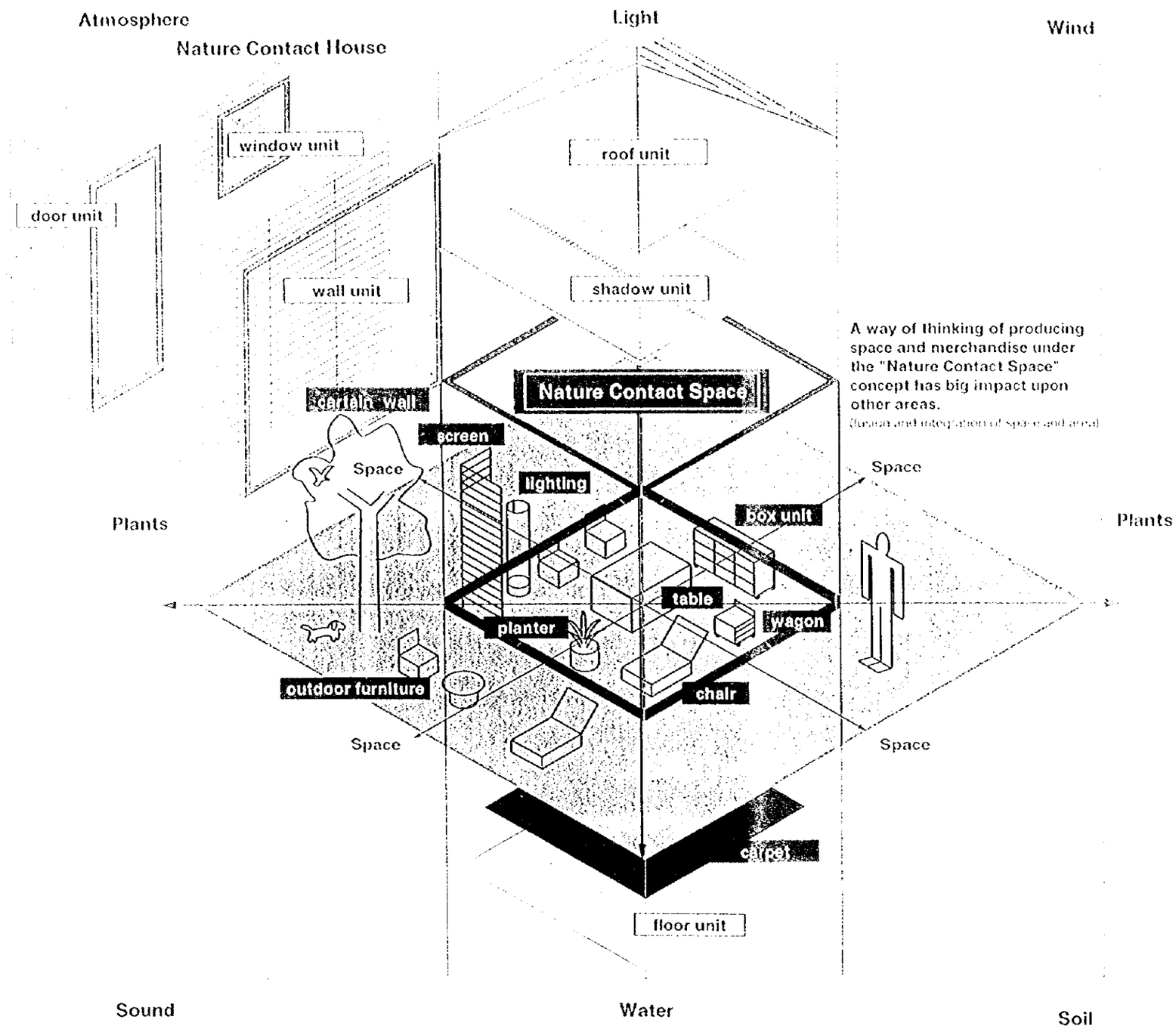
Modular system (built-in type) such as canopy screen, ceiling materials, frame, and/or veranda's running on more than two sides of a room

wall unit/window unit

Modular system (built-in type) such as wall screen, partition, decoration wall

floor unit

Modular of floor materials, Modular system (built-in type)



A way of thinking of producing space and merchandise under the "Nature Contact Space" concept has big impact upon other areas.
(fusion and integration of space and area)

Interior Design Workshop Nature Contact Life Project

Making product design concept in each area and space of "Nature Contact House" | 4P-1

▼ Basic Concept (Upper level) → Concept of "Nature Contact House" (Middle level) is consisting of "Nature Concept Space" and 4 areas.
Chart below is one to lead "Nature Contact Space" and product design concept of four areas.

Concept of 「Nature Contact House」

Creation of healthy and comfortable living space in harmonizing with nature

「Nature Contact Life」

Space area of 「Nature Contact House」

「GATE AREA」
Place for purification of changes in mind between inside and outside of houses, by presenting green and light

「Family AREA」
Place for creating harmony as a family, by producing nature

「Nature Contact Space」
Place with multiple purposes where one could get the feel of nature and coexistence of nature with one's own skin, and could produce relaxed feeling.

「Action AREA」
Functional and comfortable place taking energy of nature

「Individual AREA」
Calming down by Planting and the shade of tree. Place with ease where one's privacy is protected

Product design concept

Answer by Product Design Concept Sheet

life scene

Refer to 《 Nature Contact Space 》 life of "Nature Contact House"

Mental and physical activities

•Eat •Read •Sit down •Sit •Lie •Exercise •Do hobby •Wash •Dry •Take a nap •Hold party •Bathe in the sun •Gardening •Keep animal t •Adjust temperature •Open curtain
•Open and shut window and door •Sprinkle water •Sit in a happy circle •Receive •Look the sky •Look star •Watch weather •Hear sound •See evening sun

Interior Image

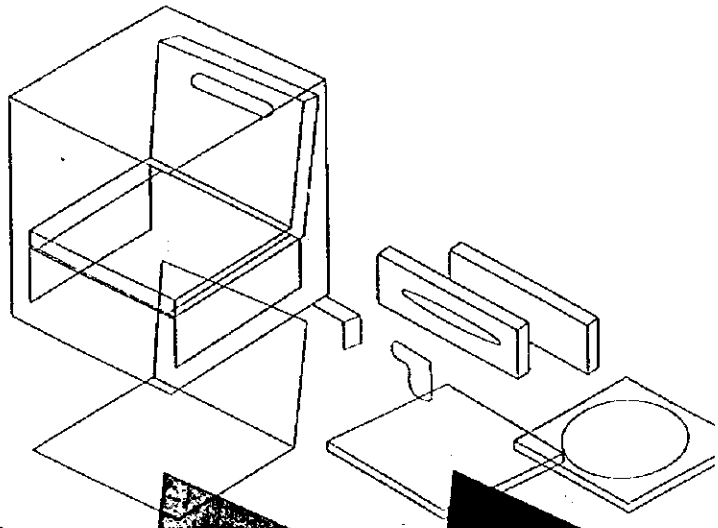
Refer to Interior Image Scale

Device function and Interior Arrangement

•Opening and shutting (an opening part) function •Temperature and humidity controlling function •Water supply, water feed function •Sound proofing function / ventilation function
•Sunlight proofing ability •Saving energy function •Maintenance function •Plant breeding function •light controlling function
•Telephone stand •TV •Personal computer •Screen •Audio instrument •Dining table set •The storing set •Decoration stand •Miller •Word processor •Desk •Lighting •Carpet
•Canopy •Self-standing screen •Curtain •Side table •Easy chair •Magazine rack •Slippers rack •Revolving chair •Massage machine •Reception set •Storage basket
•Water sprinkling set •Washing machine •Gardening tools •Counter •High leg chair •Doghouse •Water sprinkling set •Outdoor lighting •Ornament •Wind-bell •Garden table
•Folding chair •Hobby tools •Barbecue set •Golf exercising tools •Fitness tools •Tropical fish water tank •Pond •Garden plant •Lawn •Clock •Thermometer

A Way of Thinking In Product Design (Easy Chair)

▼An easy chair is picked up in an example as a case study of product design. The function of an easy chair is divided into eight parts (movement part, base structure part, joint part, main component part, frame component part, surface finishing part, affiliation component part, value-added information part), and the quality of design in each part is considered to be up-graded. In particular, the following aspects are highlighted. The standardization of pipe component in basic structure part and the combination design of pipe and rattan component
The abundant product variation based on arrangement of supplemental option, such as variation of cushion and/or fabric, and their coordination. Brand formation onto the product, and provision of value added information, such as instruction manuals, brand plate and packaging
A comprehensive design to up-grade an image of the product



Value-added Information Part

Value-added Information Development for brand image formation.
The Development of comprehensive brand image and meaning and/or implication of product, not limited to the physical value of goods.

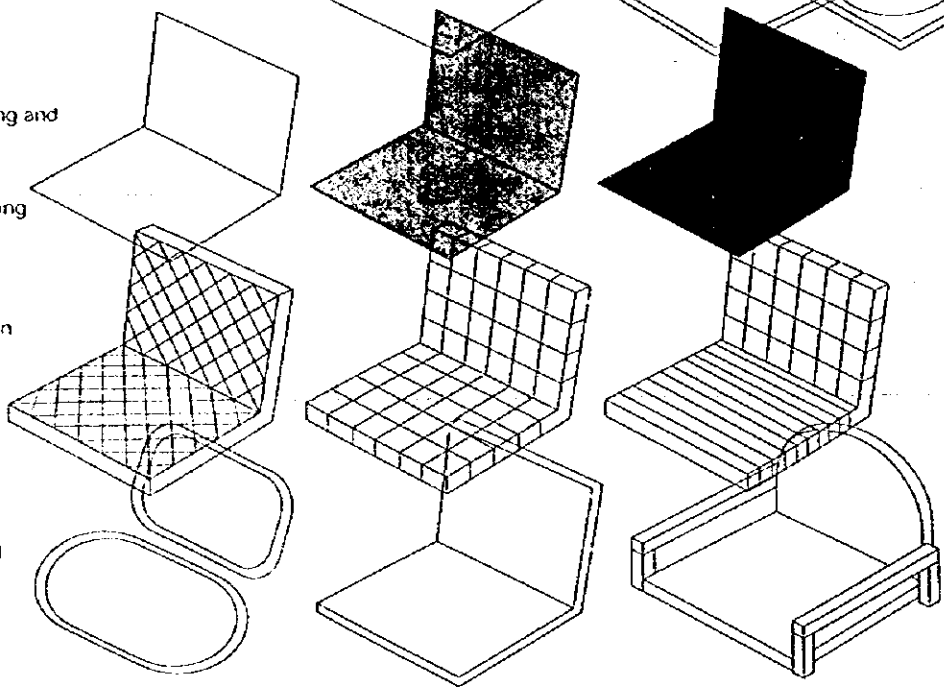
Brand display, package, instruction manuals of the product, application of product, guarantee of quality, specification, identification of manufacturer and designer/producer.

Affiliation Component Part

Development of essential factors for the interior coordination
Cushion, Sheet, Top Board, Pillow, Decoration Metal Fittings

Surface Finishing Part

Development of New Surface Finishing and Coloring based on Brand Image
Unvarnished wood, Antique,
oil finishing
Cashew wipe finishing, lacquer painting



Main Component Part

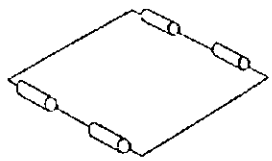
The new pattern development in main component design taking advantage of traditional technique.
Wicker stitch, basket stitch,
hamper stitch, slant stitch,
stitching the brand mark (graphic) pattern

Frame Component Part

New component development combining rattan with other material
Wood, steel,
Plastic
Bamboo, iron

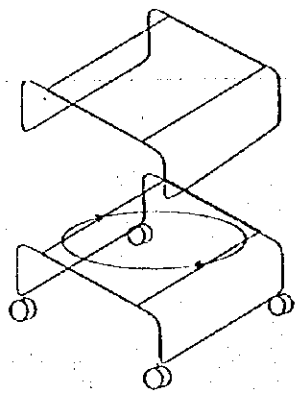
Joint Part

Development of commonly usable joint parts
Promotion of efficiency in production, labor saving, standardization



Base Structure Part

Up grading and standardization of product developed by introducing commonly usable basic frame component



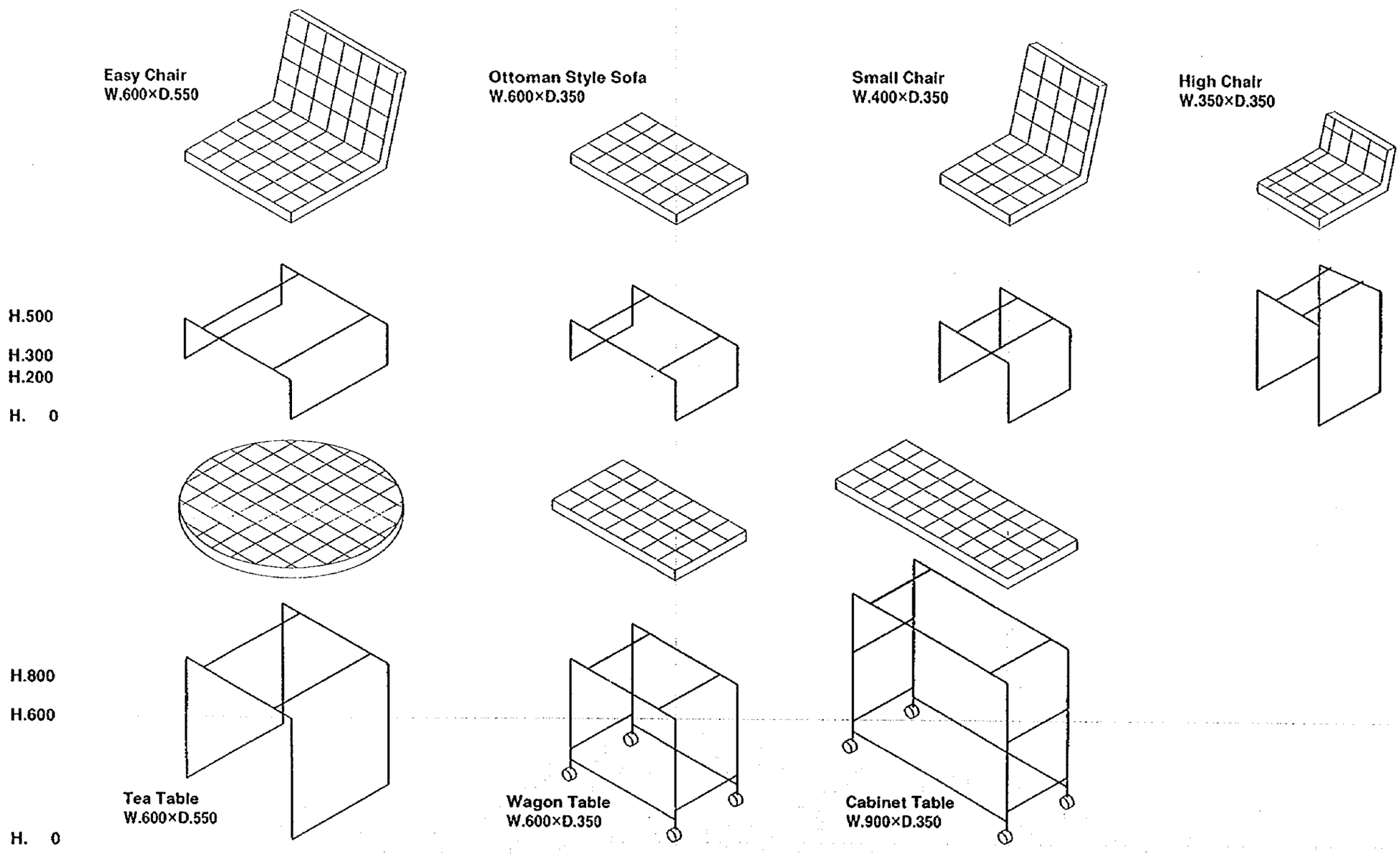
Movement Part

Development of movement component
Caster, revolving equipment, stuck (stopping) equipment,
knock down function,
angle/height adjustment function,
application of electric power

Module in Base Structure Part of Product to be Developed

5A-2

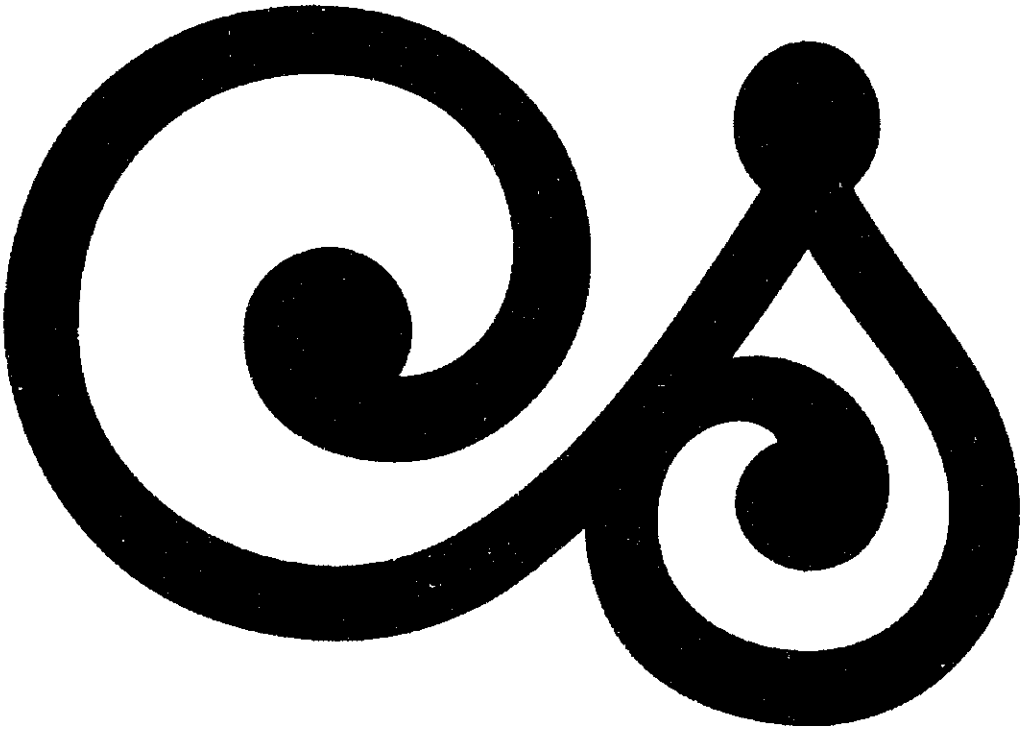
- The following chart indicates modules of pipes used in the base structure part of rattan furniture in NATURE CONTACT SPACE. The product to be developed should be referred to these modules.
  (Please refer to the sketch of pipes in the base structure part. Original design can be developed when these modules are taken into account.)
- Please use commonly usable metal joint parts for jointing work in the base structure part and the frame component part (skeleton frame section to zsupport human body).
  (Please refer to the sketch. Original design can be developed for joint parts.)
- The category of product to be developed for NATURE CONTACT SPACE falls into following seven types; Easy Chair, Ottoman Style Sofa, Small Chair, High Chair, Tea Table, Wagon Table, Cabinet Table.
  (For supplemental entry for exhibition, other interior goods can be developed when in 1/10 scale model.)
- Please use "pipes" for base structure part of product to be developed. The other components can be designed freely taking full consideration to make best use of structural characteristics and nature of "pipes".



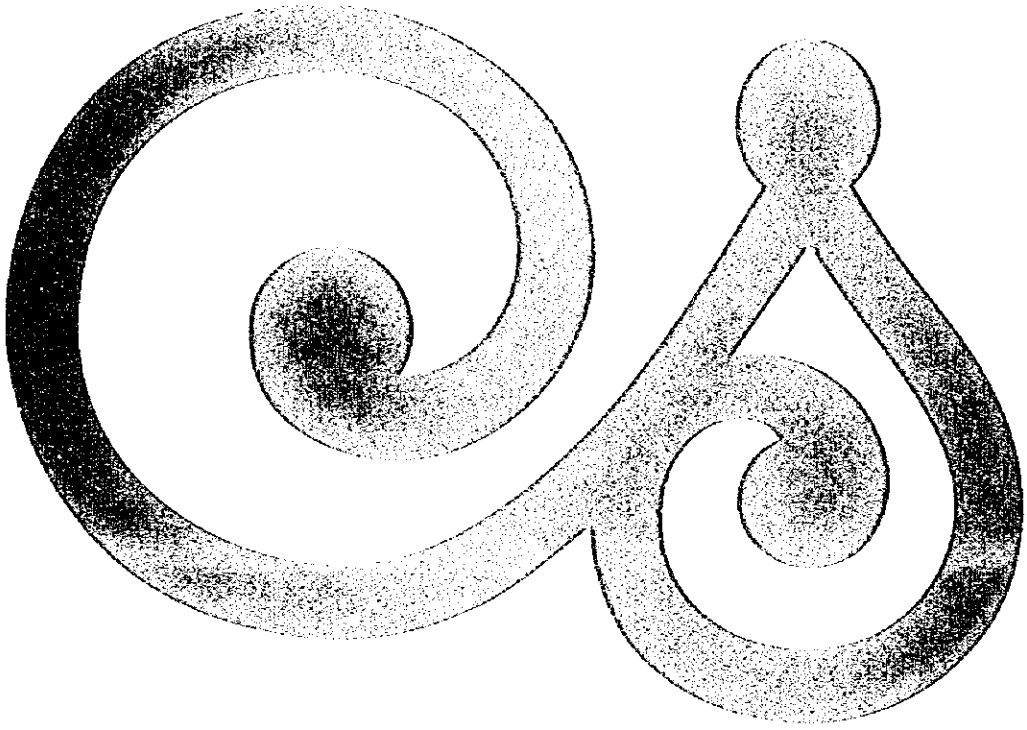
CIREBON STYLE Brand Identity

CIREBON STYLE Brand Identity

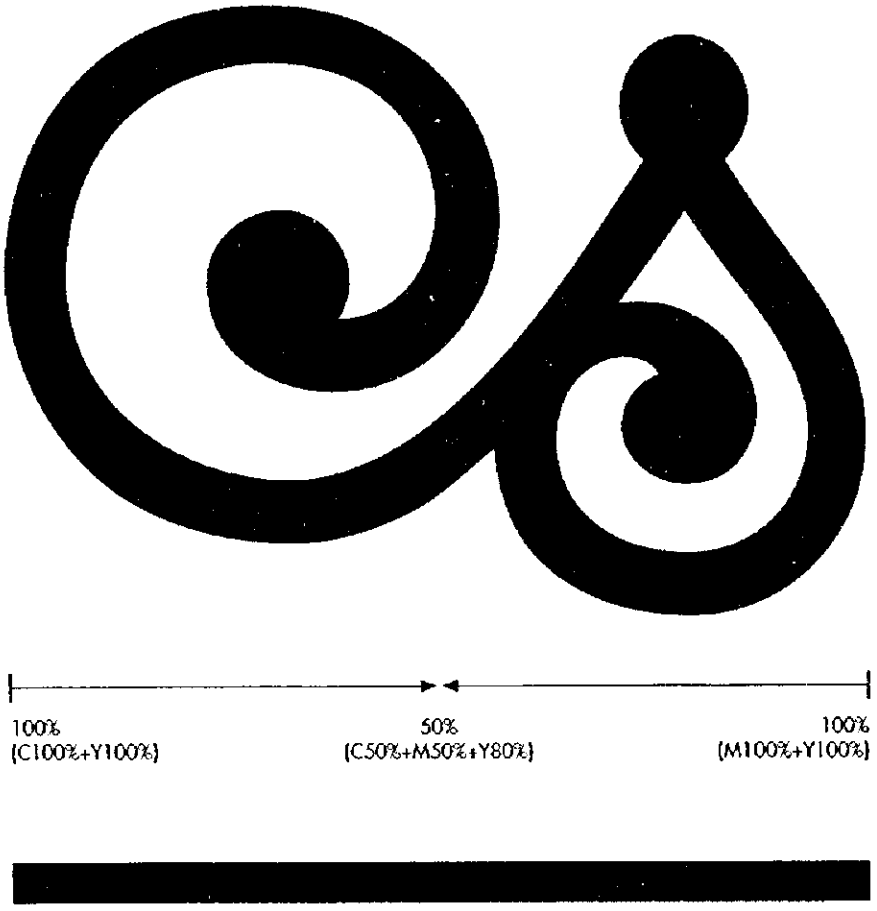
Symbol Mark(color)

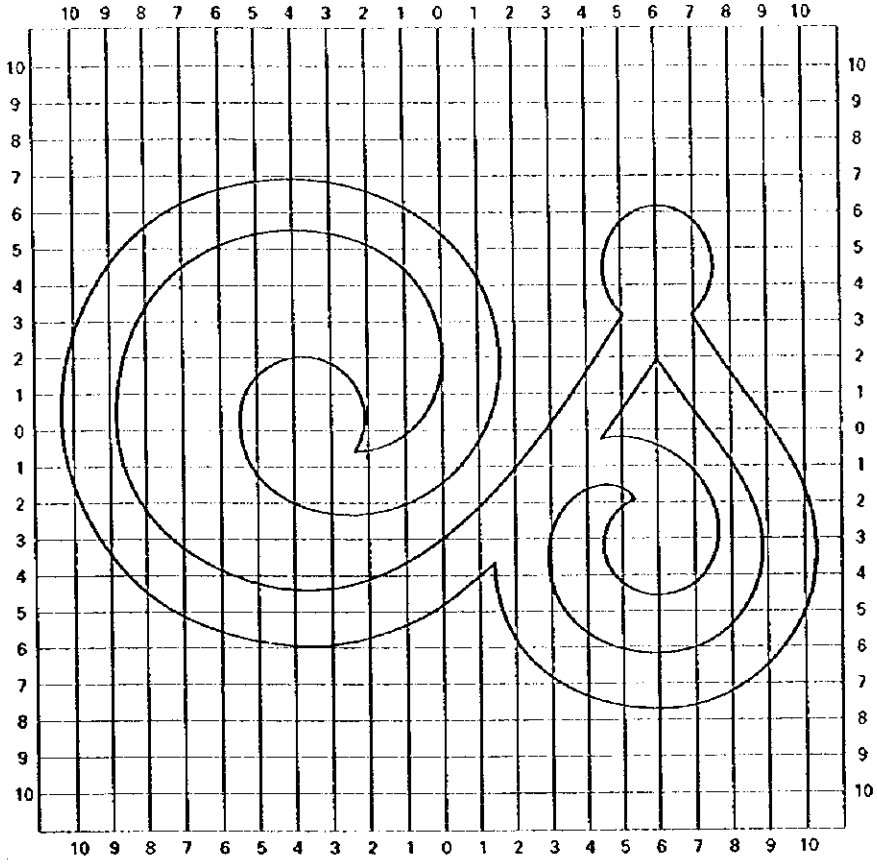


Symbol Mark(color)

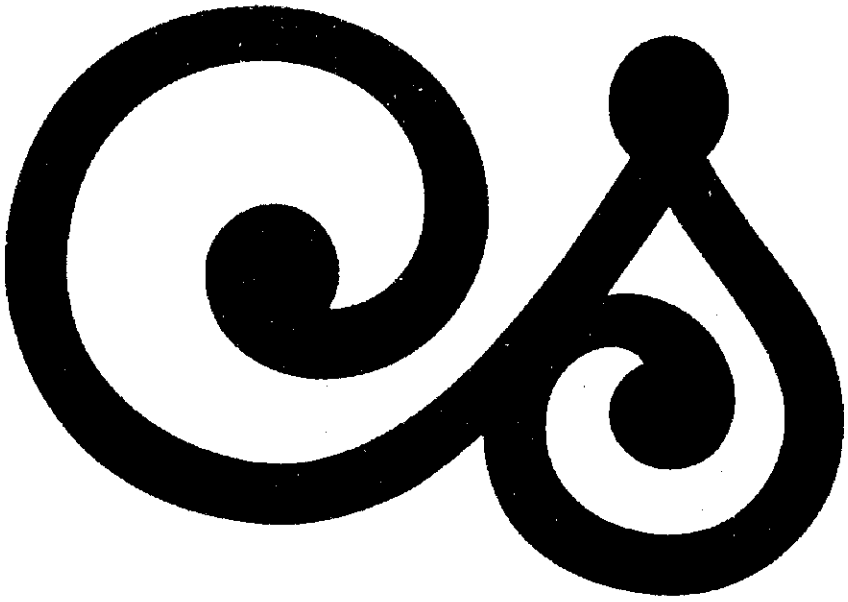


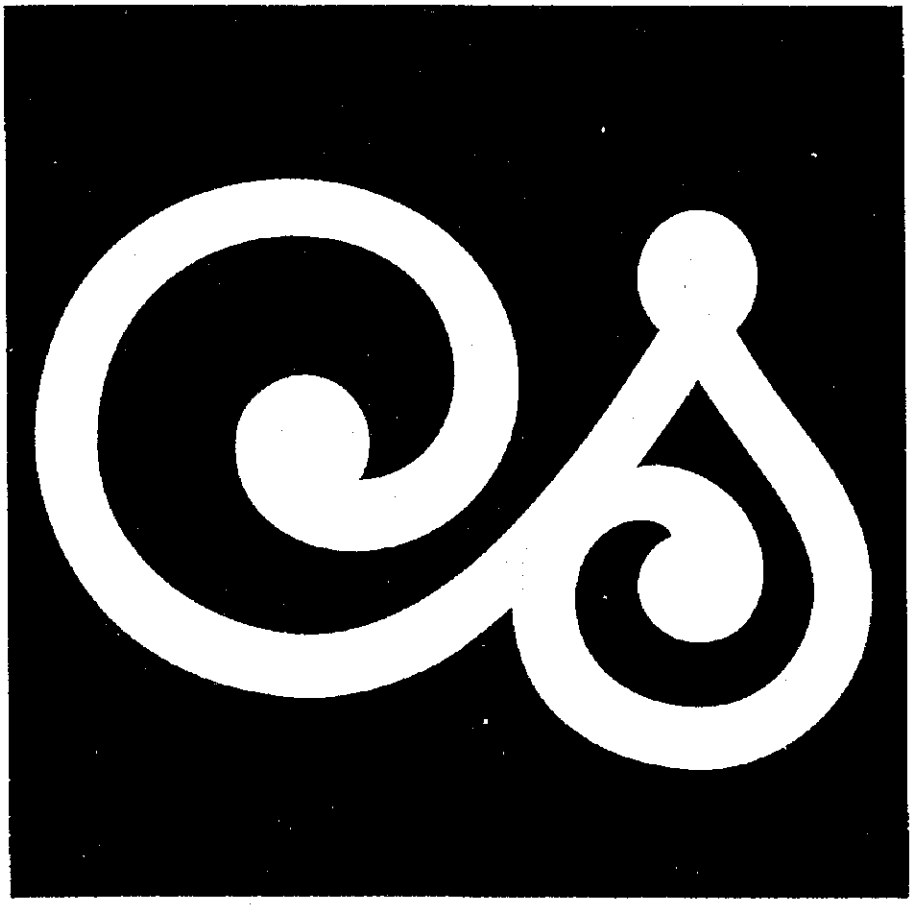
Symbol Mark (gradation)



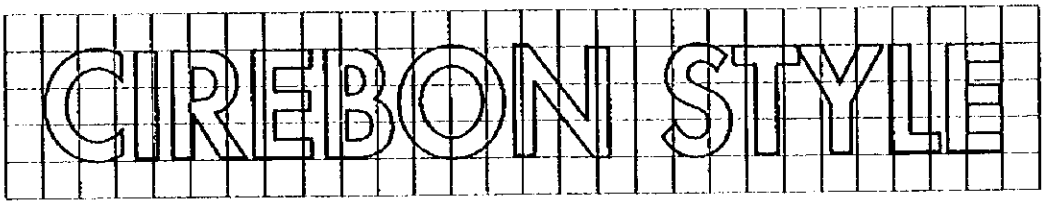

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Symbol Mark(Positive/Negative)





CIREBON STYLE



keyword

Nature Contact Life

CIREBON STYLE

INDONESIA

Basic.1

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

Basic.2

Nature Contact Life
CIREBON STYLE
INDONESIA

Nature Contact Life
CIREBON STYLE
INDONESIA

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

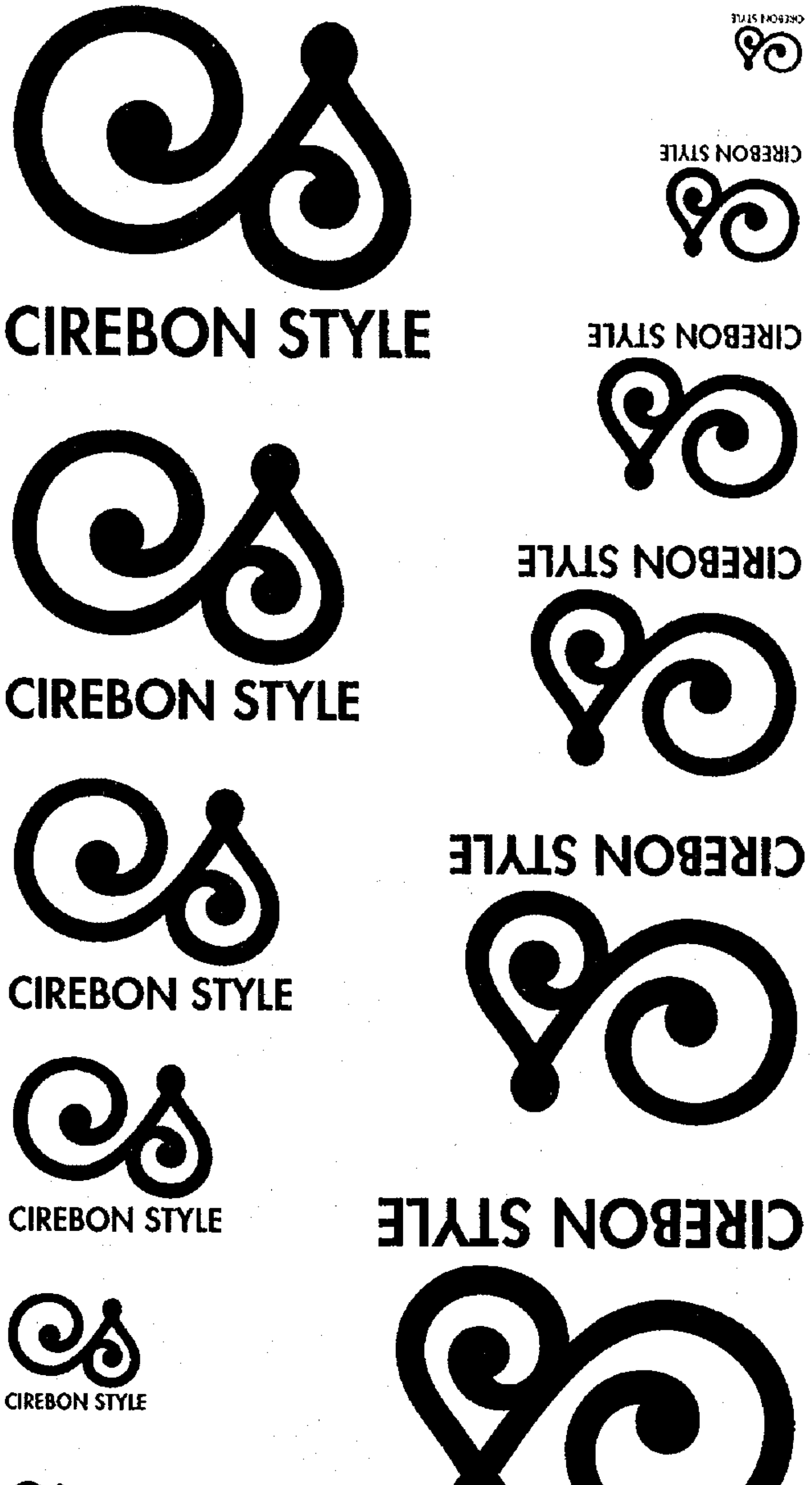
CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

CIREBON STYLE

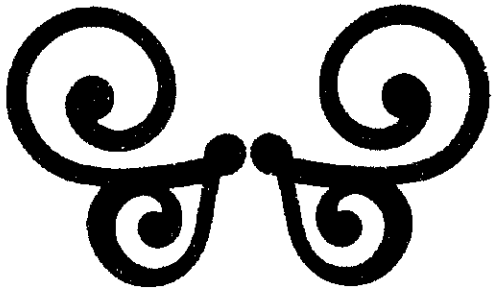
CIREBON STYLE

CIREBON STYLE


CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE
CIREBON STYLE

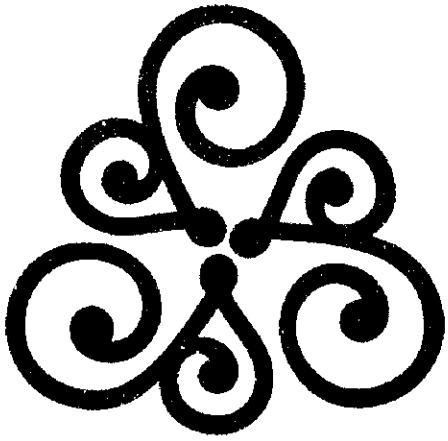
Signature Variation1

pattern.A-1



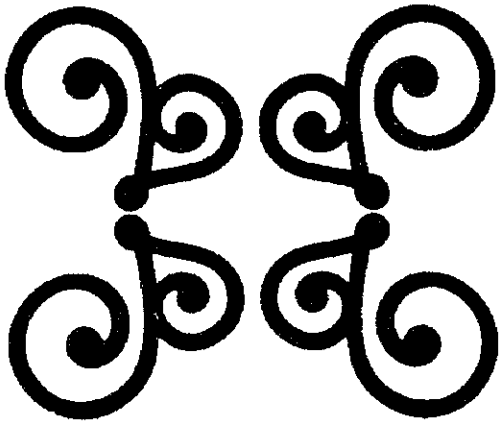
CIREBON STYLE

pattern.B-1



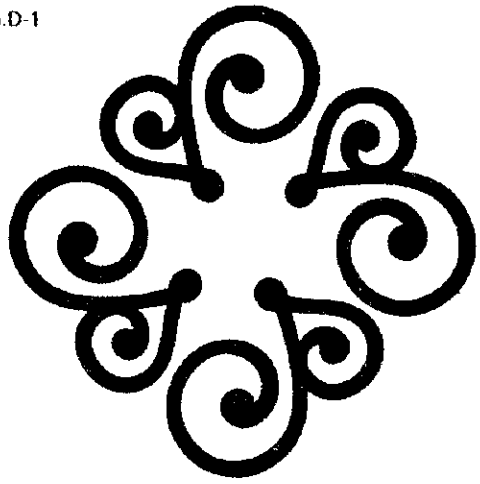
CIREBON STYLE

pattern.C-1



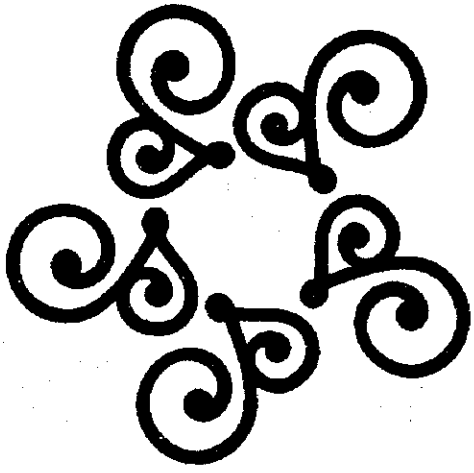
CIREBON STYLE

pattern.D-1



CIREBON STYLE

pattern.E-1



CIREBON STYLE

Signature Variation2

pattern.A-2

pattern.B-2

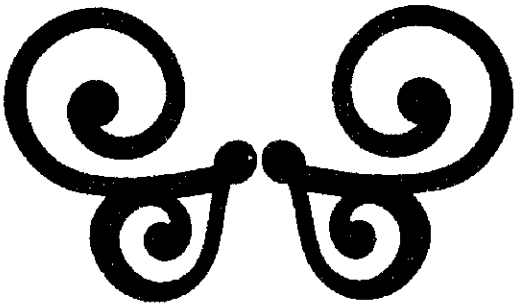
pattern.C-2

pattern.D-2

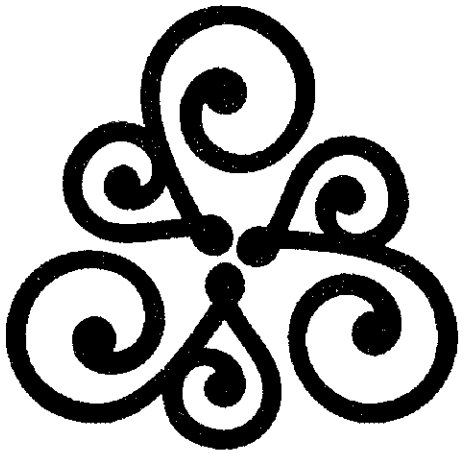
pattern.E-2

Symbol mark Variation

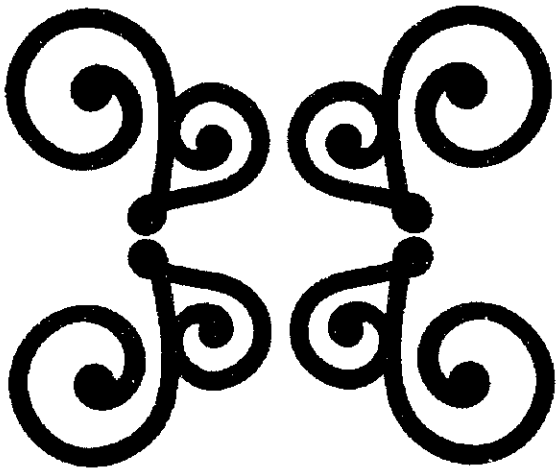
pattern.A



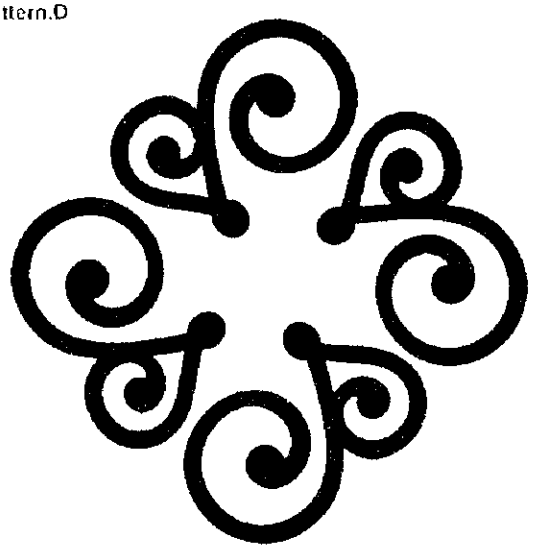
pattern.B



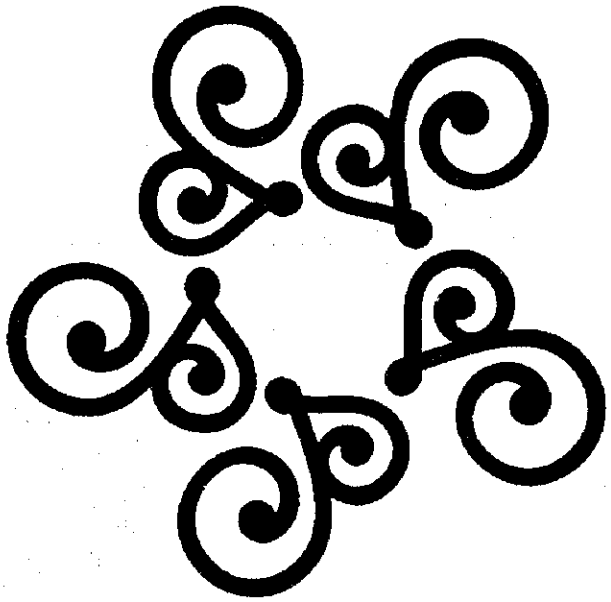
pattern.C



pattern.D

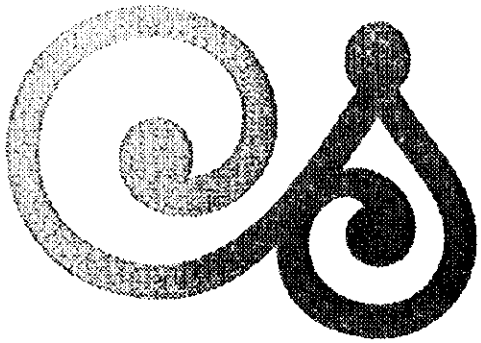


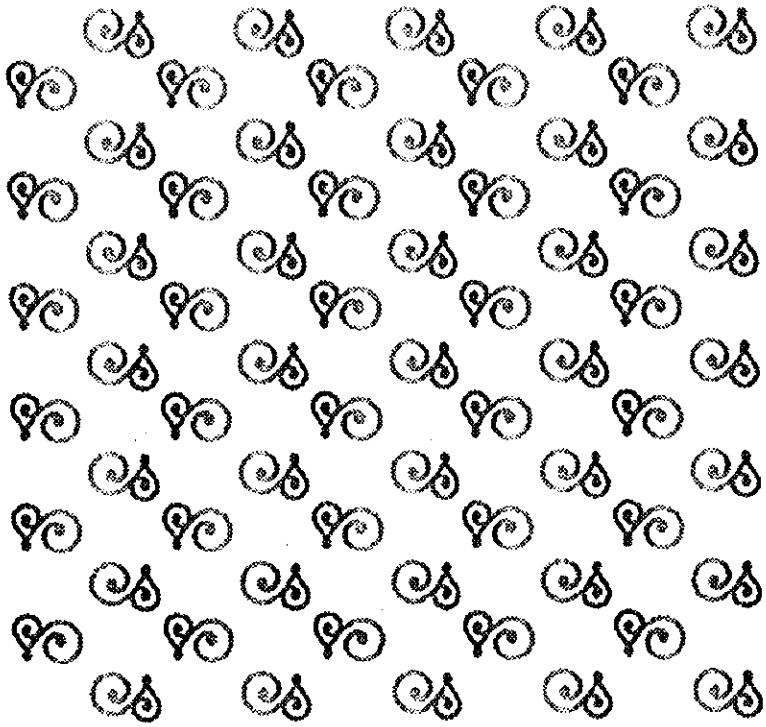
pattern.E

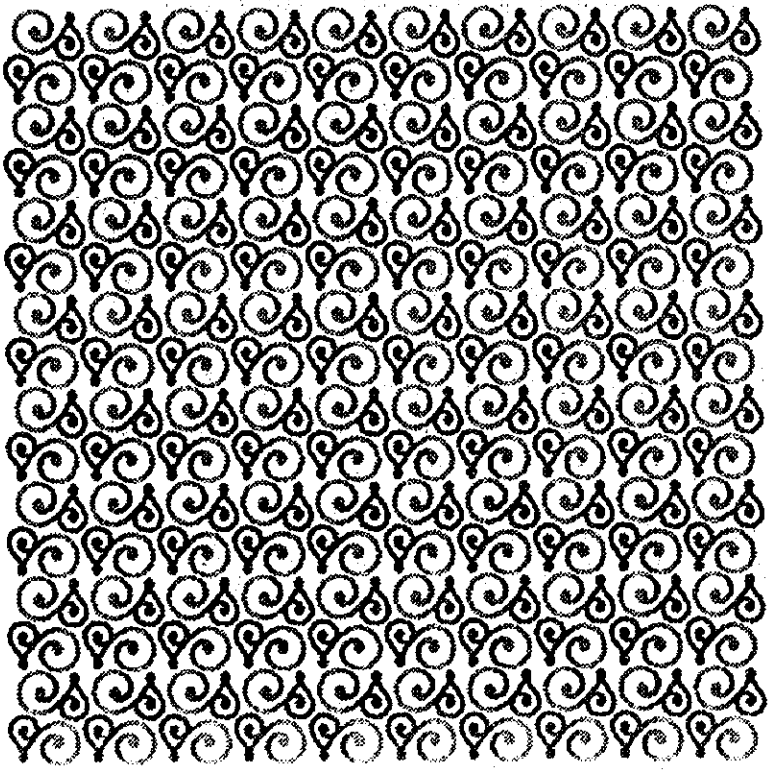


Symbol Mark Variation

pattern.Basic

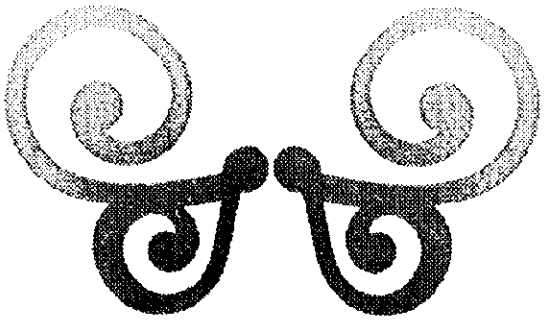


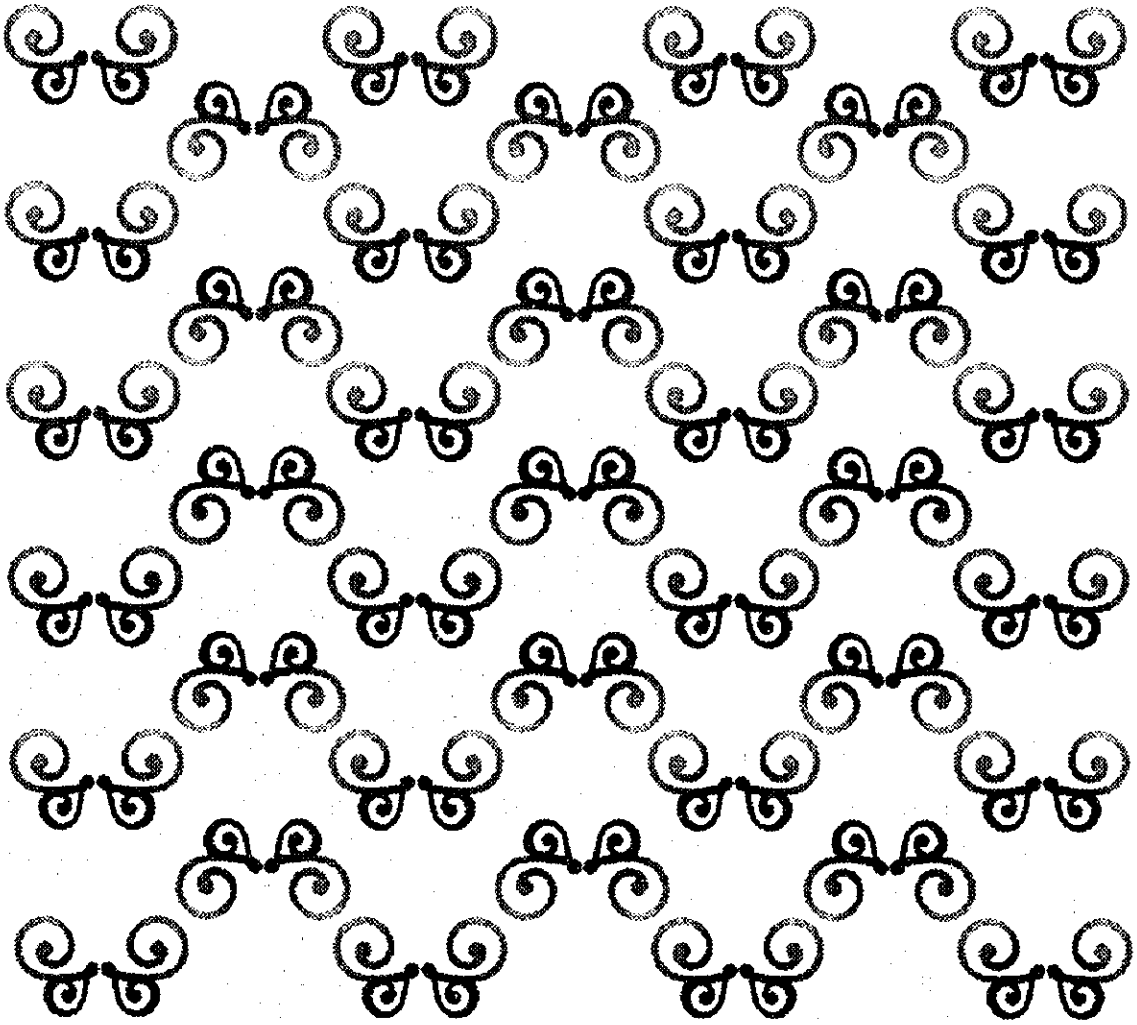




Symbol Mark Variation

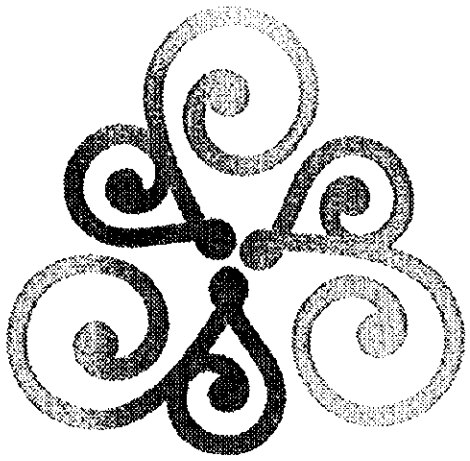
pattern.A

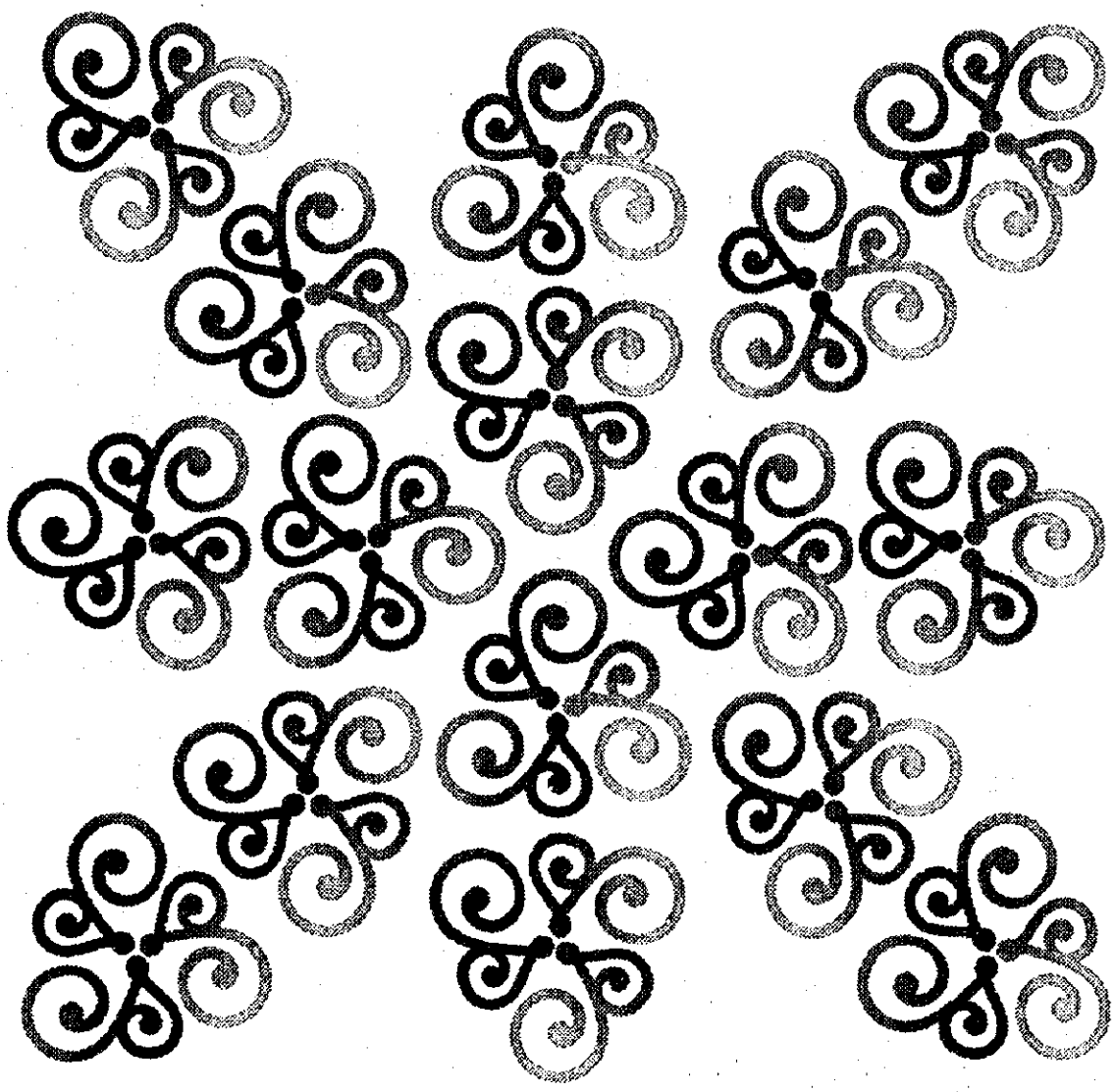




Symbol Mark Variation

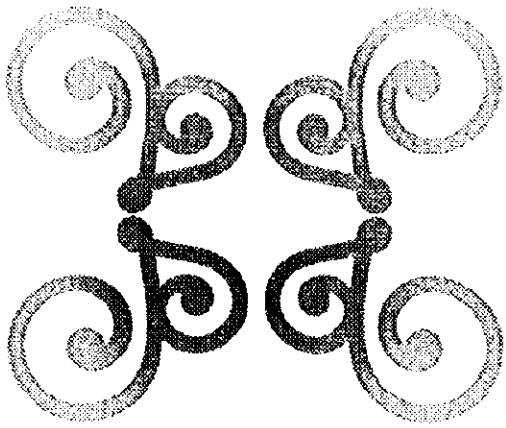
pattern.B

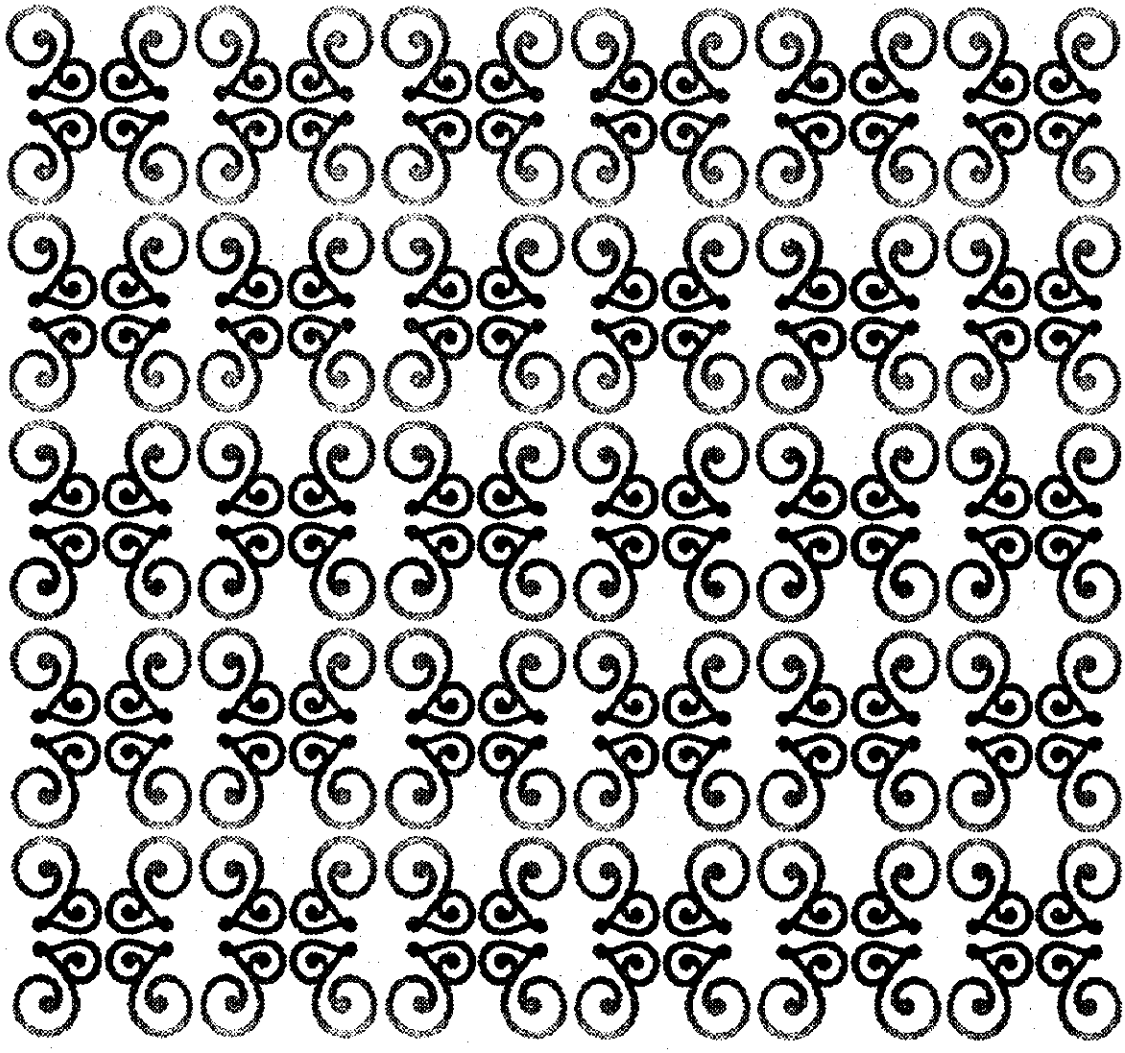




SymbolMark Variation

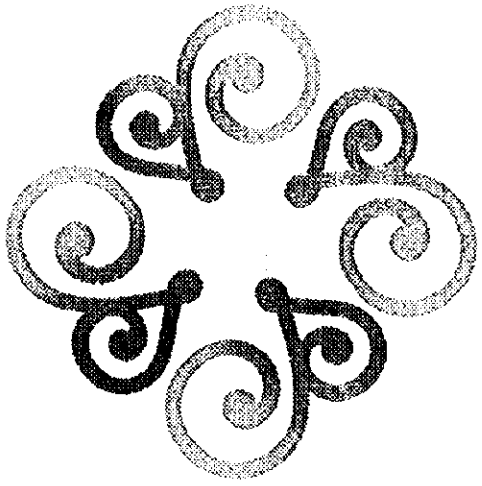
pattern.C

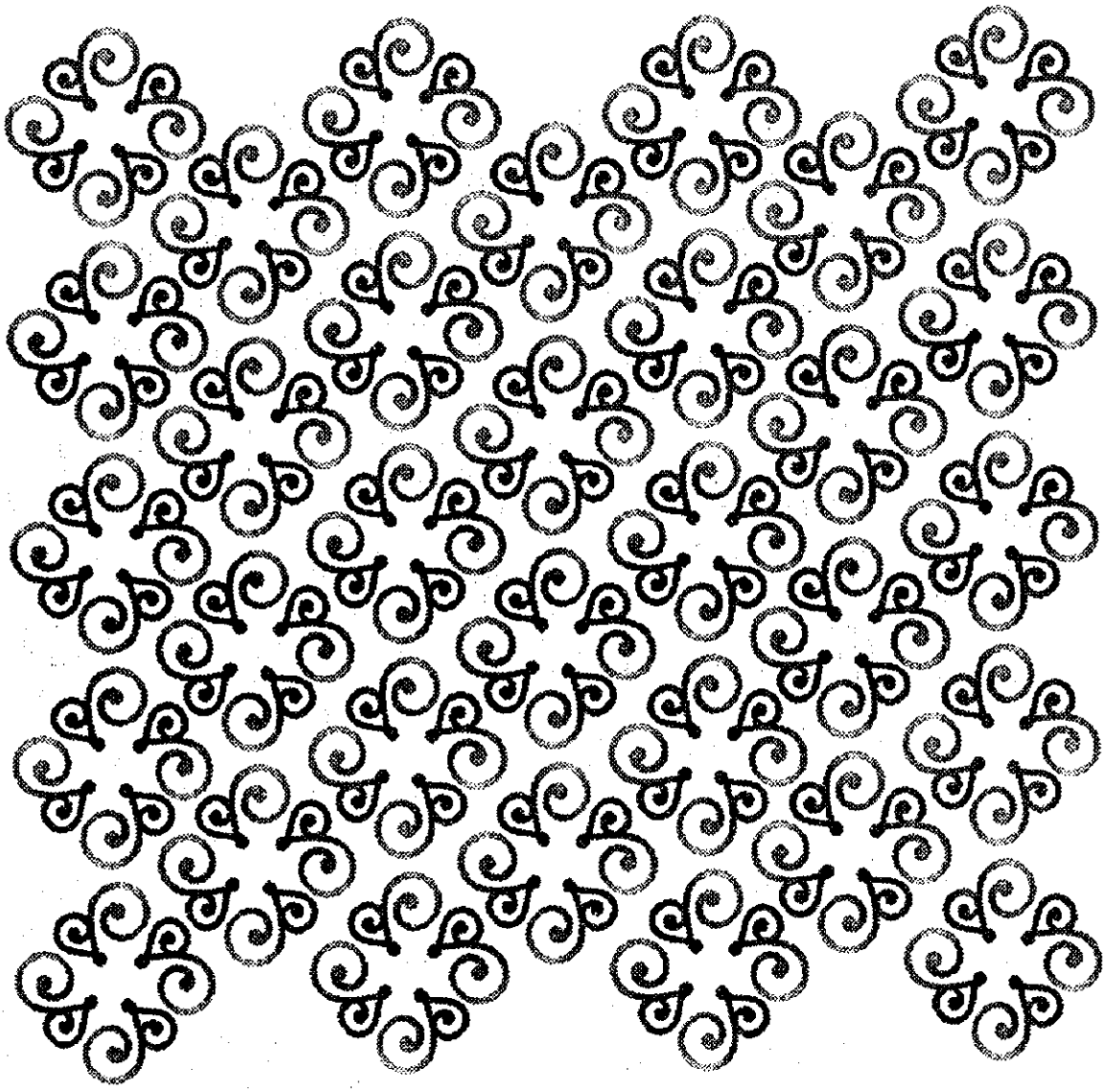




SymbolMark Variation

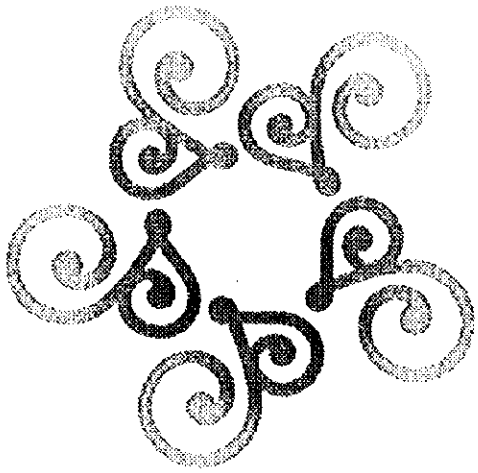
pattern.D

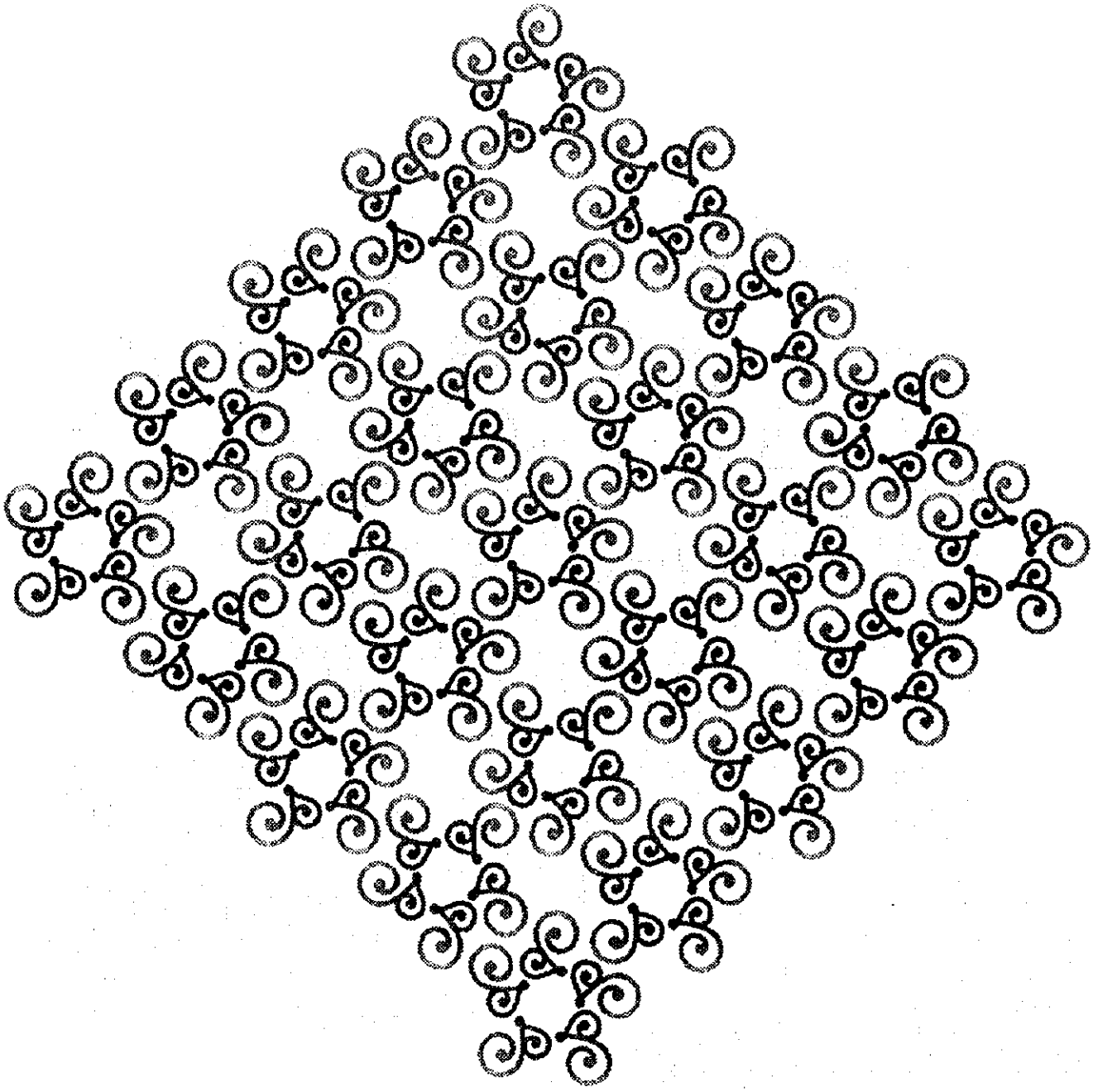




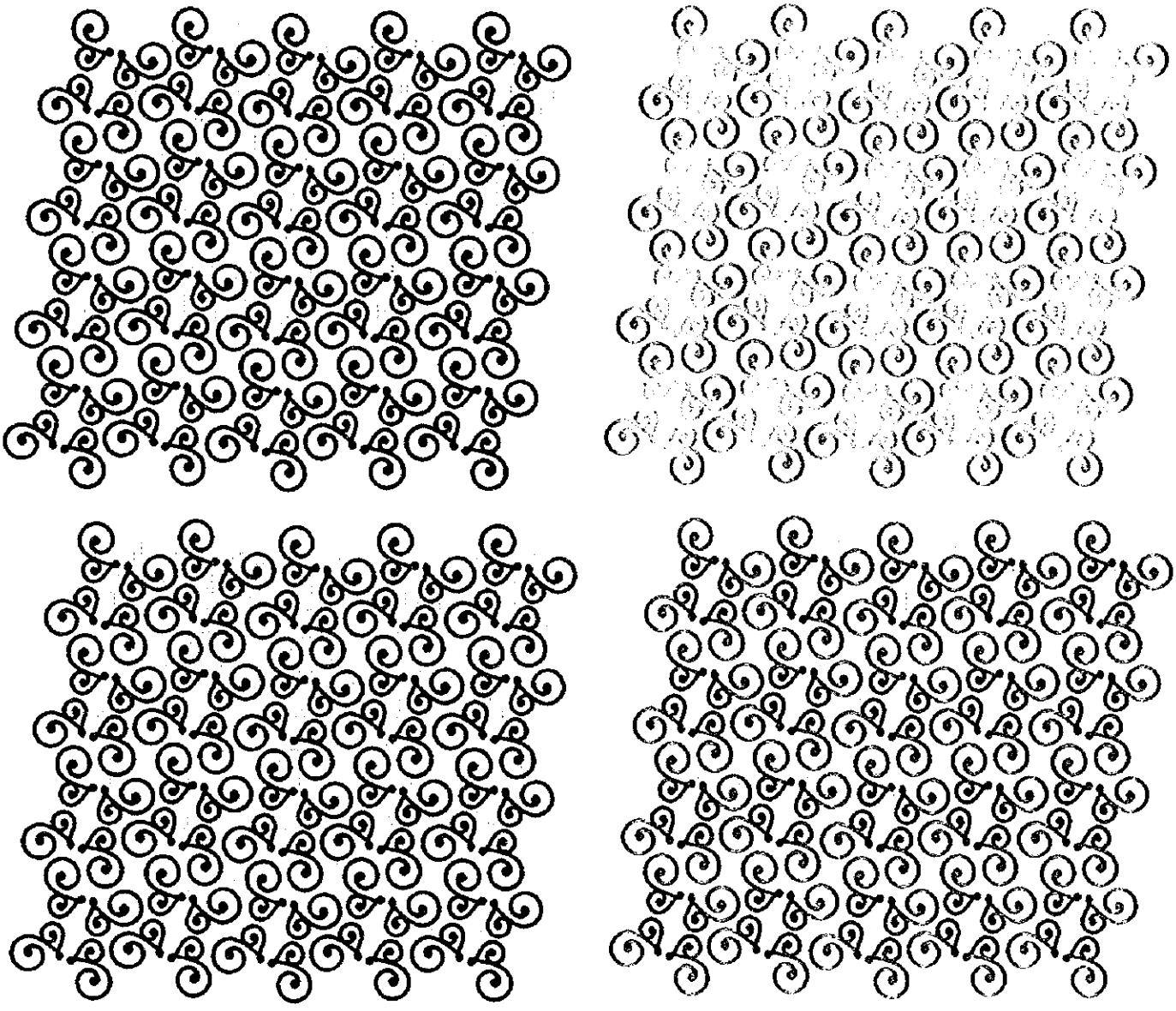
SymbolMark Variation

pattern.E

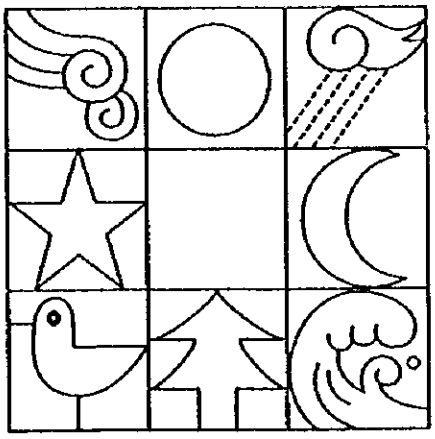




Symbol mark Variation (Color)



Interior Design Workshop

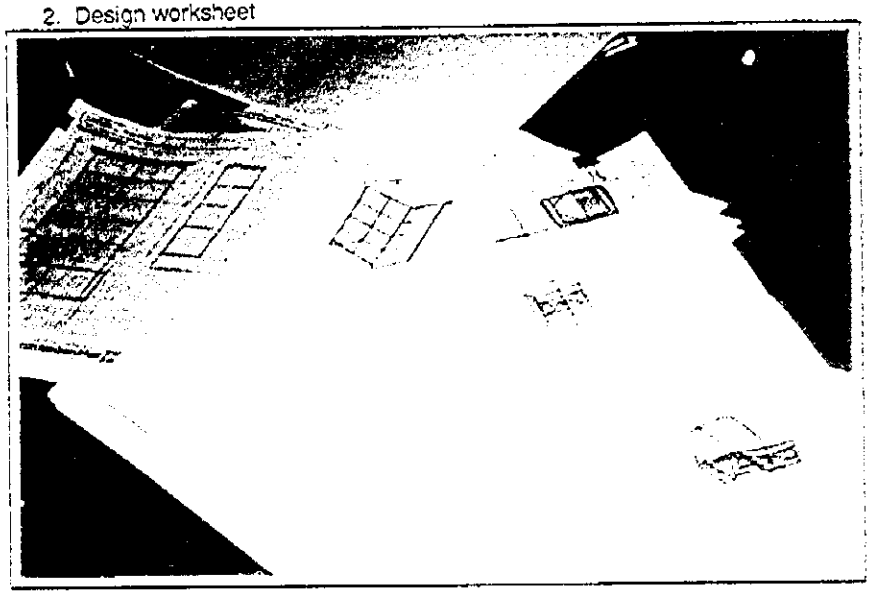


Interior Design Workshop **Nature Contact Life Project**

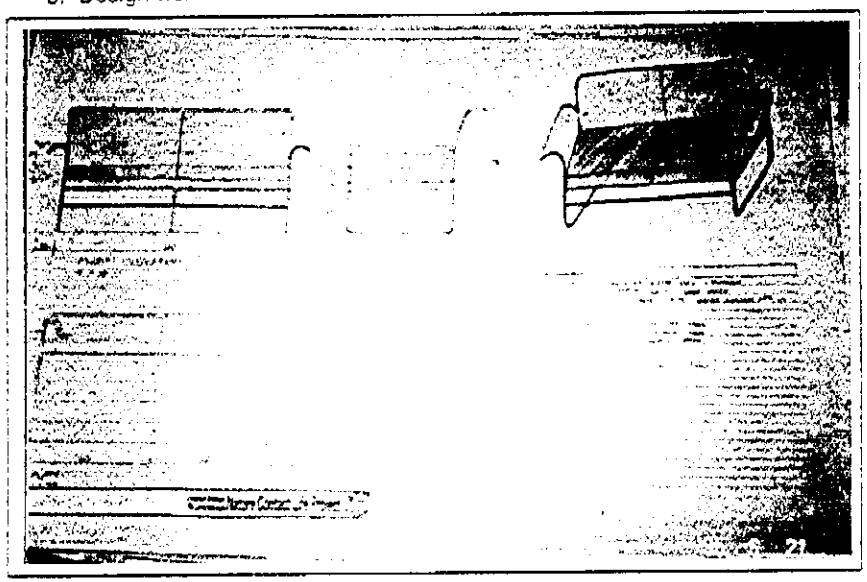
Interior Design Workshop

1. Participants listening to the lecturer

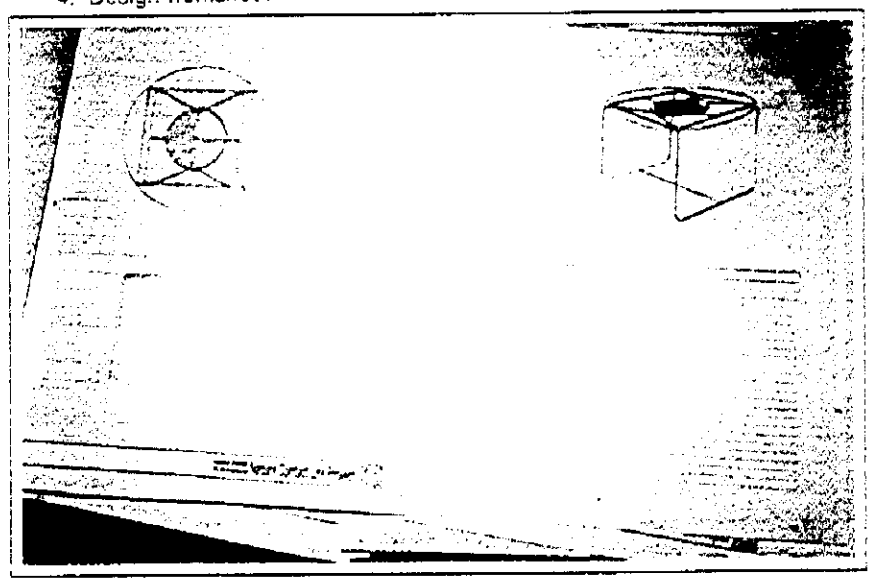
2. Design worksheet



3. Design worksheet

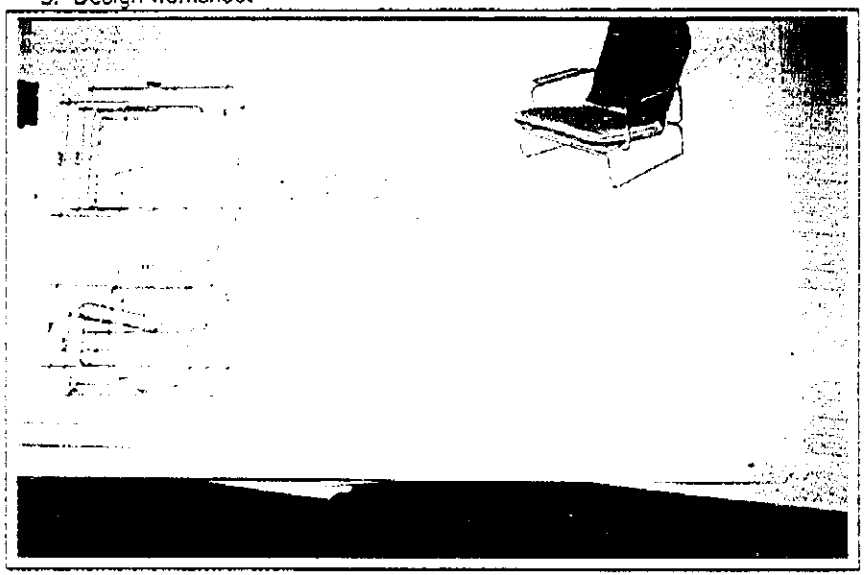


4. Design worksheet



Interior Design Workshop

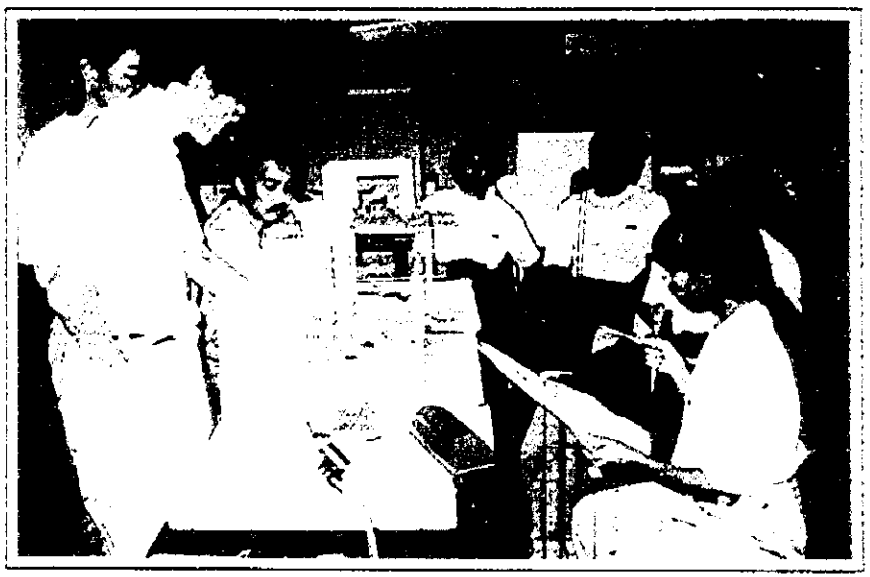
5. Design worksheet



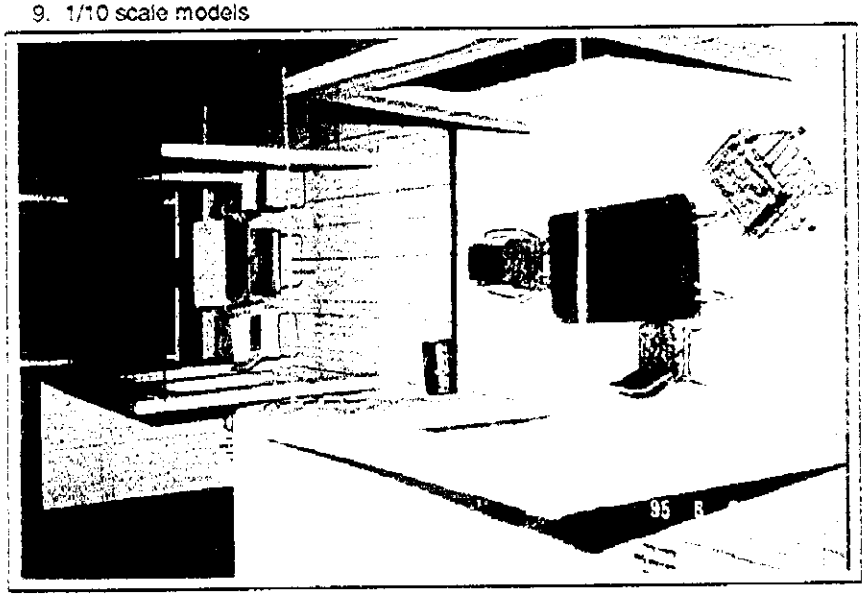
6. Discussion of design sketch

7. Making 1/10 scale models

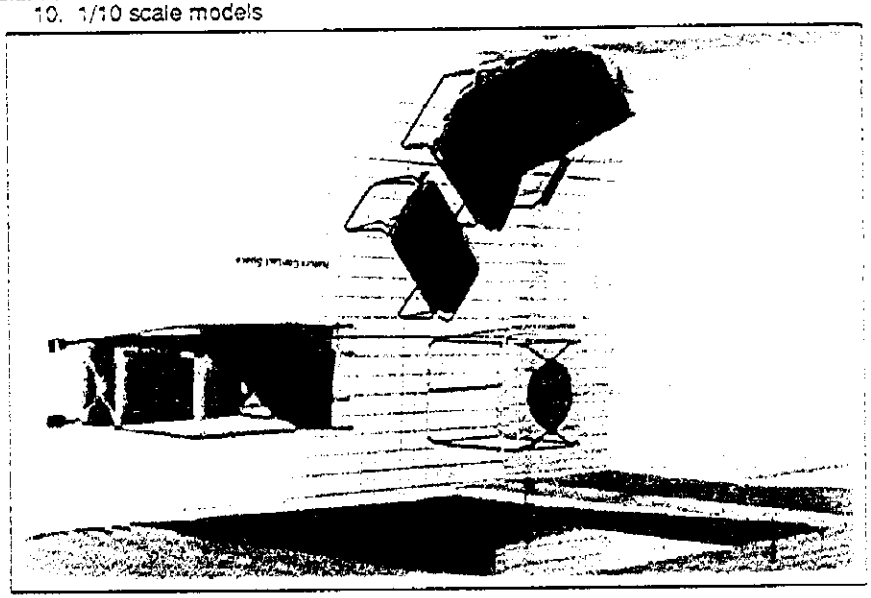
8. Evaluation of 1/10 scale models



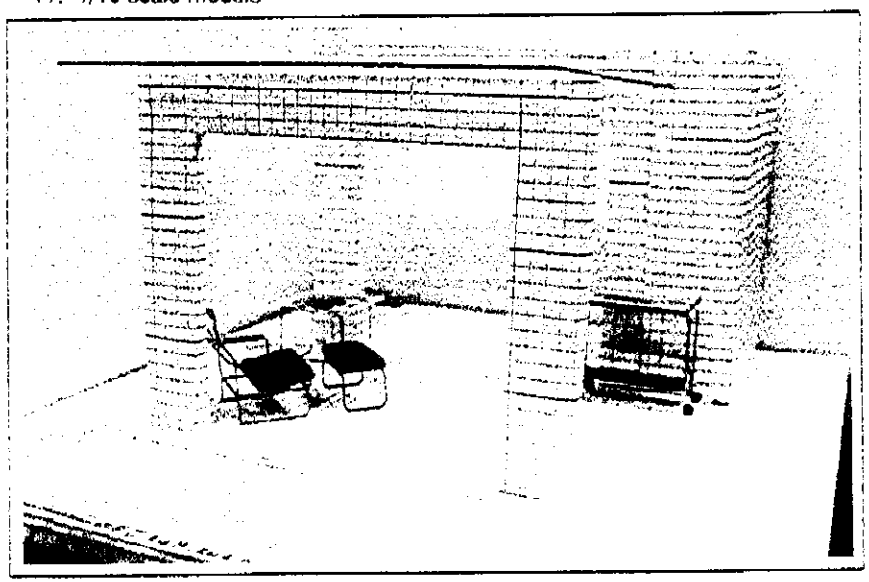
9. 1/10 scale models



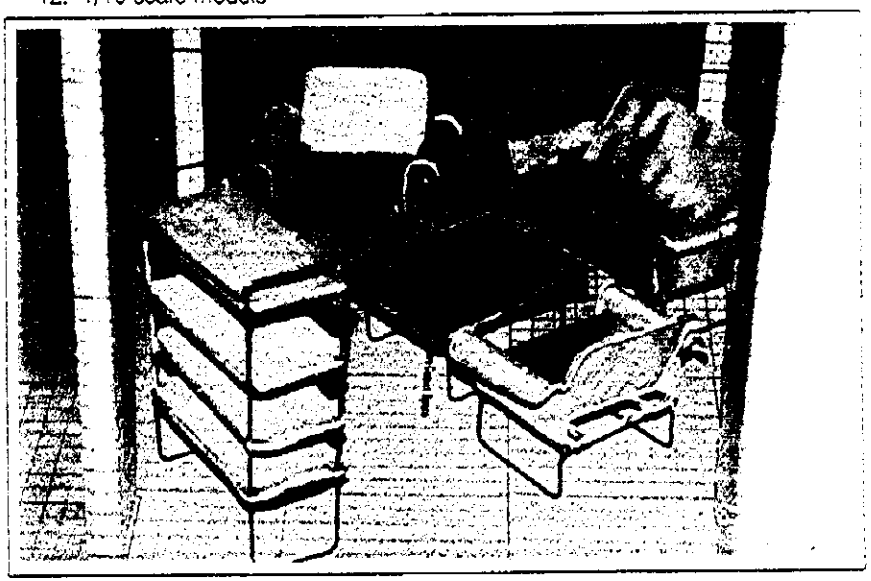
10. 1/10 scale models



11. 1/10 scale models

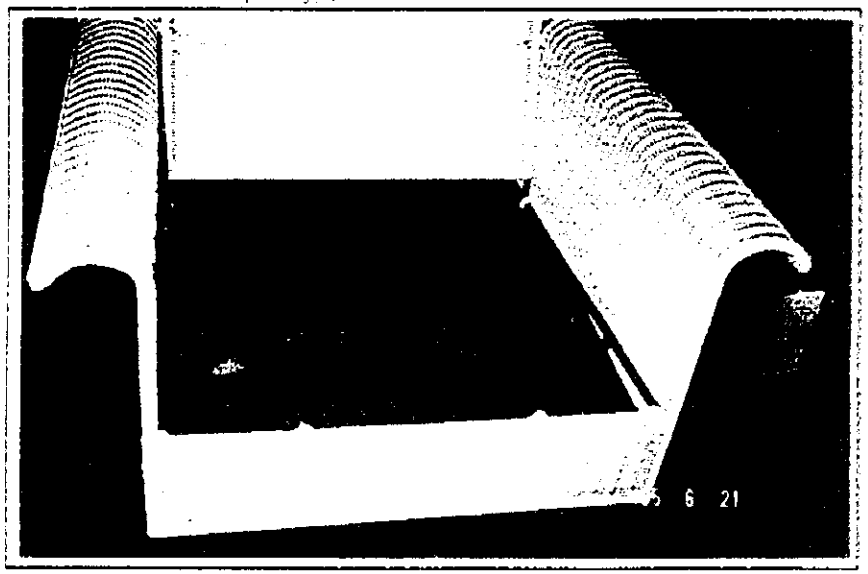


12. 1/10 scale models

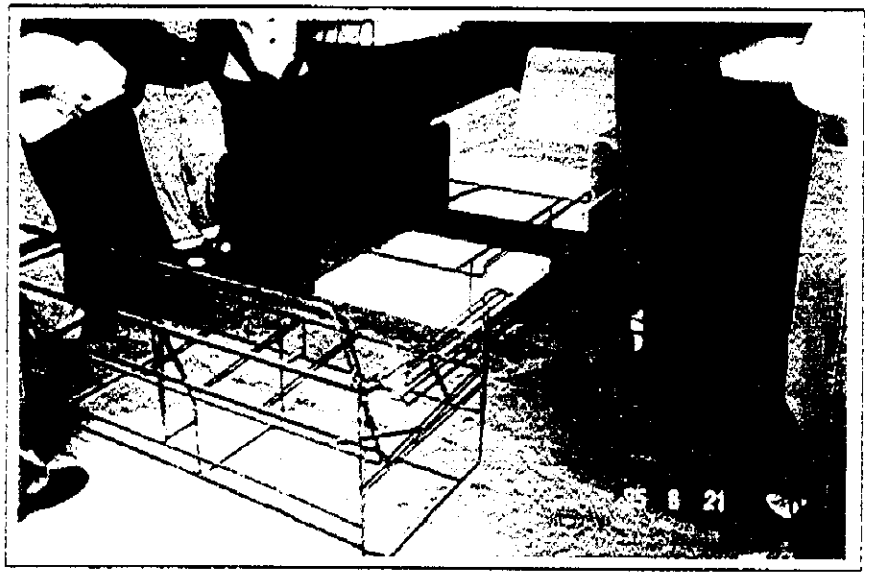


13. Evaluation of prototype

14. Evaluation of prototype

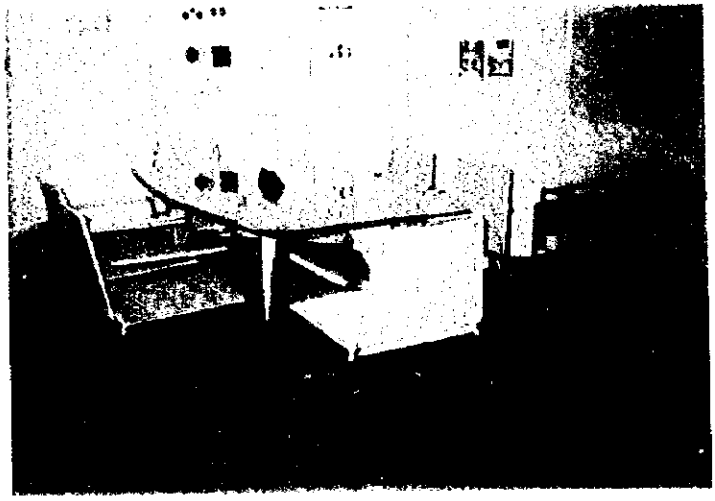


15. Evaluation of prototype

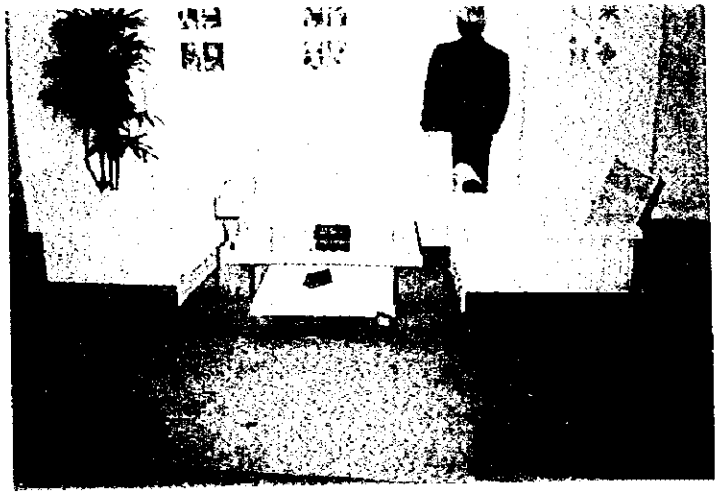


16. Closing Ceremony

Dining table and chairs

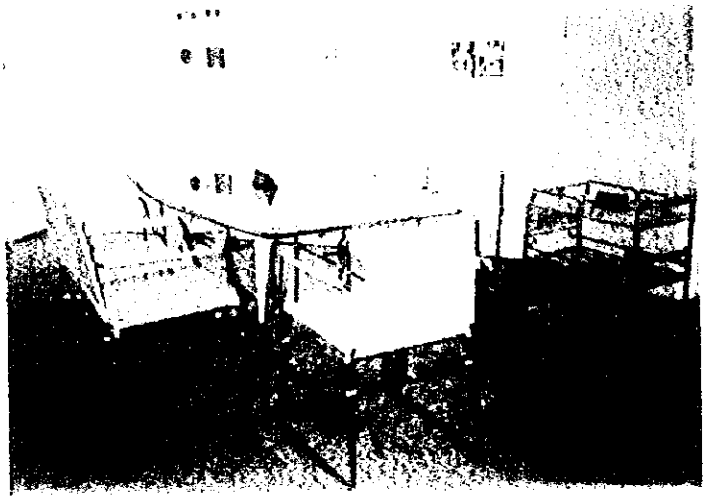


Living table and chairs

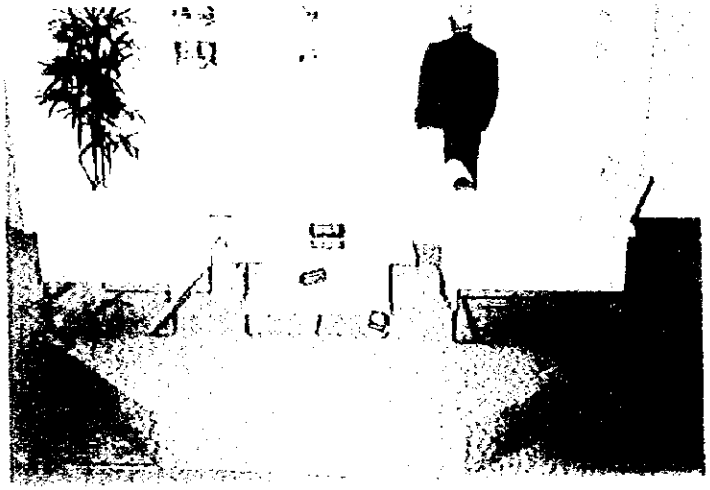


Easy chair and coffee table

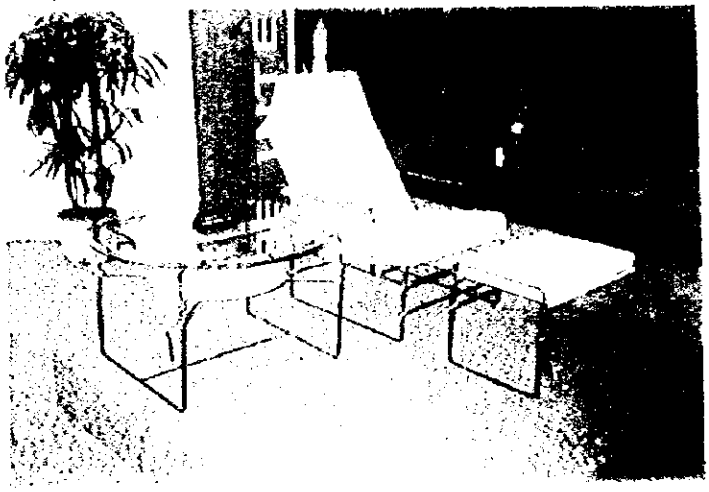
Dining table and chairs



Living table and chairs



Easy chair and coffee table



付属資料 III-7

2 インダストリアルデザインワークショップ

2-1 テキスト「Workshop on Industrial Design for Electrical Home Appliances」

2-2 プレゼンテーション資料「b-Cool」

2-3 プレゼンテーション資料「mine」

2-4 プレゼンテーション資料「sekitas Rinai RT502」

2-5 写真「Industrial Design Workshop」

WORKSHOP
ON
INDUSTRIAL DESIGN
FOR
ELECTRICAL HOME APPLIANCES

Venue: PUSAT DESAIN NASIONAL

Date: Phase 1 November 4 through 20, 1998

Phase 2 March 1 through 22, 1999

By:

JAPAN INTERNATIONAL COOPERATION AGENCY (JICA)

INDONESIA DESIGN CENTER (PDN; Pusat Desain Nasional)

MINISTRY OF COOPERATIVES, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES
THE REPUBLIC OF INDONESIA

Objective and Background of the Workshop

JICA, the government agency in charge of technical cooperation for foreign countries, is undertaking a study project to develop a master plan for design promotion in this country, at the request of Indonesian government. This is a study project to formulate a short/medium and long-term promotion plan of design in this country as an effective measure to assist sustainable industrial development. Design promotion, here, means the improvement of design awareness of industry and general public, increased adoption of design by industry, and development of design capability, etc. The team will propose/recommend an effective and practical master plan as an outcome of the study project after a comprehensive analysis of existing and anticipated issues related to design activities and design promotion.

However, we do not want to finish this project as a mere study. Rather, we would like to make this study project a step to design promotion in this country. In this context, we have prepared a workshop jointly with Ministry of Cooperatives and SMEs, PDN (Pusat Design Nasional) with support from GABEL.

This workshop is not the workshop you might have in the past. It is far more comprehensive, and practical. The workshop intends not to transfer design technology, but try to introduce design process to industry.

According to our experience in Japan, the introduction of design in industries has not only strengthened its competitiveness, but also increased value added with establishing their originality in the market. Further, we have a number of successful experiences of improving competitiveness of products with establishment of brand or product mix which are well recognized in the market (not only domestic but also international). This workshop is planned to transfer these experiences to the electrical home appliance industry in this country.

Since this workshop is not a training course of design technology, but one of an effort to introduce design into the industry as one of your valuable business resources, we strongly recommend intensive involvement of company owners or other key management in the workshop.

The Workshop will include;

1) Promotion of better understanding of effectiveness of introducing design process as a business resource
2) Concept making for design improvement of one of your products
3) Concept work and design work to materialize the concept into a model
4) Model work on the basis of the above
5) Review and evaluation of the model for further improvement

Profile of the Instructor

Mr. Minoru Nagase

Senior Manager, JAPAN DESIGN FOUNDATION

Specialty: Industrial Design

Educational background: Graduated from Department of Special Art, Educational University of Kyoto

Experience in industrial design: Engaged in design development of electrical home appliances, audiovisual apparatus, and electrical/electronics multi-media products at SANYO Electric Co. since 1965 through 1996.

DESAIN WORKSHOP (Untuk perlengkapan rumah tangga elektronik)

JICA, suatu organisasi perwakilan dari pemerintah Jepang yang bertugas dalam bidang kerjasama teknik di negara-negara asing, yang pada saat ini menangani proyek penelitian untuk pengembangan promosi desain di Indonesia, atas permintaan dari Pemerintah Indonesia. Proyek penelitian ini untuk merumuskan suatu rencana jangka pendek/menengah dan jangka panjang untuk promosi desain di Indonesia yang merupakan suatu kegiatan efektif untuk mendorong perkembangan industri. Promosi desain disini berarti peningkatan peduli desain dikalangan industri dan masyarakat umum, meningkatkan penggunaan desain oleh industri, dan pengembangan kemampuan desain,dll. Tim ini akan merekomendasikan / mengusulkan rencana praktis sebagai hasil dari proyek penelitian setelah menganalisa keadaan sebenarnya yang berhubungan dengan kegiatan desain dan pengenalan desain.

Bagaimanapun juga, kami tidak ingin proyek ini berakhir hanya sebagai penelitian saja, namun lebih lanjut lagi, kami ingin membuat proyek penelitian ini sebagai suatu langkah/tahapan untuk pengenalan desain di Indonesia. Dalam situasi ini kami menyiapkan pelaksanaan workshop bekerjasama dengan Departemen Koperasi, Pusat Desain Nasional, dan didukung oleh GABEL.

Workshop yang akan diselenggarakan ini tidak sama dengan workshop yang pernah diselenggarakan, workshop kali ini akan lebih mudah diikuti dan praktis. Penekanan workshop bukan untuk mengalihkan teknologi Desain tapi berusaha untuk memperkenalkan proses desain di Industri.

Berdasarkan pengalaman kami di Jepang, pengenalan desain di Industri-industri tidak hanya memperkuat kompetisi, tapi juga meningkatkan nilai tambah produk mereka dipasaran, lebih jauh lagi kami memiliki beberapa pengalaman sukses dari beberapa kompetitor berpotensi dengan produk produk yang telah memiliki merek kuat atau produk campuran yang telah dikenal baik dipasaran (tidak hanya pasar domestik namun juga internasional). Workshop ini direncanakan untuk memindahkan pengalaman ini untuk industri perlengkapan rumahtangga dari elektronik di Indonesia.

Workshop ini bukan kursus pelatihan teknologi desain, namun salah satu usaha untuk memperkenalkan desain kedalam industri sebagai salah satu dari sumber bisnis berpotensi, kami merekomendasikan keterlibatan yang teratur dari pemilik perusahaan atau manajemen kunci untuk berpartisipasi dalam workshop.

Workshop ini akan terdiri dari (untuk keterangan lebih lanjut, dapat dilihat pada lampiran) ;

1. Memperkenalkan pengertian keefektifan yang lebih baik untuk memperkenalkan proses desain sebagai salah satu sumber bisnis.
2. Pembuatan konsep untuk kemajuan desain salah satu produk anda.
3. Konsep kerja dan konsep desain untuk mewujudkan konsep tersebut kedalam model.
4. Model kerja dengan dasar seperti diatas
5. Mengkaji dan mengevaluasi dari model untuk pengembagan lebih lanjut.

Jika anda tertarik untuk mengikuti workshop, anda dapat menghubungi kami melalui Pusat Desain Nasional (PDN). Kami akan memberikan informasi yang lebih jelas mengenai workshop tersebut.

(Selanjutnya untuk membuat workshop ini lebih efektif, dan menghindar dari masalah peniruan desain, kami harus membatasi jumlah peserta sebanyak 3 perusahaan saja. Jika anda tidak mendapatkan kesempatan untuk mengikuti workshop kali ini, kami harapkan partisipasi anda dilain kesempatan.)

Workshop Desain Industri untuk Perlengkapan Rumahtangga Elektronik

(Diselenggarakan dengan kerjasama antara Departemen Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah, Pusat Desain Nasional (PDN), dan JICA di dukung oleh GABEL)

1. Peserta : Industri perlengkapan rumahtangga elektronik
2. Tempat : Pusat Desain Nasional (PDN) Gedung Puslatkop & PKM, Jl. Gatot Subroto, Jakarta 12780 (tel/fax : 021-790-2374)
3. Tanggal : (sementara) dimulai pada tanggal 4 November 1998 selama 8 hari (tahap I) (untuk lebih jelasnya lihat lampiran), dan pada bulan Februari dan Maret 1999 selama 8 hari (tahap II). Harap dicatat bahwa Tahap I dan Tahap II adalah suatu proses yang berkesinambungan, dan peserta yang sama yang akan mengikuti workshop ini.
4. Isi workshop: Sesuai lampiran
5. Biaya : Tidak dipungut biaya
6. Bahasa : Bahasa Indonesia

Diharapkan untuk segera mengirimkan formulir pendaftaran sesuai lampiran (lewat fax : 021-7902374)

(*) Para peserta workshop sebelum mengikuti workshop diharapkan untuk

mempersiapkan hal sbb :

1. Pilihlah sebuah produk, setelah dikonsultasikan dengan manajemen yang mana nantinya akan dibuat pengembangan desainnya.
2. Kumpulkan katalog dari produk-produk pilihan. Dalam katalog tersebut harus tercantum perusahaan anda, dan juga perusahaan lain, dan juga yang berasal dari majalah, dll. Berkaitan dengan katalog ini, dapat dibandingkan fungsi/spesifikasi produk dan harga jual produk - produk tersebut.
3. Cobalah untuk merumuskan /mengembangkan desain yang baru dari produk , kumpulkan beberapa gambar sebanyak mungkin dari majalah, dll. Yang dapat mewakili desain anda. Hal ini termasuk gambar gambar yang mewakili sifat warna, bentuk, sebaik sifat dari ruangan dimana produk tersebut akan dipasang atau dipergunakan.

4. Instruktur Profil

Mr. Minoru Nagase,
Senior Manager, JAPAN DESIGN FOUNDATION

Spesialis Desain Industri
Latar Belakang Pendidikan : Lulusan dari Jurusan Seni dan Kriya, Universitas Kyoto
Pengalaman di bidang Desain Industri : Bekerja pada SANYO Electric Co.Ltd. sejak 1965-1996, pada bagian pengembangan desain peralatan rumah tangga, audio visual, dan produk multi media.

Profil Asisten Instruktur :

Drs. Amirul Nefo
Desainer free lance
Pengajar di ITENAS

Spesialis Desain Industri
latar Belakang Pendidikan : Lulusan Fakultas Seni & Desain, ITB
Pengalaman di Desain Industri :
-Otomotif : Divisi R&D, PT ASTRA INTERNATIONAL
-Perkapalan : Manajer Proyek di PT INDOKAPAL PRIMACIPTA, Jakarta

Drs. Martinus P, Msn
Desainer Free Lance
Pengajar di ITB

Spesialis Desain Industri
Pendidikan : Lulusan fakultas Seni & Desain ITB
Pengalaman :
- Otomotif : PT LAKSANA CARROSEMA, Semarang
United Tractor PATRIA FORKLIFT
- Alat Rumahtangga : Office Furniture
- Perkapalan : Product Advisor dari peralatan Interior kapal di PT PELNI
sejak 1992 - 1998.

Work-Shop 〈Industrial Design〉

- Concepts with Marketability
- ConceptsVisualization
- Design Evaluation and Design Review
- Concepts of Products Outreaching to Consumer

- Design for Market Competitiveness
- Design as a Management Resource
- Presentation Skill enough for Msnagement Decision-making

- Introducing Design Skills for Merchandising
- Introducing Design for the Mass Production based on Techniques
- Introducing of Concepts and Techniques

Acquiring Products Designing Skills

Marketing Concept

- Case Study
- Life Style Analysis
- Needs & Wants Analysis
- Field Survey (stores)
- Designing Hypothetical Concept
- Designing Functions, Price, Spe.

- Best Design Analysis
- Scean Marketing
- Key Word
- Market Trends, Competitors, etc.
- Consensus Building within the Org.
- Function, Price, Spec, based on the Concept

Design Elaboration

- Visiting Production Sites
- Idea Generation (Image Mapping, Idea Sketching,etc.)
- Examination on Rough Sketching

- Field Survey in Factories (Metal Mold, Molding)
- Elaborating Idea Sketches (Styling Image, Merchandise Idea)
- Size, Weight etc. Examination on Styling Image

Examination Product&Tech Factor

- Examination on Essential
- Examination on Metal Mold
- Examination on Materials & Surface Treatment
- Examination on Inner Devices, Functions, Usability

- Selection of Essential Tech.
- Shaping methodology
- Characteristics of Materials
- Consistency of inner function with its appearance

Design Application

- Rough Drawing
- Rough Modeling
- Final Sketching
- Drawing Design Plan
- Design Modeling
- Color, Surface, Treatment, Graphics

- Enough Space for Inner Devices.
- Rendering
- Establishing Face, Line, Angle,Size
- Coloring, Surface Treatment Planning

Review & Evaluation

Presentation

- Evaluation of pre-Final Design
- Impact of pre-Final Design toward Consumers & Sales
- Defining Merchandise Concept
- Presentation for Sales & Engineering Div.
- Presentation for Executives
- Final Designing
- Copy writing & Sales Promotion

- Using Research Firms
- Concepts of Products Outreaching to Consumer
- Sharing its Concept
- Enough Presuasiveness for Executives
- Elaborating Sales Strategy

WORKSHOP (Desain Industri)

- Konsep dengan prospek pasar
- Gambaran dari konsep
- Evaluasi dan analisa keseluruhan desain
- Konsep produk, sasaran

- Desain untuk kompetisi pasar
- Desain sebagai sumber manajemen
- Keahlian presentasi yang

- Pengenalan keahlian desain untuk penjualan
- Pengenalan desain untuk produksi skala besar dengan dasar teknik
- Pengenalan konsep dan teknik

Menghasilkan keahlian mendesain produk

Konsep Pemasaran

- Studi kasus
- Analisa gaya hidup
- Analisa kebutuhan & permintaan
- Survey lapangan (toko-toko)
- Merencanakan Konsep hipotesa
- Merencanakan fungsi, harga,dll

- Analisa desain terbaik
- Pandangan pasar
- Kata kunci
- Tren pasar, pesaing,, dll
- Persetujuan antara badan organisasi
- Fungsi, harga, spesifikasi, berdasarkan konsep

Pengembangan Desain

- Kunjungan ke lokasi produksi
- Macam - macam ide (rekaan bentuk, sketsa ide,dll)
- Pengujian pada sketsa dasar

- Survey lapangan mengunjungi pabrik
- Pengembangan sketsa ide (membentuk ide, ide pasar)
- Ukuran, Berat, dll.
- Pengujian Citra Penggayaan

Pengujian produk & Faktor teknik

- Pengujian esensial
- Pengujian pada cetakan metal
- Pengujian bahan dan permukaan
- Pengujian fungsi dan kegunaan

- Pemilihan teknologi esensial
- Penajaman metode
- Karakter bahan
- Keseimbangan antara bentuk dan fungsi

Aplikasi Desain

- Model dasar
- Sketsa akhir
- Membuat Rencana desain
- Membuat Model
- Warna,permukaan, pengerjaan, Grafis

- Ruang yang cukup untuk bagian bagian fungsi teknik/pendukung
- Rendering
- Pembentukan bentuk, garis, sudut, dan besaran
- Pewarnaan, rencana pengerjaan permukaan

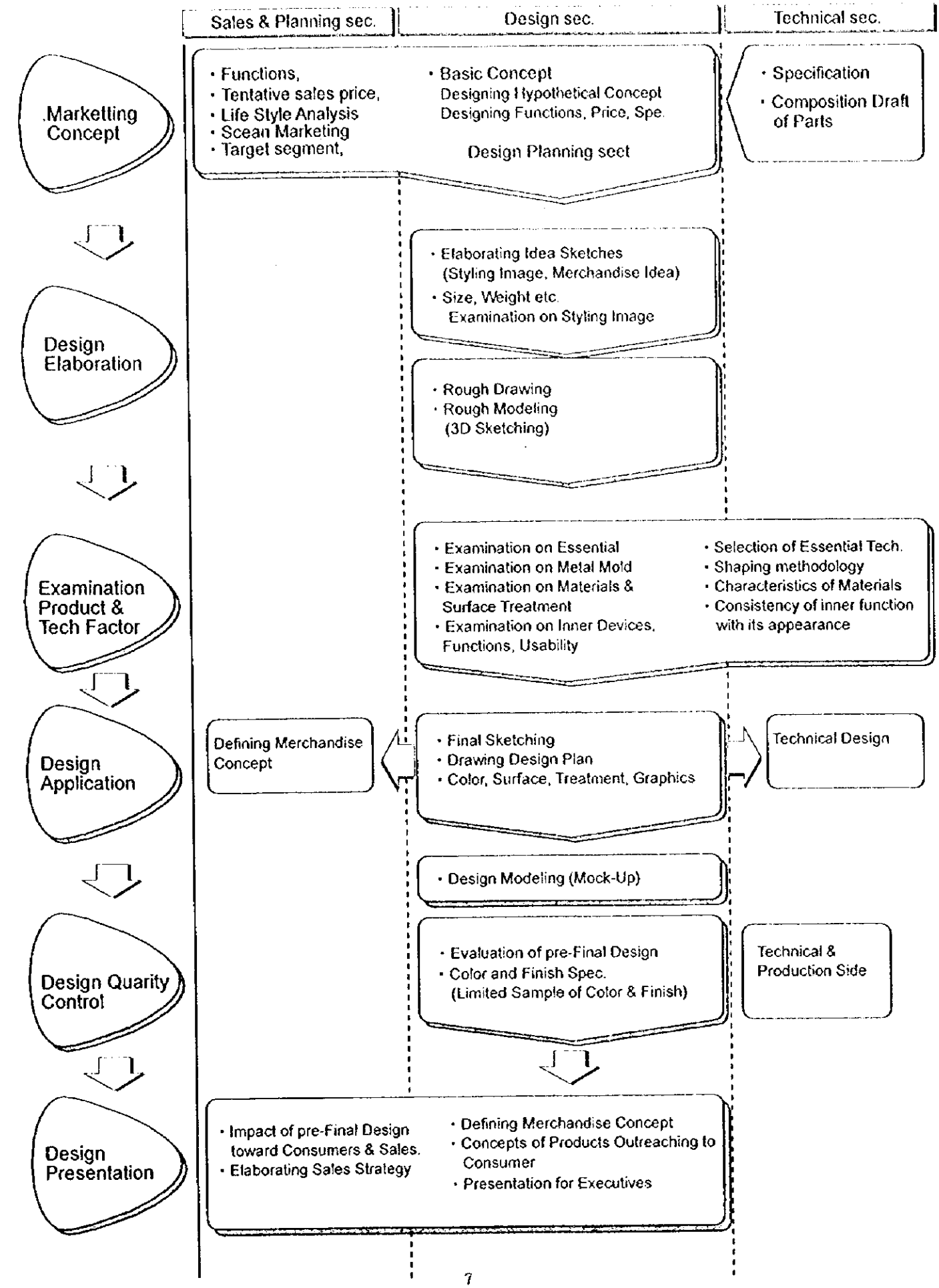
Review & Evaluasi

Presentasi

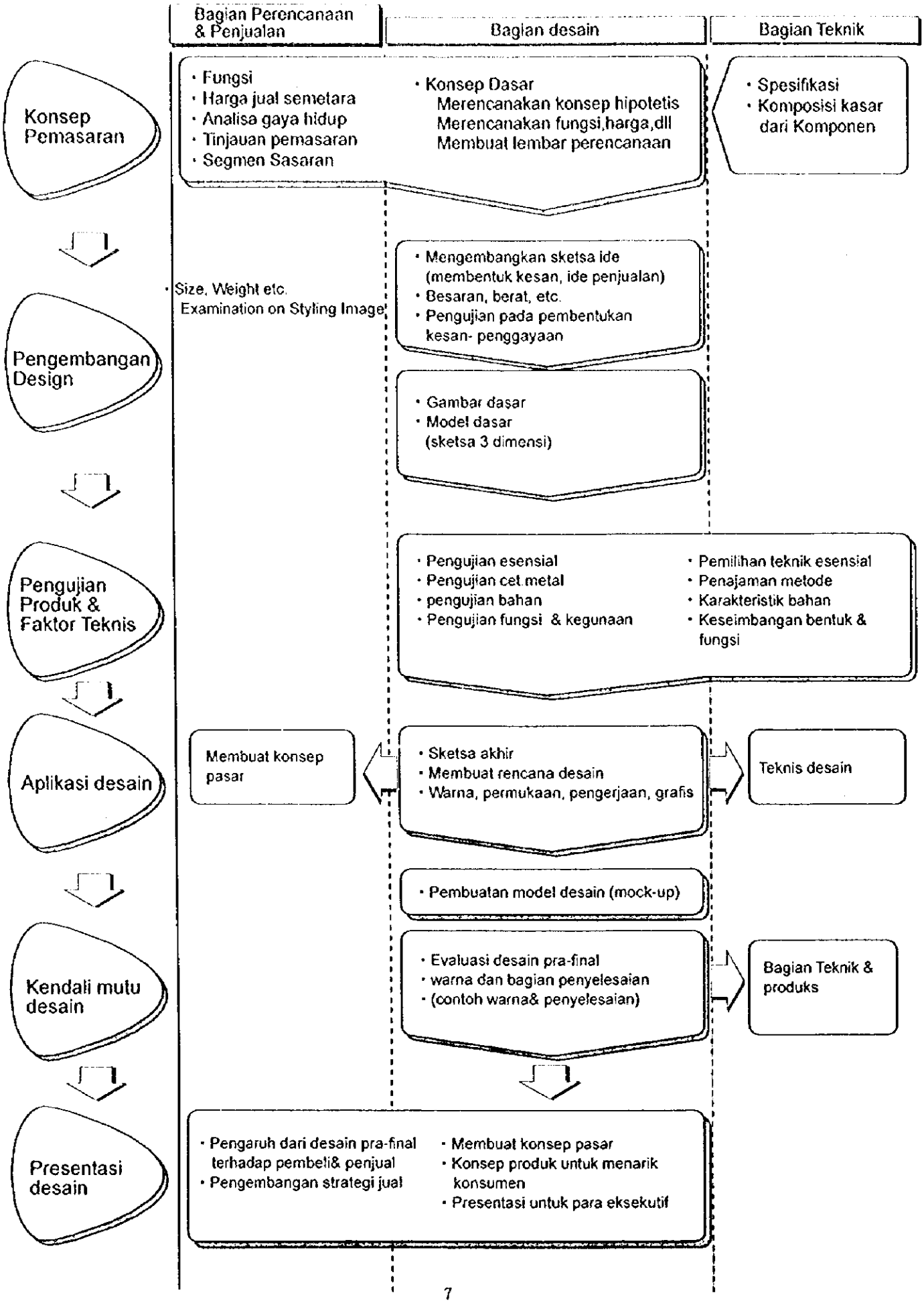
- Evaluasi desain pra-final
- Pengaruh desain pra-final terhadap konsumen & penjualan
- Menentukan konsep pemasaran
- Presentasi penjualan dan bagian teknik
- resentasi untuk para eksekutif
- esain akhir
- Penulisan kembali & Promosi penjualan

- Penggunaan jasa peneliti
- Konsep produk untuk menarik konsumen
- Pembagian konsep
- Pendekatan yang cukup untuk para eksekutif
- Pembangan strategi penjualan

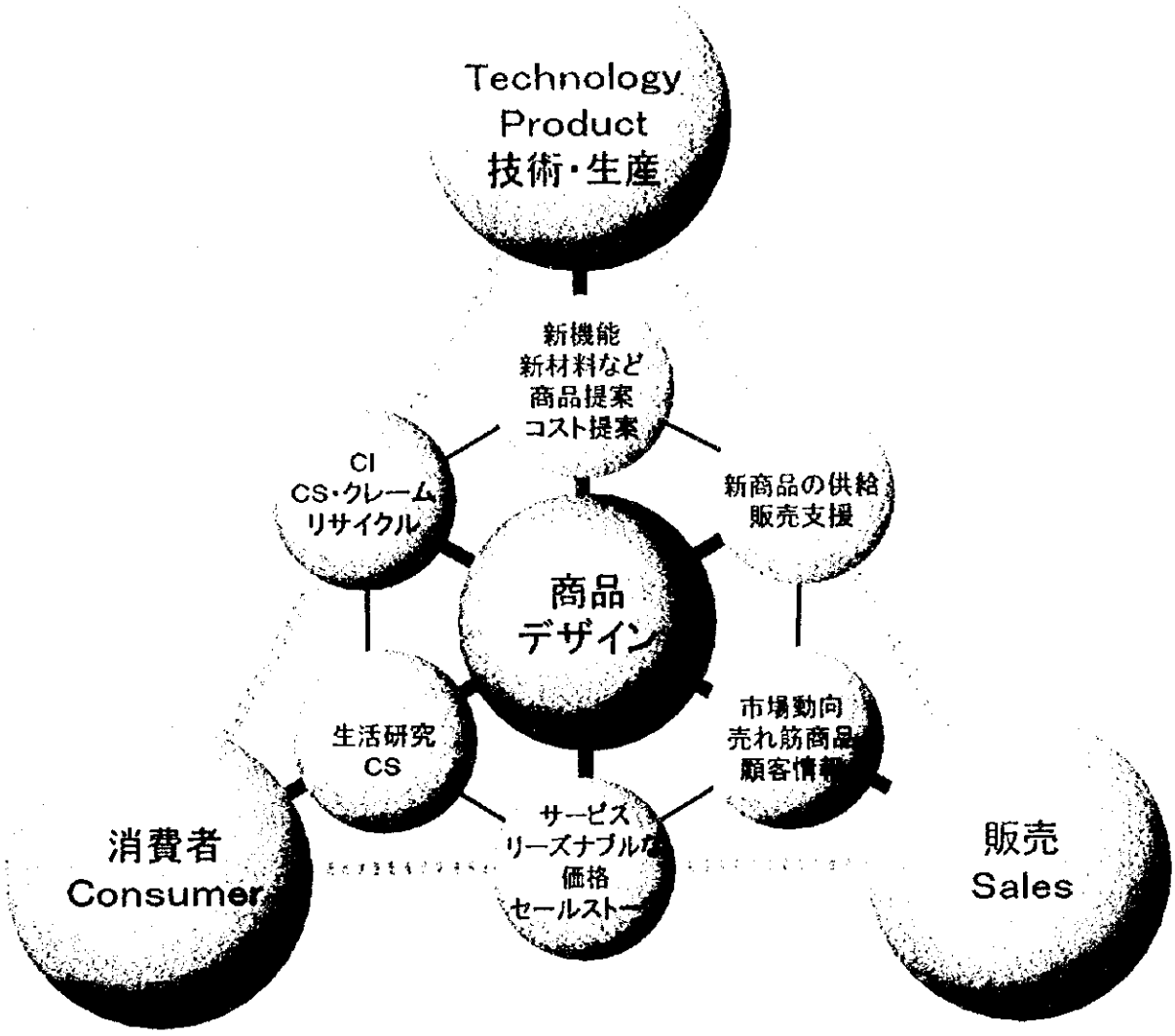
Industrial Design Process



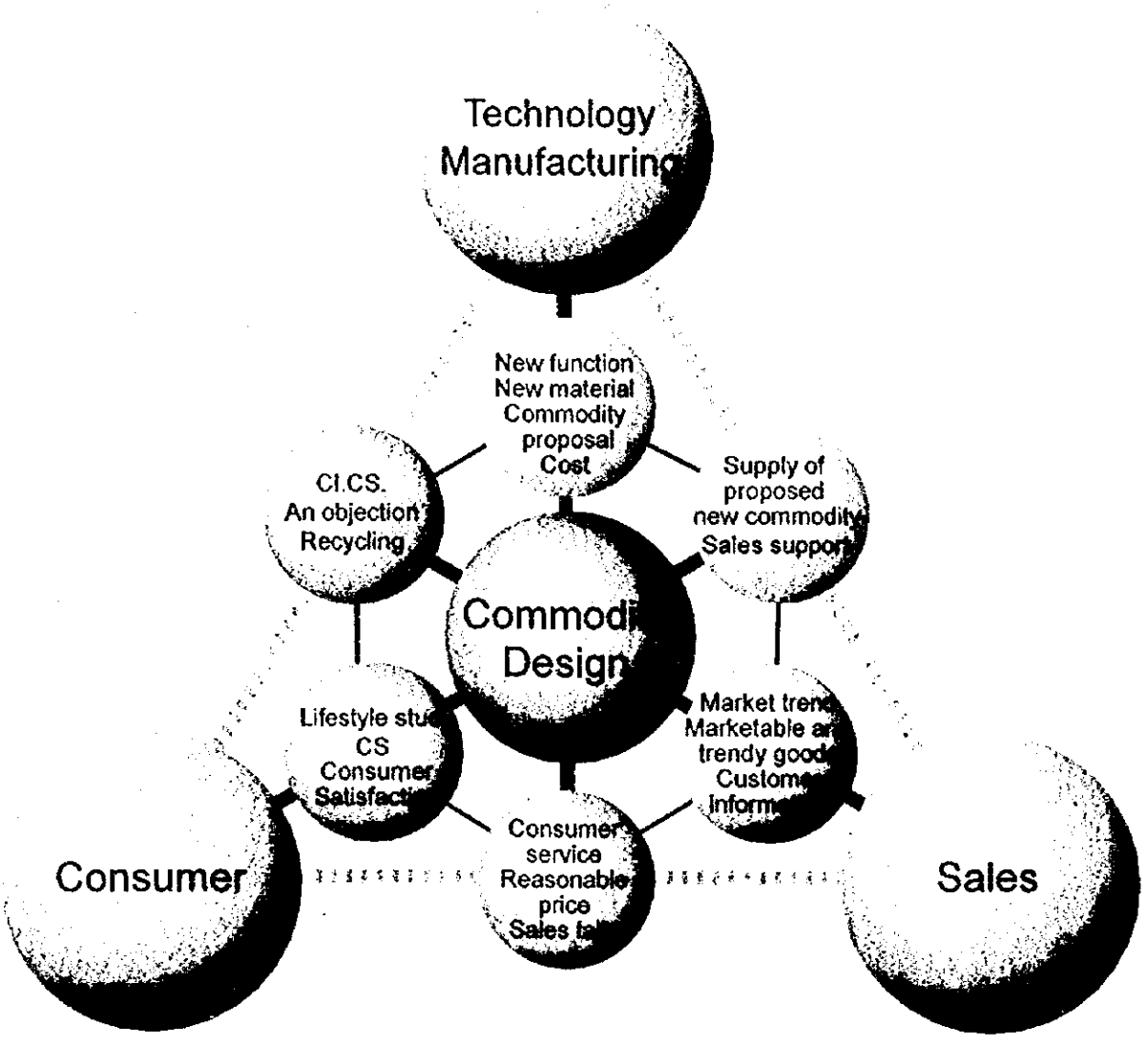
Proses Desain Industri



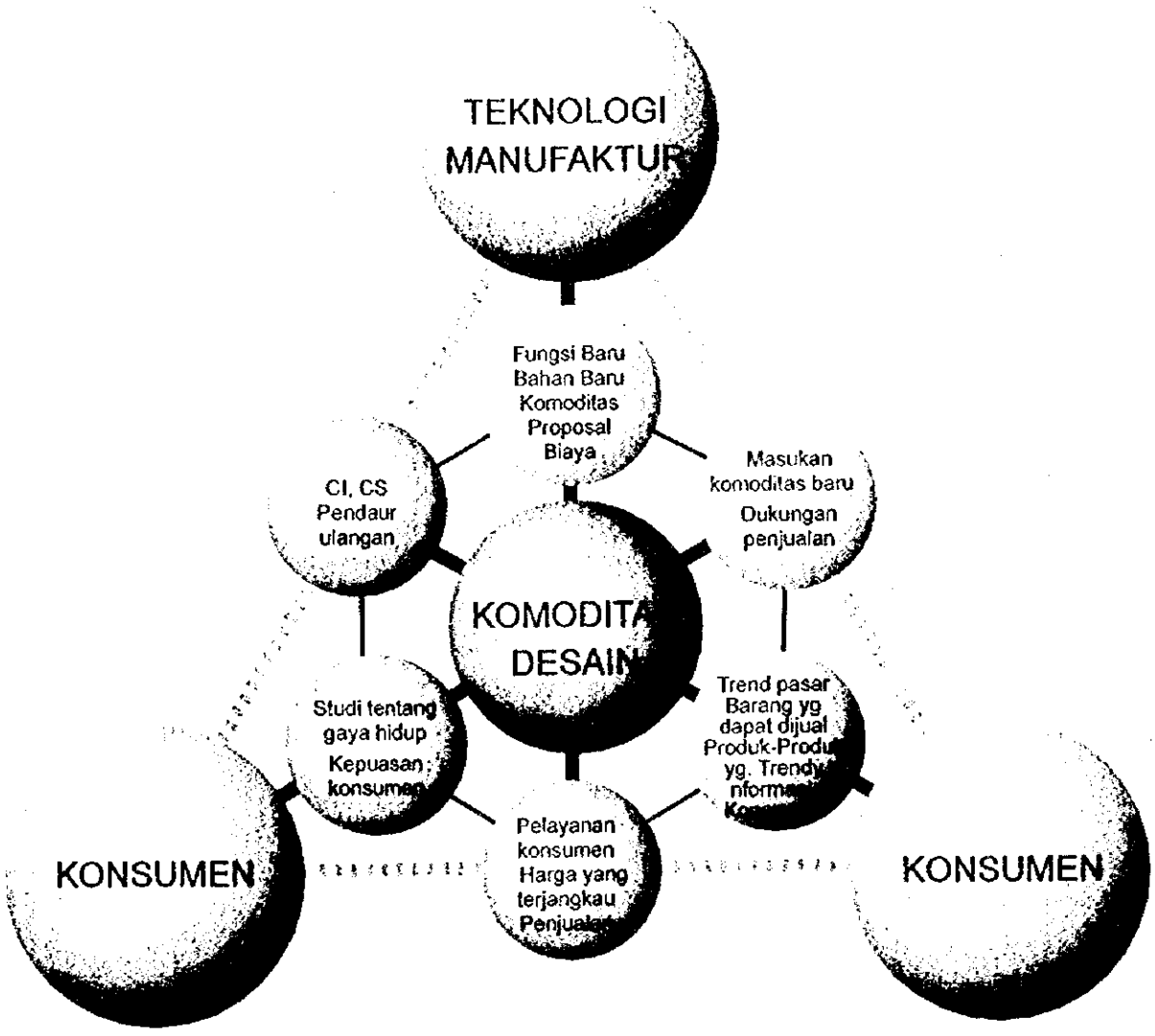
■生産・販売・消費者とデザインの関わり



- A relation between production/ sales / consumer and design.



■ HUBUNGAN ANTARA PRODUKSI /PENJUALAN/KONSUMEN dan DESAIN



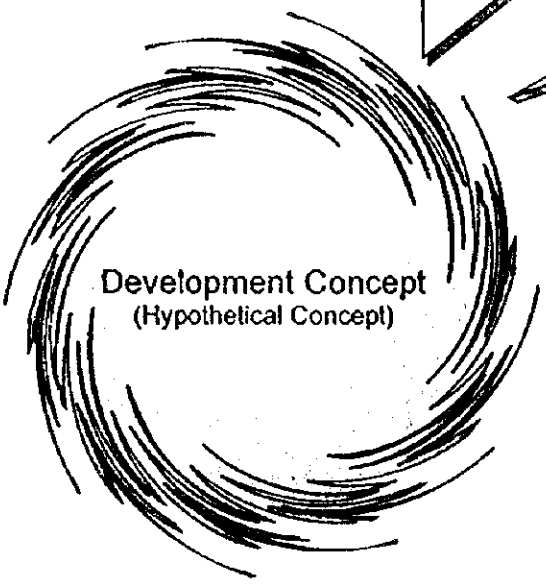
Development Concept and Product Concept

■ Corporate Circumstances

Technical information
New type of rival products on the market.
Corporate strategy

■ Market Circumstances

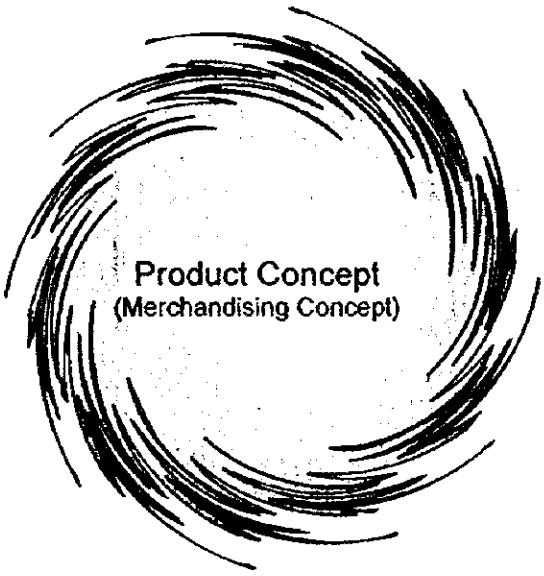
Market research
Market trends
Market size
Lifestyle research



■ Consensus building within the organization to make the product a success

for Management (owner)
Designer
Technology and Production Division
Sales Division

Significance to the Company, Store, Consumer



■ Consensus building within the organization Management

for Management (owner)
Planning and Sales Division
Advertising and Sales promotion Division
Designer

■ Selling the product to stores and consumers

for Sales Companies and OEM Retailers
Shop
Advertising (catalogs, magazines, TV commercials) and sales promotion
Selling the product to consumers

Konsep Pengembangan dan Konsep Produk

■ Keadaan Perusahaan

Informasi Teknis
Produk-produk pesaing jenis baru dipasaran
Strategi perusahaan

■ Keadaan Pasar

Riset pasar
Tren pasar
Riset gaya hidup
Besarnya pasar

Konsep Pengembangan
(Konsep Hipotesis)

■ Membangun Konsensus dlm Organisasi Unyuk Membuat Produk yg Berhasil

Untuk Manajemen
Desainer
Divisi teknologi & produksi
Divisi penjuaian

Makna bagi perusahaan, toko / penjual, Konsumen

Konsep Produk
(Konsep Dagang)

■ Membangun Konsensus dlm Organisasi Manajemen

Untuk Manajemen (pemilik)
Divisi perencanaan & penjuaian
Divisi iklan & promosi penjuaian
Desainer

■ Menjual Produk ketoko-toko dan Konsumen

Untuk Perusahaan penjual & toko pengecer
Komponen asli
Iklan (katalog, majalah,iklan TV) dan promosi penjualan
Penjualan produk kepada konsumen

Product planning , manufacturing and merchandising process

- A total process consisting of product planning, manufacturing and merchandising, is the marketing. Designing is the concept making activity of a product.
- Design section needs to be involved in all the process of product planning, manufacturing, and merchandizing. The deign adds value to the products during the process, contributing to increased profitability and customer satisfaction.
- Idea creation for product development can be started from any part of the process. All the conditions required by each part of the process, however, are necessary to be fulfilled before completing the marketing process.

◆Factors to be considered in the process of product development
- Needs of market
- Trend of the times
- Availability of own technology resources
- Production cost efficiency
- Availability of parts
- Possible development / extension to new fields

◇Advantage of establishing a development concept of product
1. Increased attractiveness to consumers by strong impact from the proposed concept
2. Easiness to make consensus in the company towards the product development

◆Good design requires modeling with a sense of beauty, and excellent representation of feel of material. Introduction of design process increases the value of product, with improving its finishing, quality, and productivity, etc.

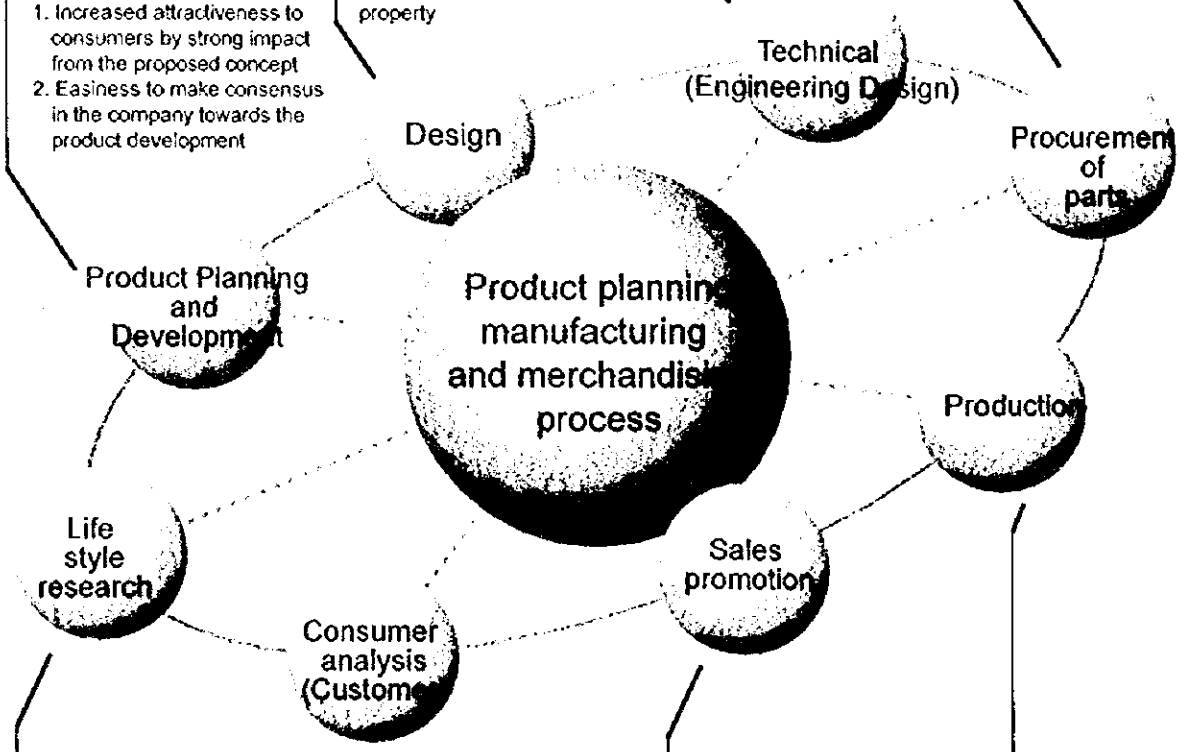
◇Nurturing designers acceptable in the global market. Creation of designs of originality, and securing of them as intellectual property

◆Product planning according to technical design capability of the company

◇Concurrent design work with technical design section

◆Design control in the processes of mold making and molding

◇Securing design quality of parts on the outside



◆Market-in product development on the basis of needs and wants of consumers

◇Research on behavior of people is the basis of product design development. Improve attractiveness of products for the domestic and export markets.

◆ Research on customers'/ consumers' psychology

◇Survey on customers' satisfaction

◆Proposal for sales promotion regarding appealing power of the product to consumers
- Advertisement, POP, catch copy, and shop display, etc.
- Introduction of own brand strategy and corporate strategy

◇Gathering information on consumers' trend
- Product proposal from marketing side

◆Dealing with troubles in appearance found in the production process

◇Reduction of number of assembling processes related to appearance

■ PERENCANAAN PRODUK, MANUFAKTUR, dan PROSES PENJUALAN

- Seluruh proses yang meliputi perencanaan produk, pabrikasi, dan penjualan, adalah pemasaran. Mendesain adalah konsep membuat suatu produk.

- Bagian desain sangat berkepentingan untuk berhubungan dengan seluruh proses dalam perencanaan sebuah produk, pabrikasi dan penjualan. Desain akan memberikan nilai tambah bagi produk selama proses berlangsung. Memiliki kontribusi untuk meningkatkan keuntungan dan kepuasan konsumen.

- Penciptaan ide untuk pengembangan produk dapat dimulai dari bagian proses yang mana saja. Seluruh kondisi berlaku untuk setiap bagian proses, bagaimanapun juga, sangatlah penting untuk dikerjakan sebelum melengkapi proses pemasaran.

◆Faktor - faktor yang diannjurkan dalam proses pengembangan produk ;
- Kebutuhan pasar
- Tren pada saat ini
- Keberadaan sumber teknologi yang dimiliki.
- Efisiensi biaya produksi
- Ketersediaan komponen

◇Keuntungan dari pembuatan konsep pengembangan produk

1. Meningkatkan ketertarikan konsumen dengan pengaruh kuat, dari konsep yang ditawarkan
2. Kemudahan dalam perusahaan untuk mengembangkan produk

◆Desain yang baik memiliki model dengan sentuhan keindahan dan penampilan menawan dari bahan. Pengenalan proses desain meningkatkan nilai dari produk, dengan tambahan penyelesaiannya, kualitas, dan produktifitas,dll.

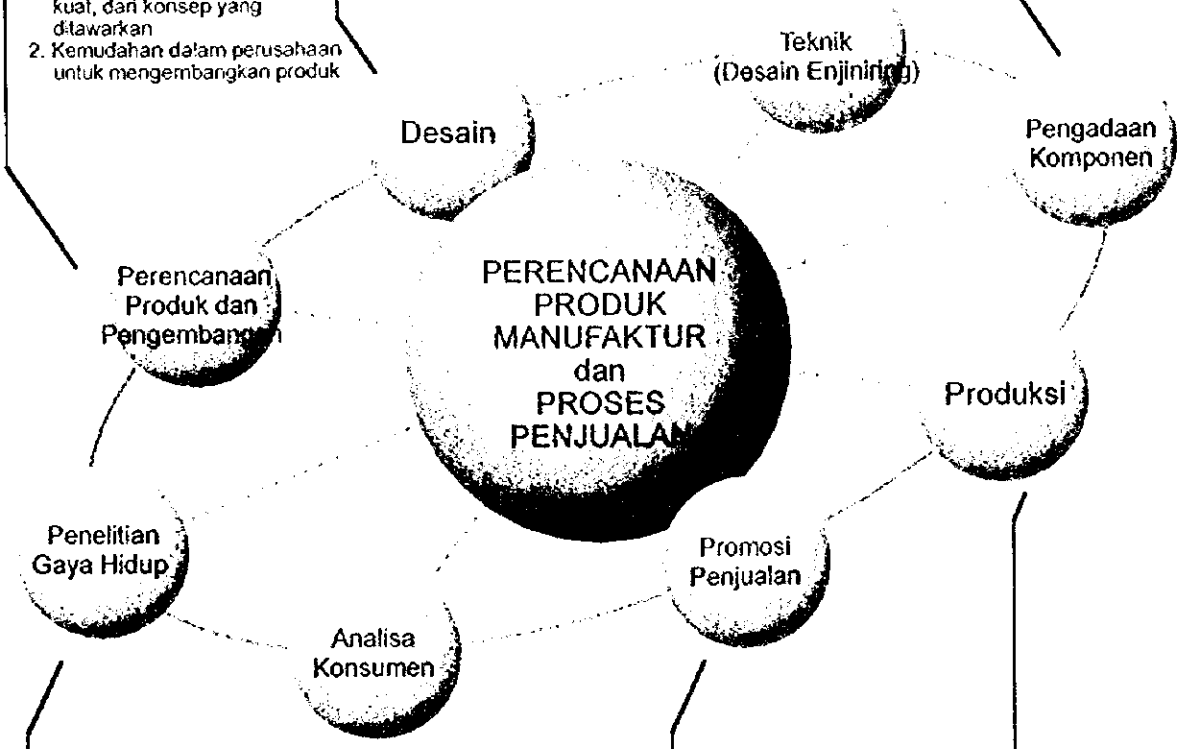
◇Penerimaan desainer pada pasar. Kreasi desain originalitas, dan melindungi mereka sebagai aset intelektual.

◆Perencanaan menurut kemampuan teknik desain perusahaan

◇Kebersamaan antara pekerjaan desain dengan bagian teknik desain

◆Kontrol desain dalam proses pembuatan cetakan dan pencetakan

◇Perlindungan kualitas desain dari bagian-bagian luar



◆Pemasaran dalam pengembangan produk untuk kebutuhan konsumen

◇Penelitian kebiasaan manusia adalah dasar dari pengembangan produk. Meningkatkan ketertarikan pada produk untuk didalam negeri dan ekspor.

◆Penelitian terhadap konsumen /psikologi konsumen

◇Survey pada kepuasan konsumen

◆Proposal untuk promosi penjualan menurut kekutan produk kepada konsumen
- Klan, POP, dan display toko
- Pengenalan merek sendiri, strategi dan strategi bersama

◇Pengumpulan informasi atas tren konsumen
- Proposal produk dari bagian pemasaran

◆Menghadapi rintangan yang timbul dalam proses produksi

◇Pengurangan jumlah proses perakitan yang berkaitan dengan penampilan

The Relationship between Production Process and Design

production process	design work
Planning	Marketing, survey of competitors' products, market trends, product planning sheets, product concepts.
Design	Lifestyle research, design concepts, design preparation, mockups, design drawings, artwork, color and finish specifications
Technical Design	Exterior design - Examination of shaping, finish and metal mold. Inner mechanism design - Examination of mechanism, function and usability. Circuit design - Examination of display, function buttons and knobs.
Mold Production	Examination of master metal mold.
Parts	Examination of exterior and clicking of parts related to the outside, such as switches and handles.
1st Injection Try	Examination of exterior and finish (burring, bleeding or weld-lines) of molded products Adjustments to mold
2nd Injection Try	Examination of adjustments
Technical Trial Manufacture	Design quality management such as examination of assembly joints and usability, and finish of exterior parts
1st Mass Production Trial Manufacture	Final product examination and adjustments
2nd Mass Production Trial Manufacture	
Mass Production	Design quality management such as color deviation and finishing according to lot.
Sales Promotion	Explanation to retailers, listen to opinions Development of sales promotion Consumer questionnaire survey (consumer cards)

Hubungan Antara Proses Produksi dan Desain

Proses Produksi	Pekerjaan Desain
Perencanaan	Marketing, survey produk pesaing, trend pasar, lembaraan perencanaan produk, konsep-konsep produk
Desain	Riset gaya hidup, konsep-konsep desain, persiapan desain, mock up, gambar-gambar desain, art work, warna dan spesifikasi finish (selesai).
Teknis Desain	Desain eksterior- pengujian bentuk, finish dan cetakan metal. Mekanisme desain bagian dalam-Pengujian mekanisme, fungsi dan penggunaan. Desain sirkuit / rangkaian-Pengujian display, tombol fungsi dan kenob.
Produksi Cetakan	Pengujian dari master cetakan metal.
Bagian-Bagian	Pengujian eksterior dan "clicking" (memencet, mengklik) bagian-bagian yang berhubungan dengan bagian luar, seperti switch dan handle.
Percobaan Injeksi Pertama	Pengujian eksterior dan finish (burring, bleeding or weld lines) penyetelan dari cetakan metal.
Percobaan Injeksi 2	Pengujian dari penyetelan.
Percobaan Teknis Manufaktur	Manejemen kualitas desain seperti pengujian komponen rakitan dan penggunaan, dan bagian-bagian eksterior finish.
Produksi Percobaan Manufaktur Masal ke 1	Pengujian akhir produk dan penyetelan.
Percobaan Manufaktur Produksi Masal ke 1	
Produksi Massal	Manamen kualitas desain seperti deviasi warna dan penyelesaian akhir menurut lot.
Promosi Penjualan	Penjelasan kepada pengecer,mendengar pendapat Pengembangan promosi penjualan Survey dan angket kepada konsumen (kurtu konsumen)

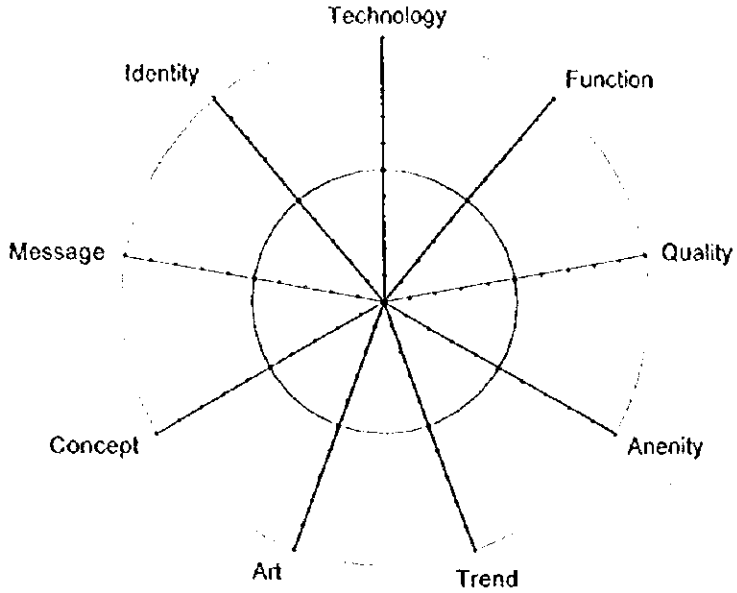
Evaluation of Design

Product Name

Model No.

Issued

Date . .



			Evaluation Score (1~10)	Comment
Intelligence	Technology	Technological Development		
		Productivity, Rationality		
	Function	Functionality		
		Usability		
		Storage, Installation, Portability		
		Maintenance		
	Quality	Completion, Finishing		
		Safety		
		Durability		
Sense	Anenity	Comfortable-ness		
		Harmonization with Circumstance		
	Trend	Advancement		
		Topics (Talks)		
	Art	Shaping		
		Coloring		
		Quality of Materials & Treatment of Exterior		
		Graphics		
Mind	Concept	Presentation		
		Sociality		
	Message	Message to Consumers		
	Identity	Originality		
		Intellectual Property Rights (IPR)		

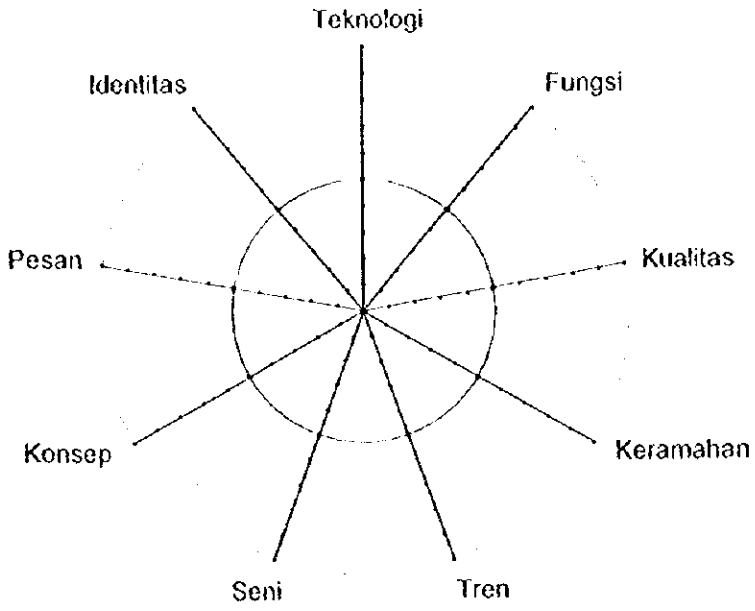
Evaluation of Design

Product Name

Model No.

Issued

Date . .



			Evaluation Score (1～10)	Comment
Intelegensi	Teknologi	Bagian Teknologi		
		Produktivitas, Rasional		
	Fungsi	Funsional		
		Kegunaan		
		Penyimpanan, Instalasi, Kemudahan		
		Perawatan		
	Kualitas	Kelengkapan, penyelesaian		
		Keamanan		
		Daya tahan		
Rasa	Keramahan	Kenyamanan		
		Kesesuaian dengan lingkungan sekitar		
	Tren	Kemajuan		
		Topik		
	Seni	Penajaman		
		Pewarnaan		
		Kualitas bahan & Pengerjaan eksterior		
		Grafis		
Pemikiran	Konsep	Presentasi		
		Sosial		
	Pesan	Pesan untuk pelanggan		
	Identitas	Keaslian		
		Perlindungan hak intelektual		

it's CONCEPT

DEVELOPMENT CONCEPT

1. Propose new method of sales promotion for small items of electrical home appliances
2. Improve the corporate image among young generations
3. Develop products to gather data on the trend of young generations

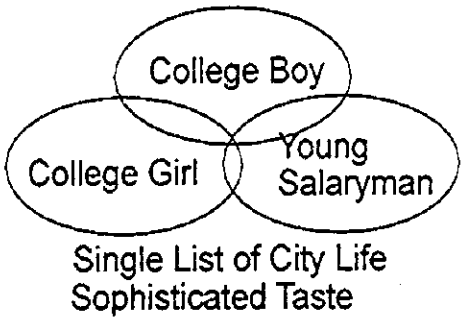
Contemporaly Basic Gear it's

COMMODITY CONCEPT

Simplified and basic gear to meet the minimum needs of young urban generation living alone, with simple and pure life style

TARGET

Students starting to live alone by themselves



PRODUCT IDENTITY

1. COLOUR

Basic and long-lasting color represented by "Indigo Blue (or AIZOME in Japanese)"

TRAD BLUE

2. FUNCTION

Limit to minimum requirement for living,
excluding functions not used often

3. DESIGN

Insist on the intrinsic beauty of the products,
without unnecessary decorations

4.PRODUCT LINE-UP

Necessary and sufficient product line-up for living alone

5.PRICE

Prices for students to find them reasonably cheap

FACTORS OF INDUSTRIAL DESIGN

(Involvement and Evaluation of Design in Products Development)

Intelligence	Technology	*Technological Development*	· Presentation from design toward technological development (Shape, Size, Weight, Thickness, Functions) (Knowledge of <advanced> technology is inevitable for the Designers.)
		Productivity, Rationality	· Rational Planning and design taking into account of productivity of materials, metal mold, and/or assembly (Significant factor for cost reduction, and/or excellent finishing)
	Function	*Functionality*	· Appropriate selection and expression of product functions · Presentation of functions (In products, functions and performance are included.) (Appropriateness of function selection is a determinant factor of product value.)
		Usability	· Usability, Understandability, GUI (Key to activate functions) (Size and color of buttons /characters are also included.) (Development from Ergonomics, to Cognitive psychology, GUI)
		Stowage, Installation, Portability	· Size, Portability, Stability, Storability. (Taking into account of life scene of users)
		Maintenance	· Easiness of user maintenance (ex: easy to clean, easy to exchange expendable supplies)
	Quality	*Completion, Finishing*	· Good make, Delicacy, Good psychological feeling · Quality of finishing: origin of production (Quality of design, quality of craft)
		Safety	· Maintaining of "Safety & Strength" under various situation of use · Universality
		Durability	· Solidity & durability
Sense	Amenity	*Comfortable-ness*	· Exclusion of discomfort (touch, usability, sound, oscillation)
		Harmonization with Circumstance	· Harmonization with circumstance (shape, color, sound, measure, atmosphere, and so on)
	Trend	*Advancement*	· Design : Generation of new image · Design : Sympathy for next generation
		Topics (Talks)	· "Links" among goods, things, and sympathy for the "Something new" (To get market success, the products have to be a talk (topic) of town.)
	Art	*Shaping*	· "Aesthetic completeness" of total shaping, details, and structural element (Beautiful shaping is essence of design.)
		Coloring	· "Coloring sense" & "Aesthetic completeness" (Coinciding with purpose, environment, generation, era, and so forth)
		Quality of Materials & Treatment of Exterior	· Exterior treatment making the best use of materials (ex: delicacy of aluminum, softness of plastic curve, and so on)
		Graphics	· Appropriateness of graphic management (For more liveliness and completeness)
Mind	Concept	*Presentation*	· Presentation of new lifestyle (For the progress of human life) · Presentation of hypothesis (Based on cultivation of Needs & Wants, and on targeting) · Presentation of products (Based on "Scene marketing") · Pricing based on psychological aspects
		Sociality	· Social Concerns (Environment, Recycling, Barrier-free)
	Message	*Message To Consumers*	· Design language (strength, direction) · Communicating corporate philosophy · Attention to customer satisfaction (CS)
	Identity	*Originality*	· Corporate Originality · Observance of Design Rule (Attention to other brands, and so on)
		Intellectual Property Rights (IPR)	· Maintaining originality · Strategic IPR application

FAKTOR FAKTOR DESAIN INDUSTRI

(Keterlibatan dan Desain Evaluasi dalam Bagian Produksi)

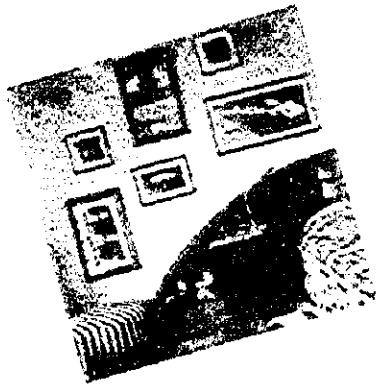
Intelegensi	Teknologi	Bagian Teknologi	· Presentasi desain untuk bagian teknologi (Bentuk, ukuran, Berat, Ketebalan, Fungsi) (Pengetahuan teknologi moderen sangat penting untuk desainer)
		Produktivitas, Rasional	· Perencanaan rasional dan peranan desain dlm produktifitas dari bahan, cetakan metal, atau perakitan (faktor penting untuk pengurangan biaya, dan penyelesaian yang baik
	Fungsi	Funsional	· Seleksi dan ekpresi dari fungsi produk · Presentasi fungsi (dlm produk, fungsi dan penampilan sudah termasuk) (Seleksi fungsi adalah faktor penting pada nilai produk)
		Kegunaan	· Kegunaan, pengertian, GUI (Kunci untuk aktivitas fungsi) (Ukuran dan warna juga termasuk) · Pengembangan dari ergonomik, ke psikologi,GUI
		Penyimpanan, Instalasi, Kemudahan	· Besaran,mudah, ketahanan,penyimpanan (Diperhitungkan menurut gaya hidup pemakai)
		Perawatan	· Memberikan kemudahan bagi pemakai (contoh, mudah dibersihkan,efektif dlm dana perawatan)
	Kualitas	Kelengkapan, penyelesaian	· Dibuat dgn baik,memberikan perasaan senang · Kualitas penyelesaian : asal produksi (Kualitas desain, kualitas kerajinan)
		Keamanan	· Kekuatan & ketahanannya awet dlm situasi apa saja · Menyeluruh
		Daya tahan	· Solid & berdaya tahan
Rasa	Keramahan	Kenyamanan	· Hal-hal yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan (sentuhan,kegunaan,suara,getaran)
		Kesesuaian dengan lingkungan sekitar	· Kesesuaian dgn lingkungan sekitar (bentuk,warna,suara,isi,atmosfir,etc)
	Tren	Kemajuan	· Desain : Generasi dgn image baru · Desain : Rasa simpati untuk generasi selanjutnya
		Topik	· Keterkaitan diantara barang,produk, dan rasa peduli terhadap sesuatu yang baru. (Untuk mendapat sukses pasar produk tersebut harus menjadi pembiicaraan seluruh kota)
	Seni	Penajaman	· Estetika keseluruhan dari penajaman total,detil, dan elemen struktural (Penajaman yang indah adalah intisari desain)
		Pewarnaan	· Sentuhan pewarnaan & estetika menyeluruh (Bertepatan dgn alasannya, lingkungan, generasi, era,dll)
		Kualitas bahan & Pengerjaan eksterior	· Pengerjaan eksterior membuat kegunaan terbaik dari bahan (Keindahan alumunium,kelembutan kurva plastik,dll)
		Grafis	· Manajemen gafis yang sesuai (untuk lebih hidup, dan lengkap)
Pemikiran	Konsep	Presentasi	· Presentasi gaya hidup baru (untuk kemajuan manusia) · Presentasi hipotetis (didasarkan pd pengolahan kebutuhan, dan target) · Presentasi produk (Didasarkan atas "pandangan pemasaran") · Harha berdasarkan atas aspek psikologi
		Sosial	· Kepedulian sosial (lingkungan,daur ulang,bebas rintangan)
	Pesan	Pesan untuk pelanggan	· Bahasa desain (kekuatan,arah) · Filosofi kerjasama · Kepedulian terhadap kepuasan konsumen
	Identitas	Keaslian	· keaslian · Observasi peraturan desain (penekanan terhadap merek lain,dll)
		Perlindungan hak intelektual	· Mempertahankan keaslian · Strategi untuk aplikasi perlindungan hak intelektual

b-Cool

- Kecenderungan Remaja zaman sekarang yang ingin hidup sendiri, belajar hidup mandiri.
- Remaja wanita zaman sekarang adalah salah satunya.
- Tidak tergantung pada orangtua adalah salah satu alasannya.
- Kegiatannya banyak dipengaruhi oleh teman belajar, bermain, berbicara dan bekerja.

Hal itu lah yang banyak mempengaruhi wanita remaja zaman sekarang dalam bergaya.
Kehidupan aktif dan dinamis merupakan ciri khas wanita remaja zaman sekarang.

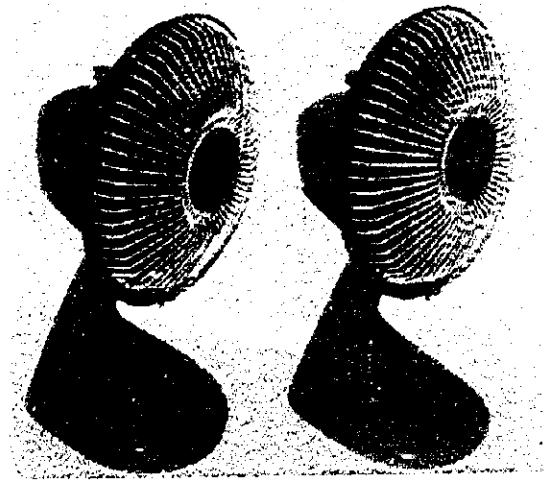
wanita remaja zaman sekarang
Kondisi zaman sekarang dimana cenderung "fashionable" dan selalu ingin up-to-date, dalam tingkah laku, sikap maupun pergaulannya.



Dalam kondisi apapun wanita muda zaman sekarang tidak bisa menghilangkan sifat-sifat yang mereka miliki:

- Menyukai produk-produk yang tidak ketinggalan zaman.
- Produk yang mampu menonjolkan sifat kewanitaannya.
- Produk yang berbesan mahal, padahal harganya masih terjangkau.

Suatu Produk Kipas angin mempunyai fungsi yang memberikan kesejukan juga sebagai suatu produk yang mampu menjadi suatu barang yang dapat dibanggakan dan menjadi suatu trend pada saat ini.



Konsep dasar b-Cool

Hidup Mandiri

Konsep Produk

Benda-benda yang dibutuhkan bagi seorang remaja wanita mandiri

- **Simpel**
- **Mudah digunakan**
- **Efisien**

Impian Remaja Wanita

Konsep Produk

Benda-benda yang dipergunakan remaja wanita

- Benda-benda yang menarik
- Benda-benda yang Trendy
- Nyaman

Kipas angin bagi remaja wanita hidup mandiri di suatu tempat yang udaranya panas. b-Cool merupakan kipas angin yang dapat memberikan kesejukan juga kipas angin yang memberikan trend baru bagi wanita remaja. b-Cool merupakan kipas angin untuk emaja wanita berumur 18-25 tahun.

Sisi pengembangan b-Cool

b-Cool selain berfungsi sebagai penyejuk ruangan juga berfungsi sebagai elemen estetis yang mengikuti perkembangan gaya sehingga selalu trendy

New style, Fashionable

3 Elemen b-Cool

Pengembangan produk MEIKI sebelumnya

Fungsi

Sebagai penyejuk ruangan sehinggga wanita remaja tersebut lebih merasa nyaman tinggal di dalam kamarnya

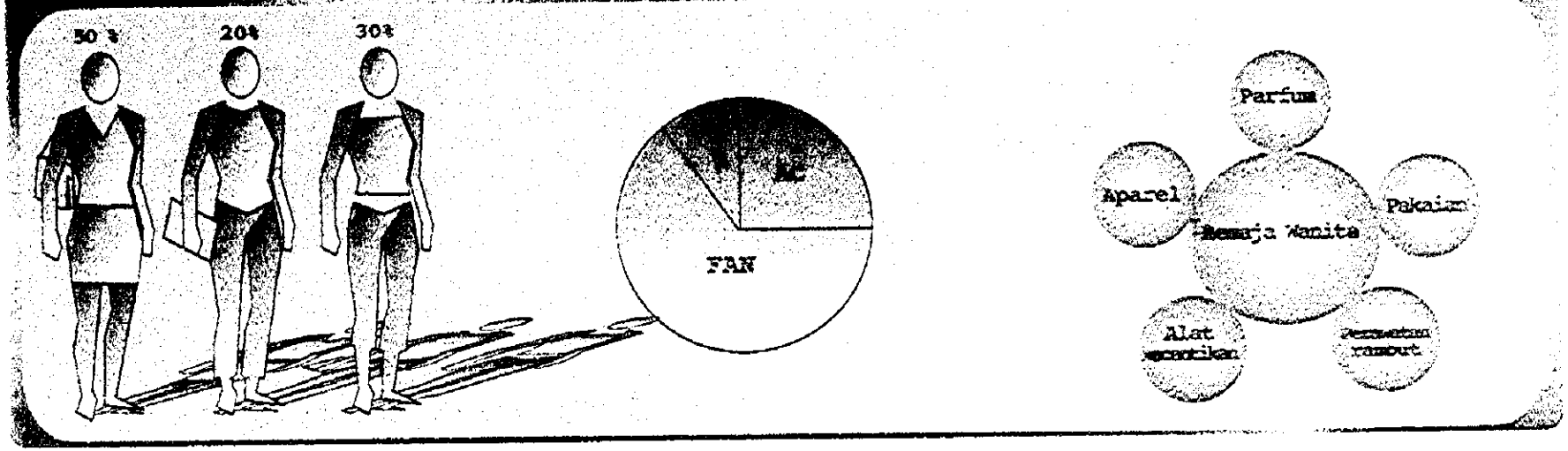
Pangsa Pasar b-Cool

[illegible] wanita yang hidup mandiri.
[illegible] aktifitas [illegible] sebagai
mahasiswa atau sebagai karyawan

Sumber pendapatan Remaja Wanita mandiri

Orang tua	Penghasilan pribadi
Adanya alokasi biaya untuk kebutuhan setiap bulannya	Sebagai karyawan tetap atau paruh waktu

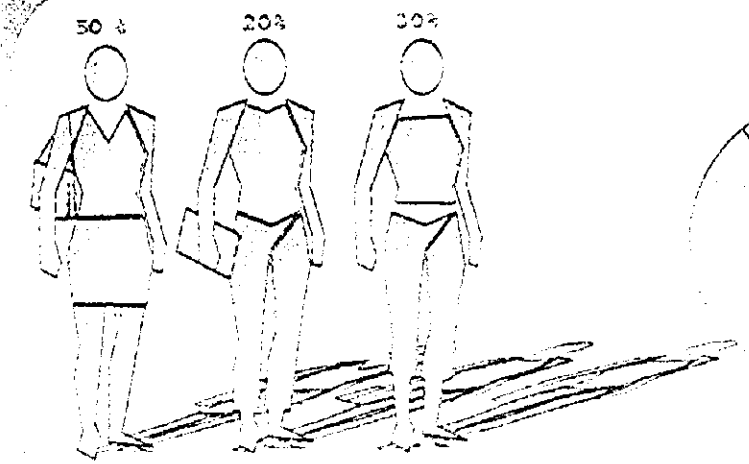
Peluang pasar Remaja Wanita

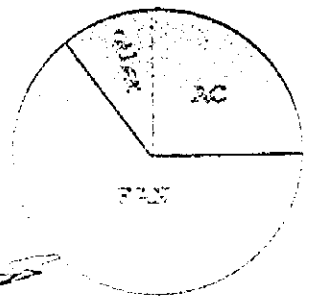


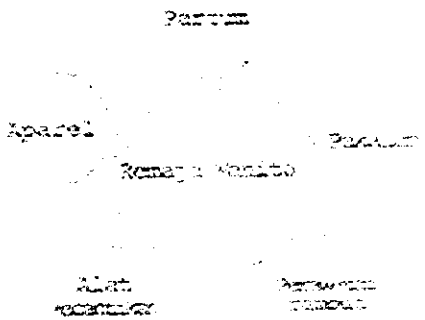
Pengga Pasar B-Cool

Orang tua
Adanya alokasi biaya untuk kebutuhan setiap bulannya

Penghasilan pribadi
Sebagai karyawan tetap atau paruh waktu







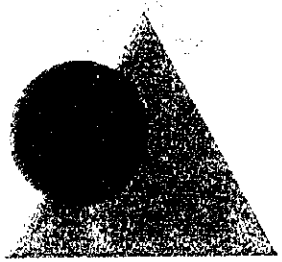
Konsep Desain b-Cool

Karakter

- Ringan
- Dinamis
- Feminin
- Lembut

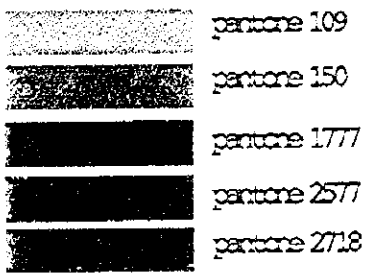
Bentuk

Dikembangkan dari bentuk lingkaran dan segi-tiga



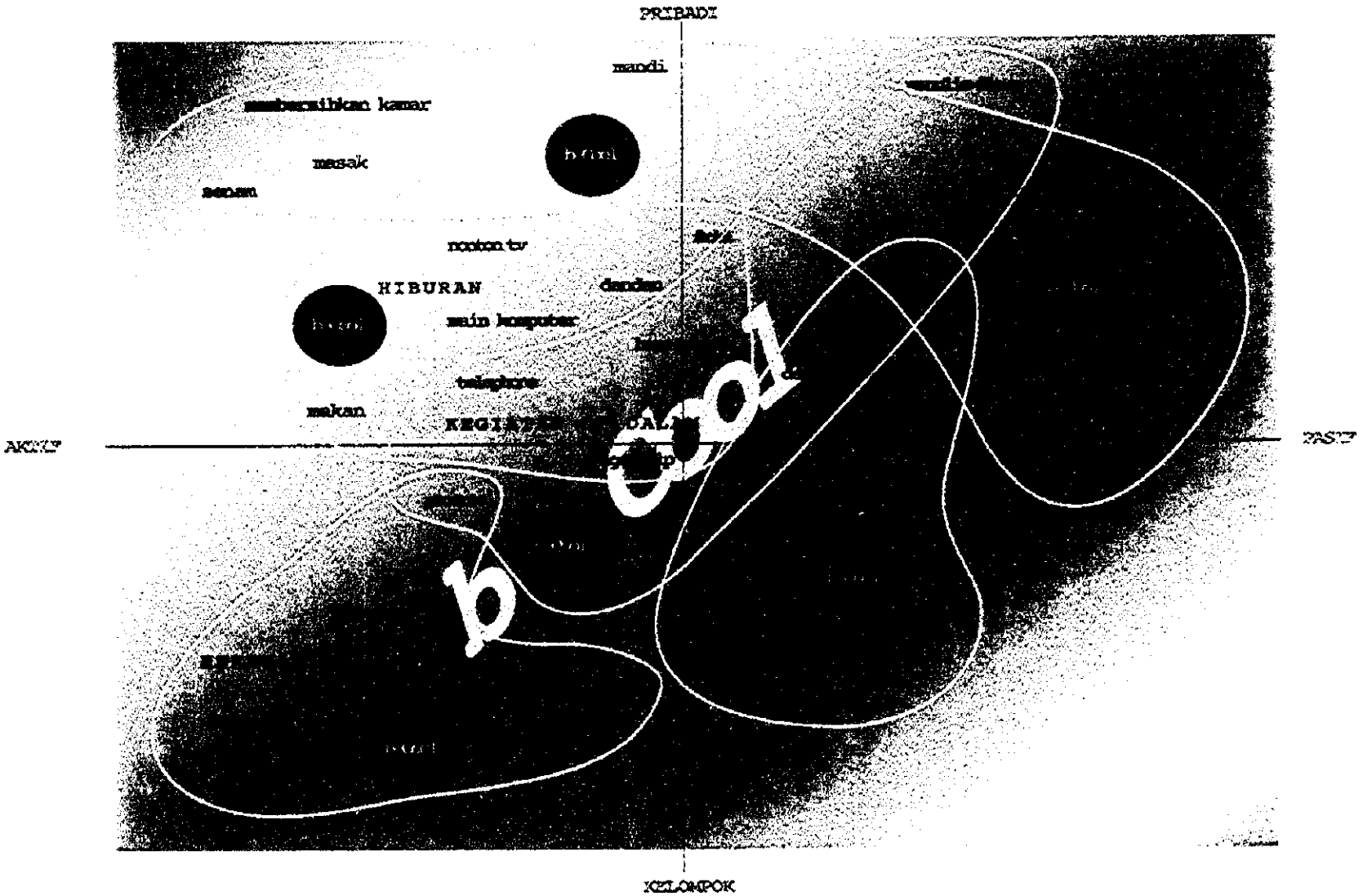
Warna

Menggunakan warna sesuai dengan karakter remaja wanita masa kini

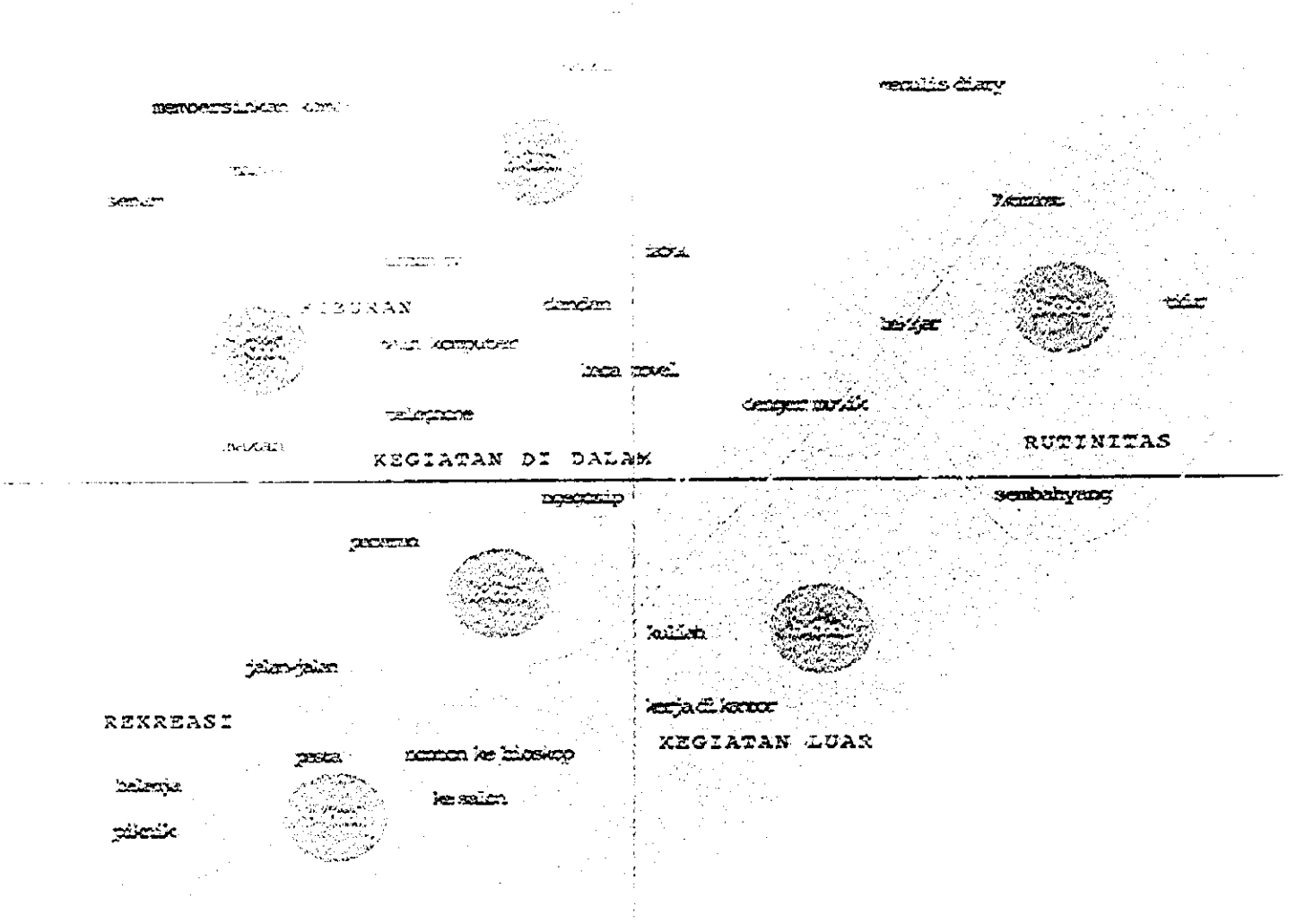


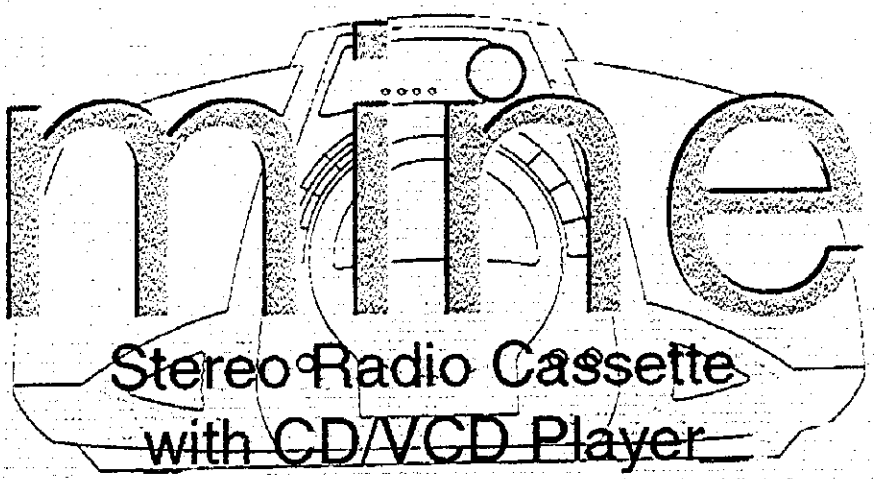
Konsep Desain Interior

Peta Aktivitas Remaja Wanita



Modalitas Ranah Hidup





design by

Dadang Rachman
Faisal Arifin
Tjahjono P
Adrianus Kristian
Slamet Raharjo

mini

Stereo Radio Cassette with CD/VCD Player

design by

Dadang Rachmat
Faisal Aulia
Tanjona P.
Adriatous Kristian
Saimen Ganarip

Aktivitas & Gaya Hidup Kawula Muda

Kawula muda pada umumnya berusaha untuk beraktivitas secara mandiri dan tidak dipengaruhi lagi oleh orang tua. Melalui lingkungan dan persahabatan dengan teman sebaya, gaya hidup mereka terpengaruhi dan terbentuk.
Disamping itu aktifitas mereka lebih bebas, kreatif, dan penuh tantangan.

Sesuatu yang ingin dimiliki biasanya memperhatikan bentuk, karakter serta warna yang bernuansa dinamis.

Kawula Muda sekarang ini.....

Dalam setiap situasi apapun, tetap tidak bisa menghilangkan sifat sifat yang dimiliki antara lain :

- Melakukan sesuatu yang diimpikan untuk menunjukkan jati dirinya.
- Sifat kompetitif, tidak mau kalah merupakan kebanggaan dirinya, termasuk dalam mengeksklusifkan perlengkapan serta sarana yang dipergunakan.
- Hiburan Musik, Film dan Berita menjadi kegemaran utama.
- Kecangginan Teknologi, Mode,Trend adalah sesuatu yang dicari.

Salah satu produk yang dapat dibanggakan dan menjadi trend saat ini adalah Video CD, dan CD Musik Player

Aktivitas & Gaya Hidup Kawula Muda

Kawula muda pada umumnya berusaha untuk beraktivitas secara mandiri dan tidak dipengaruhi lagi oleh orang tua. Melalui lingkungan dan persahabatan dengan teman sebaya, gaya hidup mereka terpengaruhi dan terbentuk.
Disamping itu aktifitas mereka lebih bebas, kreatif, dan penuh tantangan.

Sesuatu yang ingin dimiliki biasanya memperhatikan bentuk, karakter serta warna yang bernuansa dinamis.

Karena Mereka Secara Umum

Dalam setiap situasi apapun, tetap tidak bisa menghilangkan sifat sifat yang dimiliki antara lain :

- Melakukan sesuatu yang dimpikan untuk menunjukkan jati dirinya.
- Sifat kompetitif, tidak mau kalah merupakan kebanggaan dirinya, termasuk dalam mengeksklusifkan perlengkapan serta sarana yang dipergunakan.
- Hiburan Musik, Film dan Berita menjadi kegemaran utama.
- Kecanggihan Teknologi, Mode, Trend dalam sesuatu yang dicari.

Salah satu produk yang dapat dibanggakan dan menjadi trend saat ini adalah Video CD, dan CD Musik Player

Peluang pasar melepas Produk baru untuk kawula muda

Gaya hidup kawula muda untuk melengkapi kebanggaan hidupnya dengan memiliki produk-produk elektronik yang mutakir.

Pangsa pasar kawula muda di Indonesia sangatlah besar dilihat dari jumlah penduduk secara keseluruhan.

Sumber dana yang dibelanjakan oleh kawula muda

Pribadi

Pekerja mapan

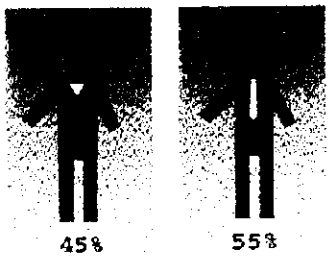
Salaris dan penghasilannya sebagai sumber dana utama.

Subsidi

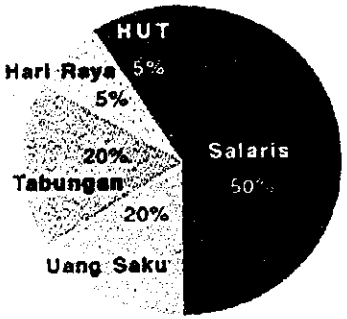
Pelajar / mahasiswa / pekerja belum mapan

Sumber dana diperoleh dari uang saku mereka atau dari orang tua maupun sanak saudaranya.

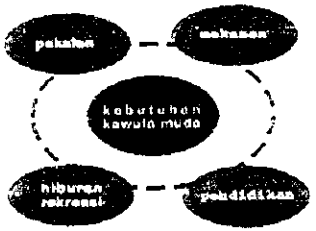
Prosentase pelajar / mahasiswa dan pekerja



Prosentase pendapatan sumber dana



Produk Yang dibutuhkan kawula muda.



Peluang pasar melebar produk baru untuk kawula muda

Gaya hidup kawula muda untuk melengkapi kebanggaan hidupnya dengan memiliki produk-produk elektronik yang mutakir.

Pangsa pasar kawula muda di Indonesia sangatlah besar dilihat dari jumlah penduduk secara keseluruhan.

Sumber dana yang dibelanjakan oleh kawula muda

Pribadi

Pekerja mapan

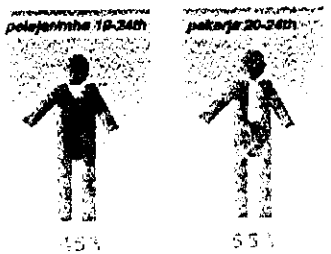
Salaris dan penghasilannya sebagai sumber dana utama.

Sibsid

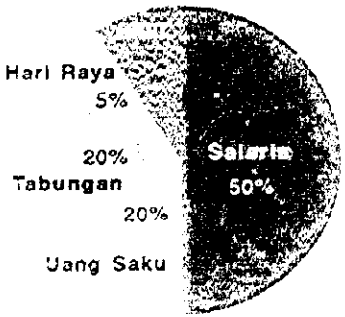
Pelajar / mahasiswa / pekerja belum mapan

Sumber dana diperoleh dari uang saku mereka atau dari orang tua maupun sanak saudaranya.

Prosentase pelajar / mahasiswa dan pekerja



Prosentase pendapatan sumber dana



Produk Yang dibutuhkan kawula muda.