

Iluminar bien, para vender mejor

Por Carlos Laszlo.

Sin duda, la iluminación artificial constituye uno de los factores más importantes en el arte de vender. Los comerciantes saben que, para que un local de ventas sea exitoso, no es suficiente con ofrecer buena mercadería; primero y más importante es lograr que el potencial cliente tome contacto con dicha mercadería.

Al encarar el proyecto de iluminación de un local comercial o cualquier tipo de local de ventas, habrá que considerar tres importantes funciones al margen de la "imagen" institucional o la ambientación; esas funciones son:

- La **iluminación para atraer al cliente**
- La **iluminación para apreciar la mercadería**
- La **iluminación para concretar la venta**

La mercadería propiamente dicha debe "destacarse" dentro del campo visual del cliente.

Atracción:

El diseño de iluminación sirve en primer lugar para atraer al cliente al local y posteriormente a la mercadería. Esto podrá lograrse mediante la iluminación de las vidrieras y el balance de la luz sobre la mercadería misma.

Es habitual ver comercios con sus vidrieras profusamente iluminadas en forma intensa y pareja, donde todos los objetos tienen el mismo nivel de luz; es decir, la misma jerarquía. ¡Esto es un error! Si se desea lograr que el cliente se detenga frente al escaparate habrá que ponerle alguna pequeña "trampa". La vidriera deberá tener una iluminación suave, como la base de la tela de un pintor. Sobre esta base se procederá a destacar algunos pocos elementos, cuatro o cinco dependiendo del tamaño de la vidriera. El efecto es muy simple, inmediato y totalmente psicológico; el transeúnte que pasa casualmente frente a la vidriera, sentirá automáticamente la incontrolable curiosidad de ver el porqué de esas

manchas de luz sobre algunos objetos. El primer paso ya está dado; se ha logrado despertar el interés del cliente.

Apreciación:

El próximo acto involuntario del futuro cliente será mirar hacia el interior del local que tanto ha despertado su curiosidad. Sería bueno que pudiese hacerlo a través de la vidriera y sin la necesidad de entrar; a muchas personas no les agrada asomarse si no están decididos a la compra por temor a la insistencia de ciertos vendedores que generalmente se ubican cerca de las puertas.

Aquí comienza la etapa de apreciación, para lo cual se deberá lograr que el cliente entre al local. Nuevamente se recurrirá a una trampita; así como el cazador coloca una serie de señuelos para conducir a su presa al lugar deseado, de la misma manera el diseñador de la iluminación, con la complicidad del encargado del local, creará un "sendero" virtual con elementos especialmente destacados con efectos de luz para guiar a su antojo al cliente por los lugares de su particular interés.

Para ello, nuevamente será necesaria una iluminación general suficiente como para la correcta apreciación de toda la mercadería pero que permita aplicar algunos "golpes" de luz de mayor intensidad sobre los objetos que servirán de guía. No necesariamente el objeto destacado debe ser el más excepcional, sino el que logrará con el efecto visual que produce el contraste luminoso que el cliente se acerque al sector deseado.

Concreción:

La concreción de la venta ya es más simple y sólo requiere de algunos detalles que hacen al confort del cliente: buena y acertada iluminación en los probadores, en la zona de empaques, etc.

Como complemento de lo expuesto como técnicas lumínicas de venta, habrá que tener muy en consideración algunos factores más que importantes:

¡La radiación ultravioleta decolora! Hoy en día se utiliza indiscriminadamente el mercurio halogenado en la iluminación comercial. Esa lámpara, si no tiene un buen filtro antepuesto, decolora casi como la luz del día.

¡El calor también decolora! Se deberá tener cuidado con la distancia a la que se colocan las lámparas incandescentes halógenas, las que generan una temperatura muy elevada. Para estos casos hay una solución muy simple y a mano. Las célebres lámparas "dicróicas" que habitualmente se utilizan indiscriminadamente, han sido creadas precisamente para este fin. En realidad, la lámpara es una incandescente halógena y como tal produce una gran temperatura. Esa lámpara se encuentra instalada dentro de una "campanita" de vidrio que está externamente cubierta por un "filtro dicróico" (lo plateado) cuya misión es la de reflejar más del 60% de la temperatura que genera la lámpara hacia atrás. Claro, como todas las cosas, esto será así si la lámpara es de marca y de muy buena calidad. Este es un recurso ideal para los displays de kioscos, donde la temperatura de las fuentes de luz pone muchas veces en peligro la solidez de las golosinas. También es muy eficiente para la iluminación de telas, papeles, y también vidrieras de joyerías, donde las elevadas temperaturas pueden despegar algunos tipos de engarces.

Por último, un párrafo sobre el "color", o mejor dicho la "reproducción de los colores". Existen fuentes de luz para todas las necesidades; simplemente hay que saber elegir las. Por ejemplo, las lámparas incandescentes halógenas harán lucir más a los rojos, naranjas y amarillos que a los verdes y azules. El mercurio halogenado hará exactamente lo inverso.

No le tenga miedo a los tubos fluorescente o lámparas fluorescentes compactas; en la actualidad hay cuatro "tonos" de tubos con una óptima reproducción de los colores.

Fuente: <https://www.arquimaster.com.ar/>