

Las 7x6 preguntas

antes de diseñar tu negocio



RAQUEL NAVARRO

INTERIORISMO



hola

INTERIORISMO COMERCIAL INTEGRAL **Para diseñar comercios rentables, sostenibles y con identidad propia.**

Tanto si vas a abrir un comercio nuevo como si ya tienes uno en marcha, quiero creer que eres un emprendedor que apuestas por tu negocio, que quieres **diferenciarte del resto** mostrando tu propia marca y, sobre todo, quieres **rentabilizar al máximo tu inversión** por mucho tiempo.

Mi propósito con esta guía es compartir de manera muy práctica parte de principios básicos del interiorismo comercial a la hora de empezar a diseñar cualquier comercio/ negocio atendiendo SIEMPRE a los mismos objetivos:

- Diseñar para atraer a tu cliente potencial
- Mostrar tu marca e identidad propia
- Ayudar a posicionarte en el mercado
- Crear un comercio/negocio que sea rentable y sostenible en el tiempo.

¿CÓMO PUEDE AYUDARTE ESTA GUÍA?

Respondiendo a esta serie de preguntas **te centrarás y apuntarás mejor** a la hora de empezar a crear el comercio vas a abrir o reformar para llegar a tu público potencial y, en caso de que necesites recurrir a un profesional, que tengas unas bases para seleccionar el tipo de profesional quieres contratar.

Apuesta por ti, por tu sueño, por tu marca y... muéstralo al mundo!

¡Tu comercio es la cara visible de tu marca!.





Unos minutos para pensar en tu proyecto.

Voy a hacerte una serie de preguntas como si ya tuvieras el comercio en marcha pues tanto para la persona que lo quiere mejorar como el que lo va a abrir es necesario que visualice su NUEVO negocio en pleno funcionamiento.

Antes de empezar, unos consejitos para sacar mayor partido a este trabajo:

- Tómate un espacio sin interrupciones. Aproximadamente unos 30 minutos.
- El cuestionario está dividido en bloques. Puedes dedicar un rato/día a cada uno pero es importante que completes cada bloque de tirón.
- Contesta, y mejor por escrito, a todas las preguntas de la manera más precisa, concreta y detallada posible.
- En caso de tener ya un negocio/comercio en marcha haz las acciones necesarias según avanzas para integrar estas bases mínimas y así ver los cambios que se producen en tu negocio día a día.

Para dudas o preguntas, puedes ponerte en contacto conmigo a través del mail : info@raquelnavarrointeriorismo.com especificando en el Asunto "Duda de las 7x6 preguntas".
Me pondré en contacto contigo en un plazo de 24-48 horas.

Espero que disfrutes y, sobre todo, amplíes tu visión y conocimientos.
Buenos pasos en tu andadura!!! ;)

¿COMENZAMOS?

Tómate un momento en un espacio tranquilo y realiza esta acción:

Cierra los ojos... respira profundamente y... visualiza ese **sueño que quieres crear**.

¿Cuál es ese proyecto/comercio que quieres poner en marcha?

¿Cómo lo ves?

¿Qué actividad realizas?

¿Qué vendes?

¿Qué colores tiene?

¿Cómo de grande es?

¿Con quién trabajas?

¿Qué clientes tienes?

¿Cómo te sientes en él?... Imagina y recrea en todo tipo de detalles.

Al salir de este sueño, si quieres, puedes escribirlo, pintarlo o hacer una grabación para tenerlo presente en las distintas fases de este ejercicio o en la ejecución de tu proyecto.



1 TARGET

cliente potencial



“Todo negocio y comercio debe de estar enfocado a la persona a la que se dirige la marca”
En tu negocio debes tener claro en todo momento quién es tu cliente objetivo potencial. Es necesario ser lo más preciso posible para crear una **comunicación y diseño** con la que éste se sienta aludido. Antes de iniciar cualquier acción (estrictamente cualquiera) pregúntate y responde de la manera más concreta a las siguientes preguntas:

1 ¿Quién es tu cliente? ¿Quién compra tu producto o servicio?

(Sé lo más preciso posible. “Personas que disfrutan de la buena gastronomía” es hablar de mucha gente... “personas que disfrutan de una gastronomía tradicional basada en alimentos ecológicos y de km. 0” es concretar mucho más.)

2 ¿Qué nivel económico tiene?

(Al definir el nivel económico pon un ejemplo detallado de cuánto dinero gasta en un producto o servicio en tu campo. Ej: Gasta una media de 45€ en una cena especial.)

3 ¿Qué le gusta?

4 ¿Dónde consume?

5 ¿Para qué consume?

(Encuentra los beneficios que busca al consumir)

6 ¿Por qué te elige?

Con estas respuestas es importante que crees el **personaje** de tu cliente potencial para poder calzar sus zapatos (pensar y sentir como él) entender lo que espera al entrar a tu comercio y así diseñar y ambientar según sus gustos, necesidades y expectativas. Te recomiendo que describas con el máximo de detalle tu personaje de cliente potencial y lo tengas presente siempre contigo como si fuera aquel imaginable amigo del alma que no se separaba de ti en tu infancia...



2 EXTERIOR

La fachada



La fachada junto a la entrada, escaparates y nombre comercial forman el primer punto de contacto con los paseantes y clientes. Es la parte de tu comercio donde se produce la primera impresión. Es tu aliada para captar la atención del viandante, tu espacio privilegiado para **mostrarte** y **atraer** al cliente que necesitas. La fachada está incluida en tu alquiler o propiedad y, normalmente, no se le da el mismo valor que al espacio interior. Dentro de lo que la legislación te permita, poténciala al máximo para atraer a tu cliente y diferenciar tu marca.

1 ¿Está MUY visible tu **nombre** comercial?

2 ¿Tu comercio, se **identifica** fácilmente en la zona?

3 ¿El rótulo, tiene **iluminación**? ¿Es la correcta y funciona?

4 ¿Dan ganas de **entrar** tan solo al ver la parte exterior?

5 ¿Hay materiales, colores o imágenes que **representen** el interior?

6 ¿Tu **cliente potencial** (público objetivo al que te diriges) se identifica rápidamente con él?

Si hay alguna respuesta en negativo, ¿**qué puedes hacer para convertirla en positiva**? Realiza las acciones y cambios necesarios para transformar esa pregunta en un Sí.



3 EXTERIOR

Los escaparates



Los escaparates son la parte de conexión exterior-interior pues deben transmitir la esencia y alma del interior y **sorprender** al exterior. El 85% de personas entran a un comercio atraídos por el escaparate.

Tu/s escaparate/s:

- 1 ¿**Trasmiten** correctamente tu imagen de marca?
- 2 ¿El **producto** se ve tanto de lejos como de cerca?
- 3 ¿Tienen la **iluminación** necesaria?
- 4 ¿Los **precios** de los artículos están expuestos? Son fácilmente visibles y están claros?
(¡Ojo! no todos los públicos necesitan ver los precios)
- 5 ¿El producto expuesto es el **adecuado** para este momento? ¿Están actualizados para esa temporada?
- 6 ¿Exponen producto o son **conceptuales**?

Para saber que las respuestas son las más acertadas para tu comercio, recuerda: **calza y ponte en la piel de tu cliente** y que sea él/ella quien responda.



4 INTERIOR

del comercio - La entrada



Son muchos los enfoques que se pueden dar a la hora de distribuir el interior de tu comercio. No obstante, hay algunas estrategias y consideraciones de diseño comunes que todos los establecimientos pueden emplear pues conducen a la generación de más ventas para un negocio.

La entrada es la segunda zona de gancho para hacer entrar a tu cliente, no la descuides ni menos precies. Debe ser **clara, amable y que invite a entrar**, ésta es su función.

Aquí se produce la primera sensación de lo que les ofreces. Los clientes van a juzgar y describir tu comercio como caro o barato, agradable o desagradable, ordenado o descuidado... en función a los detalles que formen este espacio (iluminación, colores, accesorios, señalización...) Así que, pon total atención a este espacio de bienvenida.

- 1 ¿A qué lado de la tienda está la **puerta**? ¿Está abierta o cerrada?
- 2 ¿La zona de entrada, está **despejada**? ¿Es atrayente e invita a entrar?
- 3 ¿El **horario** comercial está visible para el cliente? ¿El cristal de la puerta está despejada de papeles informativos, pegatinas...?
- 4 ¿Tiene una **iluminación** específica o diferente?
- 5 ¿Muestra **producto** de manera clara y es producto gancho o estrella de tu marca?
- 6 ¿Al entrar, hay un **aroma** corporativo? ¿Es agradable?

Recuerda que para tener respuestas lo más acertadas posibles es importante calzar los zapatos de tu cliente potencial (no me cansaré de decirlo) Ojo! Esta es **la zona más frágil de tu comercio** ya que al ser la zona de transición los clientes están más expuestos a marcharse rápidamente por no percibir lo que esperaban o estaban buscando.



5 INTERIOR

del comercio - Tu marca al disfrute del cliente



Una vez tu cliente está dentro queremos un espacio visualmente atractivo, agradable, que invite a recorrer toda el establecimiento e incite a la compra o adquisición del servicio.

“Los clientes caminan, nosotros vendemos”

Conseguir crear una **experiencia de compra** a tu cliente ideal (tu personaje inseparable) es nuestro objetivo. Ofrécele un espacio cuidado, atendido, con personalidad, un lugar donde la compra es fácil y el servicio es agradable y placentero.

En el interior de tu local:

1 ¿Qué zona es la más **favorable**? ¿Qué zona es la más **desfavorable**?

(Es muy importante tener estas zonas ubicadas pues son las que debes utilizar estratégicamente para potenciar los productos y recorridos)

2 ¿Hay **pasos estrechos** en alguna parte del local?

(Cuidado con ellos! Realiza acciones con cambios de texturas, iluminación, colores... para evitar que produzcan una zona de “embudo” o “callejón sin salida”)

3 ¿Es suficiente la **iluminación**? ¿Está adecuada para cada zona?

4 ¿Tienes **espacios limitados** para uso personal suficiente?

(Almacén, máquinas, privado...)

5 ¿Está tu **marca visible** en todas las zonas?

(Bien sea logo, colores corporativos, luz...)

6 ¿Hay **música**? Es adecuada según tu perfil de cliente?

Importante: es sabido que el 90% de los consumidores al entrar en un comercio se dirigen a la zona derecha de manera inconsciente. Aprovecha esta zona para colocar **el producto o servicio que decidas potenciar, ayude a posicionar tu identidad y marca o el cliente se sienta totalmente identificado con lo que busca.**



6 INTERIOR

del comercio - El comportamiento del cliente



Es sumamente importante tener en cuenta el comportamiento del cliente y estudiarlo para obtener un feedback de lo que tu comercio (tu marca) está mostrando. Dedicar un tiempo a observar a tu cliente, si no tienes el comercio... anticiparte a las dificultades que te puedes encontrar ;)

1 ¿Hacia dónde **se dirige** el cliente cuando entra en tu comercio?

2 ¿**Recorre** toda la tienda?

3 ¿**Pregunta** sobre el producto/servicio? ¿Interactúa con los vendedores/empleados?

4 ¿Se **marchan rápidamente** o permanecen tiempo?

5 ¿Podrías hacer una media del tiempo necesario para que tu cliente tenga la **experiencia de compra** que tú quieres crear?

6 ¿Qué porcentaje se marcha sin **comprar**?

Cambia la distribución del mobiliario, corrige recorridos y ubicación de producto, prueba con distinta señalética y carteles de información... **aquí tienes que poner a prueba toda tu creatividad y constancia hasta encontrar de qué manera se mueve y consume mejor tu cliente potencial**. ¡Ánimo! La mejor manera de dar en el clavo es a base de ensayo-error ;)



7 INTERIOR

del comercio - El producto



El producto y la manera de exponerlo determina en gran medida el posicionamiento de tu comercio en el target que deseas. Un exceso de productos produce la sensación de que son de saldo, en cambio si la cantidad es poca y limitada, la imagen es de mayor valor.

Las preguntas esenciales a la hora de ambientar y colocar producto son: qué hay que colocar, dónde y cómo (incluso en restaurantes, spas o dentistas)

1 ¿Sabes qué **artículo vendes más** y qué **artículo vendes menos**?

Estos deben colocarse en los puntos estratégicos (zonas frías, calientes, gancho, impulso...)

2 ¿Está **ordenado**? Está expuesto según criterio de familias, color, productos complementarios...?

3 ¿**Cambias** los artículos de lugar en el establecimiento? ¿Tienes muchos artículos/ servicios de otras temporadas en tienda?

4 ¿El **mobiliario** es suficiente, funcional y deja que resalte el producto?

5 ¿Sabes el número de **artículos** que caben en cada uno?

6 ¿Todos los artículos están bien etiquetados? ¿Se ve el precio claramente y tu marca?

¿Necesitas ayuda?
Consúltame clicando aquí





La **IMAGEN** de tu marca y la del producto van de la mano, en conjunto tienen un efecto directo y otro indirecto. Presenta el producto a tu cliente potencial y explica sobre él...ya sea un zapato, el alquiler de una bicicleta como un picho de tortilla.

Espero que al realizar este cuestionario te lleve a pensar en el diseño de tu proyecto como la manera de crear un negocio para alcanzar a tus clientes y objetivos empresariales. NO me gustaría que cayeras en abrir o reformar otro comercio bonito y resultón SIN ser un comercio rentable, sostenible y auténtico.

Apuesta por ti, por tu sueño, por tu marca y... muéstrala al mundo!

Por mi parte, estaré gratamente emocionada de ver implementadas acciones de visual y diseño estratégico para comercios en tu negocio.

Espero verte en Facebook, tu web, Skype o, aún mejor, en persona.

Suscríbete a mi newsletter si quieres seguir obteniendo información y contenidos útiles para hacer más visible, auténtico y rentable tú negocio.

Recuerda: Tu comercio es la cara visible de tu marca.

Buen camino!!! Un abrazo.

Raquel





RAQUEL NAVARRO
INTERIORISMO