

Las claves de un escaparate perfecto por Bomarzo, prestigiosa empresa especializada en escaparatismo.

El objetivo básico del escaparate es mostrar un producto, poniéndolo en valor para provocar su venta.

A través del escaparate establecemos un diálogo con el cliente. Un escaparate de calidad refuerza y prestigia la imagen de marca, convierte al producto en objeto de deseo y confiere a la marca una imagen cuidada, actual y dinámica, posicionándola respecto a su competencia. Los escaparates creativos y originales generan expectación y dan lugar a un flujo de visitas a las tiendas, tanto de clientes reales como potenciales.

Integrar el producto dentro de una composición. La exposición de los productos ha de ser coherente, y éstos han de ir agrupados por afinidad de textura, de color, etc. Hay que evitar la dispersión y buscar un ritmo en la colocación, porque así concentramos la atención en las agrupaciones de productos, dirigiendo la visión de un grupo a otro, y dejando espacios vacíos para que la vista descanse.

Crear una atmósfera para el producto mediante la decoración, pero con la precaución de no eclipsarlo, ya que el producto es el protagonista de la escenografía.

Captar la atención del espectador a través de la sorpresa y de la originalidad: descontextualizando las piezas, buscando el contraste, cambiando la escala de los elementos del escaparate, mediante la seriación o repetición de un elemento, etc.

Es importante no colocar demasiado producto en el escaparate, ya que podemos provocar confusión por exceso de información. Al conceder un mayor espacio físico a la pieza a mostrar, la estamos poniendo en valor. Aunque se pueden hacer escaparates muy bonitos con mucho producto, es preferible poner pocas piezas envueltas por una escenografía muy cuidada. Dichos elementos deben tener la fuerza suficiente para llenar visualmente el escaparate, ya que si no, éste puede quedar soso o anodino.

Hay que intentar adaptarse a las necesidades de comunicación de cada tienda en cada momento (rebajas, liquidación de stocks, lanzamiento de un nuevo producto...) y al estilo de la marca o de la tienda.

La iluminación es muy importante. Una iluminación dramática y puntual, acentúa el protagonismo del producto y genera zonas de luz y de sombra que crean un ambiente de misterio, confiriendo a la composición un mayor dinamismo y una mayor profundidad

Estas y otras claves en la Plaza del Escaparatismo en FIMI 19 al 21 de Junio.