5. Elementos del escaparate

Podemos utilizar diferentes elementos que hagan del escaparate algo dinámico y que nos ayuden a jugar con los productos.

Estos elementos deberán poseer una serie de características.

5.1 Cartelería y exhibidores

- **El cartel** y su mensaje son importantes a la hora de influir en la decisión de compra, se ubicarán cerca del producto y en un lugar destacado.

Según el mensaje que queramos transmitir utilizaremos un tipo de letra u otro.

Tenemos que cuidar el lenguaje escrito a utilizar, siendo fundamental evitar las faltas de ortografía o las frases mal construidas. Los mensajes deben ser cortos e impactantes.

El tamaño de la letra será lo suficientemente grande para que pueda ser leído sin dificultad.

Es importante que aparezca en toda la cartelería del establecimiento comercial nuestro "logotipo" o emblema de marca.

- **Los displays** son soportes publicitarios muy eficaces para potenciar la comunicación en los puntos de venta, haciéndolos destacar con diferentes diseños en cartón, plástico madera o metal.

Podemos distinguir dos tipos: los estáticos y los dinámicos.

"Los estáticos" son aquellos que la información se presenta inalterable en relación al tiempo que permanece vigente puede referirse a información de carácter estacional, promocional o permanente.

"Los dinámicos" son aquellos soportes de publicidad digital que constituyen un factor estratégico clave en la planificación técnica y estética del escaparate ya que resultan necesarios para crear mensajes dinámicos e interactivos, con el objetivo de salir del concepto de escaparate convencional y estático.

5.2 Fantasías, demos y elementos de ambientación

• **Fantasías:** son materiales de acompañamiento cuya única función es la ambientación del escaparate. Suelen estar relacionados con los productos expuestos o con el tema a transmitir. Habrá que tener en cuenta que estos elementos no resalten más que los propios productos a la venta.

• **Demos:** las utilizaremos cuando queramos comunicar al público cómo se utiliza un producto o alguna de las características del mismo. Podemos utilizar para ello televisores, un ordenador, equipos mecánicos, etc.

• **Elementos de ambientación**: serie de elementos decorativos que aportan una ambientación determinada del escaparate.

Hay que conseguir que estos elementos no quiten protagonismo a los personajes principales del escaparate: los productos.

• **Señalizadores**: como flechas o círculos de colores vivos que fijan la mirada del público en un punto concreto o buscan conseguir que la vista haga un recorrido específico.

• **Captadores:** son elementos cuyo objetivo es atraer la atención del cliente que pasa por delante del escaparate, podría ser una luz que se enciende y se apaga, un sonido, un muñeco en movimiento, etc.

Aplicación práctica

Usted es gerente de una tienda de complementos, debe encargarse de comprar una serie de materiales para decorar el escaparate con motivo del día de San Valentín. ¿Qué diseño adoptaría el escaparate de la tienda? Vamos a intentar huir de los adornos y composiciones típicas de los escaparates navideños. Se pide ser creativo.

5.3 Maniquíes, banderas y fondos

A continuación se definen las características fundamentales de cada uno.

- **Maniquíes**

Es uno de los elementos más importantes del escaparate, los materiales más utilizados en su fabricación son el plástico y la fibra de vidrio.

Antiguamente, reflejaban a la variedad de las personas, eran altos, bajos, gordos, delgados en función del gusto del comprador.

A partir de los años 60 se empiezan a fabricar maniquíes en metal y madera más estilizados, ejercen un buen efecto visual que hacen que el cliente se pare para mirar y le inciten a dar el paso de comprar.

Cada vez se solicitan más los maniquíes sin cabeza ya que de este modo la mercancía florece con más fuerza en primer plano.

La vida media de un maniquí es de 8 años y su precio oscila entre los 120 a 180 euros dependiendo del material.

- **Banderas y fondos**

Las banderas son elementos de bajo costo, se suelen preparar de manera inmediata, pueden elaborarse en papel, tela o vinilo.

Cumplen una función publicitaria permanente.

Los fondos pueden ser abiertos, a media altura y a toda altura en el lateral, iluminan la tienda y abren la vista hacia la zona de ventas.

NOTA

Los escaparates se comenzaron a utilizar en Venecia en el siglo XVI