

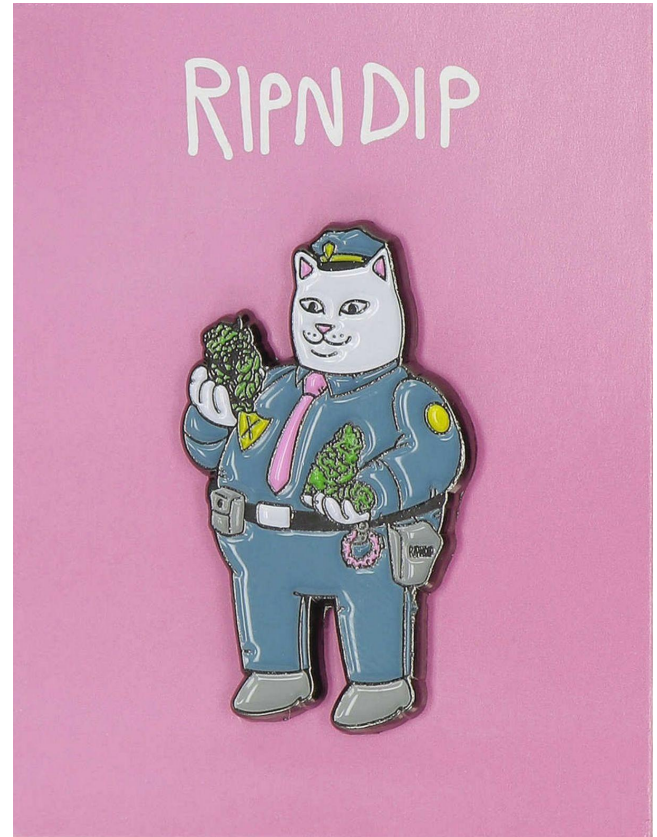


RIPINDIP

**Mariano Mur**

# Índice

- Historia de la marca
- Logotipo
- Tono de voz
- Benchmarking
- Mapa de posicionamiento
- Buyer personas
- Propuesta



# Historia marca

- Ryan O'Connor
- Marca Streetwear
- Mundo del skate
- Ilustraciones psicodélicas
- Humor pícaro



# Timeline

Ryan O'Connor personaliza sus camisetas y tablas de skate

Funda Ripndip con sus colegas en el garaje de su casa. Florida

Se hace viral el diseño del característico gato



**2009**

**2011**

**2019**

Es monitor de un campamento de skate donde le echan por vender sus productos



Se muda a California y abre una tienda de Ripndip, al lado de una tienda de Supreme

Abre la segunda tienda en Tokio

# Producto

## Psychedelic Garden Hookah Set

- Recipiente para el contenido
- Cuerpo de la cachimba
- Manguera
- Recipiente del agua
- Pinzas

83€



# Logotipo



RIPNDIP

## Logotipo

Nombre de la marca escrito en una tipografía única, ya que no está escrita en ninguna fuente. Es un trazado a mano de Ryan O'Connor a color negro.

Esta característica le aporta un tono informal y creativo a la marca.

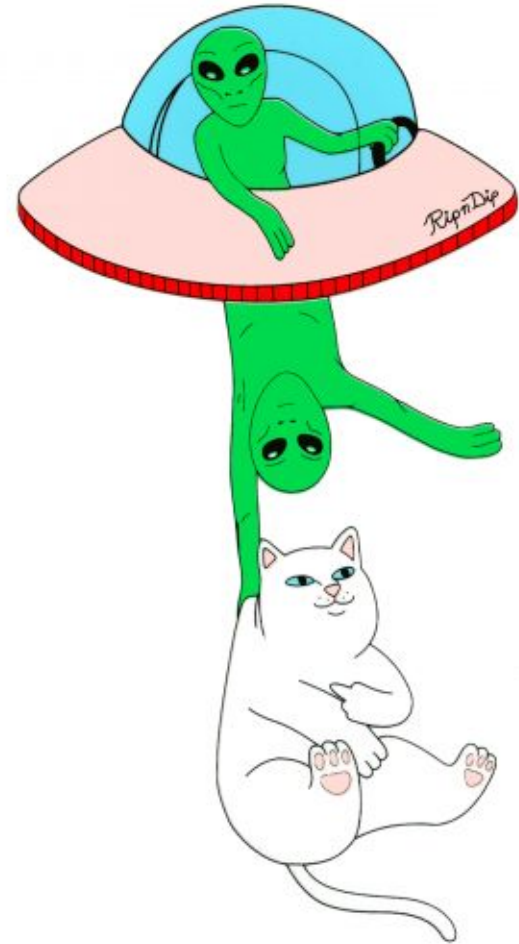
Lord Nermal es la mascota de la marca. Fue una creación espontánea de O'Connor que dibujó en su skate. Se hizo muy popular el diseño del gato haciendo una peineta.



# Tono de voz - Arquetipos

**El Bufón:** Divertido y accesible

**El Rebelde:** Molesto y disruptivo





# Tono de voz

**Animal:** Un gato blanco

**Serie:** The Midnight Gospel

**Vacaciones:** Amsterdam

**Marca mejor amiga:** Skittles



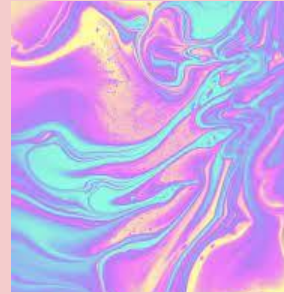
# Tono de voz

**Color:** Tornasolado

**Comida:** Setas

**Estación:** Verano

**Elemento:** Tierra



# Benchmarking

Proceso de análisis de la competencia que ayuda a mejorar la estrategia de marketing de nuestra marca para diferenciarnos dentro de nuestro sector.



# Aladin Shisha Shop

- Cachimbas y accesorios, vapes, tabaco y carbones
- Artículos muy completos y bien de precio
- Fumadores de vapor de humo
- Visualmente es elegante
- Instagram
- Es una marca que necesita más visibilidad



ALADIN  
SHISHA SHOP

# Mr. Shisha

- Cachimbas y accesorios
- Cachimbas de alta calidad
- Fumadores de cachimba
- Visualmente amplio (serias, fantasiosas...)
- Instagram y Facebook
- No se arriesgan con los diseños



# Aeon

- Cachimbas, accesorios y tabaco
- Muy accesible a la hora de comprar
- Fumadores de cachimba
- Visualmente es moderno y futurista
- Instagram y Facebook
- Introducirse más en el mercado de las cachimbas



Mapa de posicionamiento  
(precio y diseño)



+precio



-clásico

RIPNDIP



+clásico



-precio

# Buyer persona



## Nachete

“Fumar es una virtud, no un vicio”

21 años  
Hombre  
Artes Gráficas  
Poder Adquisitivo Medio

RRSS  
Instagram  
Youtube  
Telegram

### Puntos de dolor

Le molesta que digan que la cachimba es para pijos o para flipados.

### ¿Qué le motiva a comprar el producto?

La estética y diseño tan original del producto por parte de la marca.  
Y poder disfrutarla con sus colegas.



## ***Piensa y Siente***

Piensa que va a tener que dentro de poco va a tener que buscarse un trabajo. Le preocupa no tener tiempo para él.

## ***Lo que oye***

Sus amigos le dicen que salga con ellos.

Los profesores le dicen que tiene buenas ideas pero tiene que trabajar más. Sus familiares le dicen que se cuide y se esfuerce.

## ***Lo que ve***

Vive en un entorno de universidad, con sus compañeros de piso. Le gustan las marcas streetwear y urbanas. Pero siempre va a lo barato.

## ***Dice y Hace***

Siempre intenta sacar tiempo libre para ir con sus amigos. Le gusta fumar y dibujar. Le gusta estar de buen rollo con la gente.

## ***Esfuerzos***

Le da miedo dedicarse a algo que no le gusta. Y que se le acabe el tabaco.

## ***Resultados***

Le gustaría trabajar en un estudio de tatuajes, para poder pagar sus vicios.

# Buyer persona



## Josepo

“Si no hay pibitas ni cachimba no me apunto al plan”

28 años  
Hombre  
Agencia de Marketing  
Poder Adquisitivo Alto

RRSS  
Instagram  
TikTok  
Youtube

### Puntos de dolor

Ha probado muchas cachimbas y ya no encuentra ninguna que le sorprenda.

### ¿Qué le motiva a comprar el producto?

La exclusividad del producto, para sumarlo a su colección de cachimbas. Y subir historias a instagram probándola.

## ***Piensa y Siente***

Piensa que tiene que tener siempre buenas ideas para su trabajo. Se siente el protagonista allá donde vaya.

## ***Lo que oye***

Su familia le dice que ya tiene una edad para seguir saliendo tanto. Sus amigos le dicen de hacer planes distintos.

## ***Lo que ve***

Vive en un piso alquilado con su primo. Le gusta estar al día de lo que pasa en internet. Gasta sus ahorros en cachimbas.

## ***Dice y Hace***

Siempre le dedica mucho tiempo a su trabajo mientras fuma cachimba. Le gusta aprender trucos soltando el humo. Le gusta ir a los reservados cuando está de fiesta.

## ***Esfuerzos***

Le da miedo no encontrar el amor. Y que sus colegas no quieran ir a fumar cachimba a su casa.

## ***Resultados***

Le gustaría crear su propia agencia de marketing, pero todavía no está preparado.



[https://youtube.com/shorts/b1efv\\_DX53A?feature=share](https://youtube.com/shorts/b1efv_DX53A?feature=share)

# Analisis video

- El actor del vídeo soltando humo
- Situado al lado de un cartel de Lord Nermal
- Comienza las secuencias animadas de Ripndip
- Finalmente se muestra el producto
- Canción que acompaña la estética del vídeo





RIPINDIP

**Mariano Mur**