



# HOJA DE RUTA → METODOLOGIA DE TRABAJO & DISEÑO

*Marchand Studio*®

HOJA DE RUTA

# *El ABC del Visual Merchandising*



## **El comercio minorista**

En retail la competencia es amplia, y a diferencia de otros sectores, como lo es el e-commerce, hay muchas más limitaciones a la hora de competir; por eso es necesario incorporar el Visual Merchandising (VM).

Es importante impulsar la diferenciación de las marcas y productos, de manera que podamos asegurar que lleguen a la vista y sentidos de los clientes y se sientan atraídos por conocer qué es lo que les podemos ofrecer.



**Marchand Studio®**

# ESTRATEGIAS *visuales*

Si tu objetivo es que tu tienda sobresalga en el mercado, y que los clientes potenciales que pasean por alrededor de tu establecimiento sean atraídos, debes invertir tu esfuerzo por potenciar las condiciones favorables de tu marca y transmitir las a ellos, implementando todas las estrategias del VM.

Mediante una serie de técnicas y en la utilización de canales de distribución de la información relacionada a tus productos ideales para causar atracción y conversión a partir del montaje de las vidrieras y de los elementos físicos en los espacios de tu tienda, nos referimos al Visual Merchandising.



# *¿Cuáles son las funciones básicas del VM?*

## **Identidad**

Todas las estrategias que se desarrollen dentro del espacio comercial deberán estar alineadas a la personalidad de marca, a su misión y visión, así como también se tendrá en cuenta hacia quien se dirigen los mensajes (Buyer Person).

## **Vidriera**

¡Si una persona no entra a la tienda, no compra! y aunque puede sonar obvio, muchas personas lo olvidan o desconocen este principio. Muchas marcas no invierten en la decoración de las vidrieras y ese es un gran error.

## **Producto**

Se implementan técnicas para que las exhibiciones muestren los beneficios y valores de los productos, así el cliente no necesitara la asistencia de un asesor de ventas para convencerse de que quiere llevarse el producto.



METODOLOGIA DE TRABAJO

# *Crea tus VIDRIERAS en 10 pasos*

01

## **¿Qué es el Visual Merchandising?**

Las técnicas de Visual Merchandising se concentran en aplicar diversas acciones de Marketing dentro del Punto de Venta (PDV).

Además, se encarga de desarrollar estrategias visuales que permitan incrementar las ventas de los local comerciales.



**Marchand Studio®**

[Click the Link → Kate Spade](#)

02

## Su función

La función principal del VM es incrementar las ventas, consiguiendo que los compradores ingresen gracias a la vidriera y luego por la exposición de los productos en el interior del PDV.

03

## Conocer al cliente

Es esencial conocer los hábitos de compra de tu cliente objetivo y poder recopilar toda la información posible, por ejemplo:

¿Son mujeres? ¿Son profesionales? ¿Qué marcas consumen? ¿A través de que medios se informan? ¿Cuáles son sus referentes?

Conocer a nuestro publico es importante para entender sus hábitos de compra; además, comprender sus gustos y sus necesidades nos ayudara a crear estrategias de marketing mas efectivas.



Marchand Studio®

[Click the Link → Kate Spade](#)

## 04

### Exhibición de producto

La exhibición de producto se da en toda la tienda, desde las paredes, los muebles, las mesas y los percheros.

Las prendas se cuelgan creando looks, o como productos coordinados en percheros. Se arman propuestas según paleta de color, estilo de vida o tendencias. Se busca contar una historia a través de los productos y además educar al cliente en las diversas situaciones de uso.

#### #MARCHANDTIPS



Crea exhibiciones contundentes donde tu producto sea el protagonista, utiliza la técnica de fondo/ figura, es importante comunicar con elementos que transmitan el ADN de tu marca.



**Marchand Studio®**

[Click the Link → Stella McCartney](#)

05

## Maniqués & Mobiliario

Los maniqués deben responder a la estética de la marca, se tienen en cuenta las poses, la contextura física, el color y la materialidad.

También se hace importante reparar en las facciones de los maniqués, se destacan los rostros o la falta del mismo. Existen maniqués con rasgos, los llamados cara de huevo, maniqués con maquillaje y con cabello o sin cabeza.

La ambientación es parte del VM debe respetar una paleta de color, texturas y materiales que comuniquen la identidad de nuestra marca. Los probadores y los elementos de decoración también aportan gran valor a la experiencia de compra.



Marchand Studio®

[Click the Link → & Other Stories](#)

06

## Sistemas Murales

Se trata de una pared bien organizada, con un diseño específico según los productos que formen parte de la propuesta. El objetivo de este tipo de exposición es aprovechar al máximo el espacio y crear propuestas atractivas para los consumidores.

Este tipo de exhibición de productos es ideal para incrementar las ventas utilizando el "cross selling".

#MARCHANDTIPS



El CROSS SELLING de productos es una de las técnicas más usadas en Visual Merchandising, nos ayuda a potenciar la venta de productos coordinando la exhibición de los mismos a través de temáticas visuales.



Marchand Studio®

[Click the Link → & Other Stories](#)

07

## Mesas de moda

Este tipo de mobiliario es ideal para destacar los productos que por alguna razón necesitamos que el cliente vea en primer plano. Ya sea porque contamos con gran stock, tienen un precio promocional o el producto cuenta con ciertos detalles de diseño.

La composición de mesas puede incluir accesorios y elementos decorativos que potencien la identidad de marca y estilo de vida.

#MARCHANDTIPS

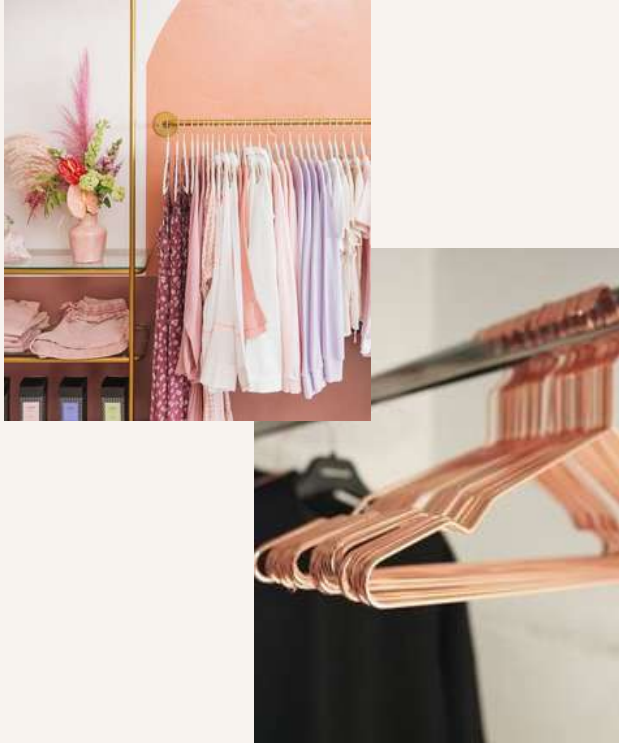


Las mesas de moda son ideales para potenciar el "storytelling visual", existen muchas formas de exhibir productos en mesa, es importante darle impulso a la personalidad de marca.



Marchand Studio®

[Click the Link → Stella McCartney](#)



08

## Los percheros

El armado de percheros es fundamental para crear propuestas de looks, generando capsulas, es decir, como una mini colección. Lo ideal es que las prendas se puedan combinar entre si para armar varios outfits; además se pueden unificar por colores, por estampados o por estilos.

Existen muchas formas de componer percheros coordinados atractivos, algunas ideas son: por agrupación de colores, teniendo en cuenta diseños y estampados, por tipologías o por ocasión de uso, capsula fin de semana, capsula de fiesta, capsula deportiva o según rangos de precios o promociones.



Marchand Studio®

09

## Estilismo de maniqués

Cuando armamos looks de maniqués debemos tener en cuentas el "estilismo de maniqués".

Un recurso básico es respetar la regla de la X, que consiste en cruzar los elementos para obtener una imagen visualmente proporcionada.

Podemos cruzar texturas, colores o tipologias, para que nuestra propuesta sea mas atractiva a los ojos del cliente ya que nuestra atención se centra mucho mas en objetos que son simétricos y proporcionados.

#MARCHANDTIPS



Aportar vida a los looks crea una sensación mas impactante, con el arremangados de ruedos, doblados de puños y superposición de prendas.



Marchand Studio®

[Click the Link → & Other Stories](#)

10

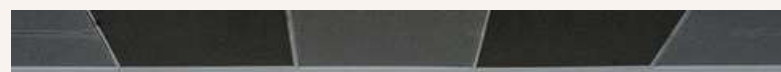
## Vidrieras exitosas

Una vidriera exitosa debe ser planificada al detalle, de ahí el impacto de la misma.

Primero hay que definir un tema, la parte mas creativa, elegir una idea con la que vas a inspirar a tus clientes, decidir los colores, seleccionar los productos y los accesorios. Luego hay que establecer un presupuesto, lo ideal es destinar un monto anual de dinero para cubrir las vidrieras, por lo general, se intercalan vidrieras “mas caras” con vidrieras “mas modestas” a lo largo del año.

Por ultimo, se debe hacer una selección de elementos accesorios que van a dar apoyo a los productos exhibidos, estos derivan del mundo escenográfico, podemos encontrarnos con:

- Tarimas
- Pasarelas
- Plataformas



EXTRA TIPS

# *El poder de la Iluminación*

## **\*Extra Tip**

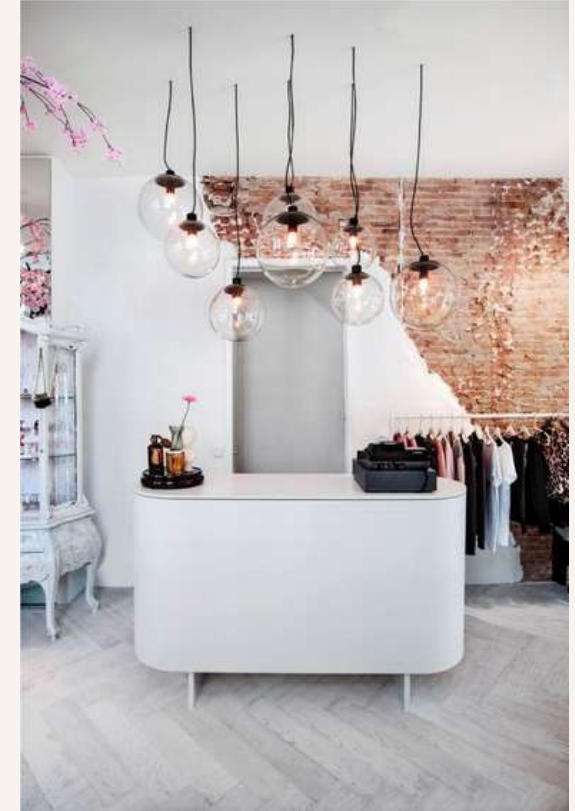
### **La luz es todo**

El manejo de la iluminación es clave y va a variar mucho según el lugar y uso, si es para una vidriera, interior de local o probadores.

Los spots de luz realzan el producto o un maniquí determinado, mientras que los reflectores iluminan un conjunto.



**Marchand Studio®**



### **\*Extra Tip**

### **Vender a través del "lifestyle"**

Tenemos que pensar al punto de venta como una extensión de la personalidad de la marca, el espacio comercial debe convertirse en el universo donde conviven todos los atributos marcarios y de posicionamiento. Este espacio debe crear empatía con el cliente utilizando el concepto de "estilo de vida o lifestyle".

En la actualidad vendemos a través del "lifestyle" dado que el Visual Merchandising despliega todas las herramientas para conectar con el cliente ideal y apelar a su deseo de compra, implementando una ambientación determinada, aromas, espacios recreativos y exhibición de producto adecuada.

EXTRA TIPS

# *Personalidad de MARCA*

## **\*Extra Tip**

### **¿Qué es la personalidad de marca?**

La personalidad de la marca se refiere directamente a las características humanas asociadas a dicha marca. Estos atributos se expresan como adjetivos que transmiten cómo la marca se relaciona con su entorno, condicionando cómo quiere ser percibida.



ABOUT ME

# *¡HOLA!* *Soy Connie*

## **Mi historia**

Me forme en la UBA como Diseñadora de Indumentaria y trabaje muchos años como diseñadora independiente, creando colecciones de accesorios y bijouterie para reconocidas marcas del país. Años más tarde me especialice en Marketing de Moda en la UCES.

Pude ampliar mi mirada estética trabajando como Visual Merchandiser en el mundo del retail.

Hoy estoy al frente de Marchand Studio brindando asesoramiento sobre visual, marketing y construcción de marcas de moda.



**Marchand Studio®**



JOIN US

INSTAGRAM 

WEB 

*Marchand Studio*®