




El visual merchandising en el Interior

Ing. Mary Isabel Rios



¿Qué es el Visual Merchandising?

El Visual Merchandising es una **estrategia de marketing** cuyo objetivo es conseguir que el punto de venta sea más rentable. Una de las formas de conseguirlo es a través de la decoración de interiores, entre otras tácticas, que influyen en las **decisiones de compra del cliente**.



Esta “ciencia” comenzó en los inicios del siglo XIX cuando los mayoristas crearon establecimientos minoristas y la exhibición visual de productos se volvió una necesidad. Hoy en día existe formación en Visual Merchandising, un perfil muy demandado en multinacionales y grandes superficies, empresas de logística, comercio y como servicios a las empresas.





Diseño de interiores versus Visual Merchandising

El diseño de la tienda en que trabaja el Visual Merchandising es similar al diseño de interiores, porque los dos buscan la belleza y estilo acorde con la marca. Pero la particularidad del Visual Merchandising es que **su diseño debe reflejar la personalidad de una marca y las características asociadas a ella** como parte de la estrategia de marca y de venta al por menor.



El visual merchandising involucra tanto a las comunicaciones como a la señalización y las imágenes que se utilizan en la tienda. Los elementos visuales juegan un papel importante en la construcción de una marca en el sector minorista y, por tanto, ayudan a una marca a diferenciarse de sus competidores e incluso a crear fidelidad con la marca.



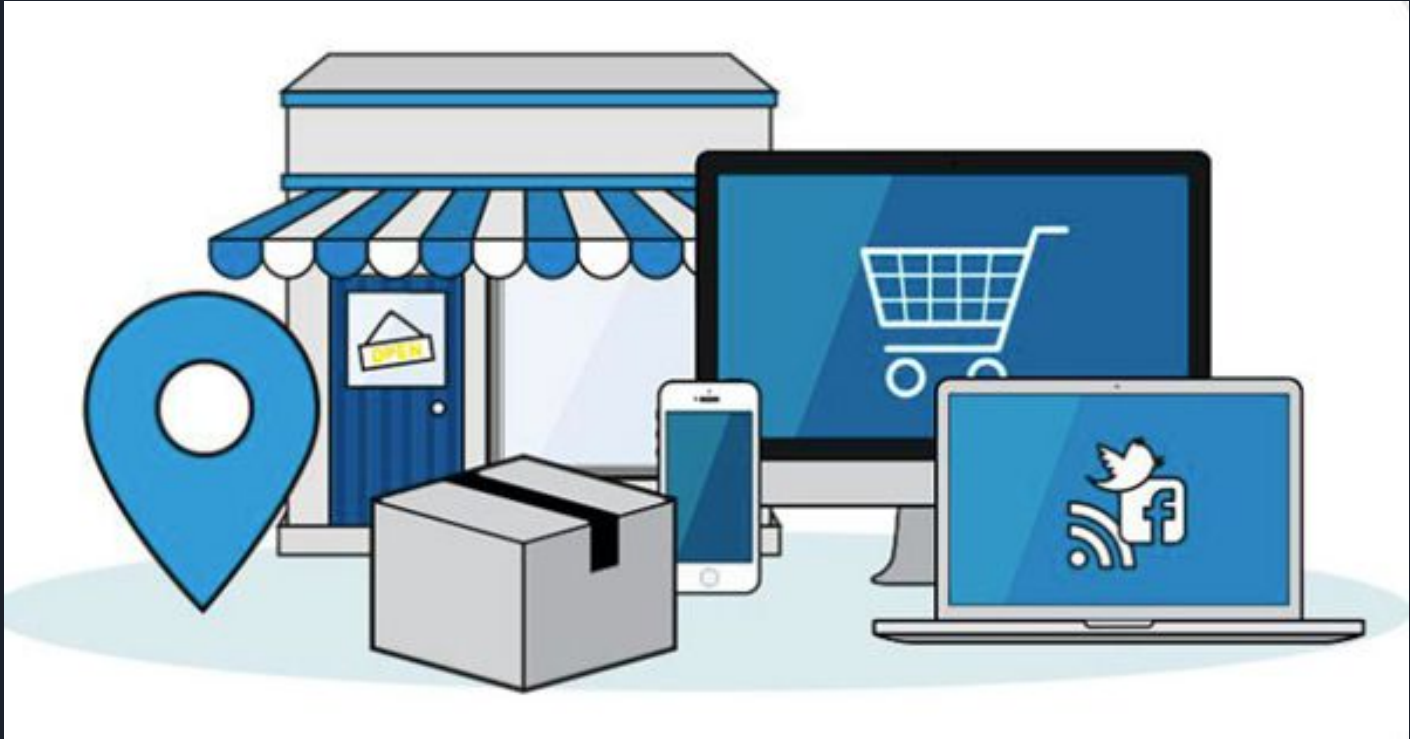


¿Qué elementos utiliza?

El Visual Merchandising se comunica con los clientes a través de **elementos que estimulan los sentidos** como la iluminación, la música, los aromas y las pantallas audiovisuales. Gracias a diversas técnicas, se crea un entorno en el que se influye de forma positiva en las decisiones de compra del consumidor.



Entre los diferentes recursos que utiliza están: las pantallas interiores, la disposición de la tienda, los maniqués, las diferentes atmósferas, la luz, la música, el aroma, las pantallas exteriores, los colores, las fotografías y señalización.






¿TU ESCAPARATE Y TU TIENDA FORMAN UN BUEN EQUIPO?

Una vez que el cliente ha cruzado la puerta, **hay que guiarle sutilmente** a través del mobiliario y del producto, para que haga un recorrido lo más completo posible y **valore toda la oferta y el surtido que puedes ofrecerle**, independientemente de la dimensión de la tienda y de que tu puedas atender personalmente. **Cuanto más producto vea, más posibilidades de venta tienes.**



Sacarle más partido a tu espacio comercial

No todas las zonas de tu tienda tienen el mismo potencial, algunas venden más que otras y debes **aprovechar estas ventajas de modo estratégico** con los productos que más te convenga en cada momento o campaña. Podemos a:

- 
- Re-diseñar la distribución de tu tienda creando un recorrido completo y atractivo para el cliente.
 - Asesorarte para incorporar o cambiar el mobiliario.
 - Definir y distribuir mejor las colecciones y tipos de producto en la tienda.
 - Colocar el producto de forma sugerente para lograr que interactúen y compren más.
 - Generar un ambiente especial que ayude a fidelizar a tus clientes.

“Don't judge a

BOOK

BY ITS **COVER**”







