



# 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**







