

10 Ejemplos de escaparates interactivos en retailers

Guillermo Cortés

[May 27, 2017](#)



Una de las herramientas de mayor impacto que utilizan los retailers para incrementar las ventas sin los escaparates. Sin duda, su seductora apariencia estimula el deseo del compra en el público.

Por otro lado, cumple también la función de reflejar la identidad del establecimiento, de ahí la importancia que tiene la existencia de una coherencia perfecta entre el escaparate y el interior de la tienda. En otras palabras, es un

medio de comunicación utilizado por los retailers para llamar la atención del público.

Pero, ¿cómo se transmiten esos mensajes que motivan la compra del consumidor? De acuerdo a varios estudios, se pueden encontrar los siguientes factores:

Atención

El objetivo de un escaparate es llamar la atención y, para ello, es necesario conocer bien al público y, así, estimular sus intereses, sentimientos, posibilidades, etc.

Percepción

En este sentido, la percepción permite que cada persona interprete los mensajes de forma diferente, pero con una idea en común: la venta.

Implicación

Asimismo, el escaparate debe expresar un mensaje que implique de forma directa al público. Sin embargo, el estímulo no debe ser claro, para que el consumidor haga una composición de acuerdo a su forma de pensar.

Credibilidad

Además, el mensaje debe ser creíble y posible, con el fin de que el shopper no se sienta engañado.

Memoria

Al final, el objetivo del mensaje expresado en el escaparate debe impactar tanto que quede en la memoria del público. Para lograrlo hay que repetir los datos, es decir, el receptor debe reconocer y aceptar con más facilidad el mensaje que se comunicó.

En resumen, para tener un escaparate que impacte en el público, el retailer requiere introducir cambios ocasionales que estimulen la imaginación del posible cliente. Por su puesto, el escaparate puede responder a distintos criterios, sin embargo, hay algo que no se debe olvidar: el escaparate es el vendedor más silencioso. Por tanto, es importante decidir los factores —que anteriormente puntualizamos— que estimularan el primer impulso de compra.

Para tener más claro todo, a continuación te mostramos algunos ejemplos de escaparates interactivos, que cumplen con los puntos que acabas de aprender.

Fuente:

<https://www.informabtl.com/10-ejemplos-de-escaparates-interactivos-en-retailers/>