

La animación visual: carteles y escaparates

Los carteles son una herramienta fundamental dentro del merchandising, ya que colaboran eficazmente a la animación del punto de venta.

Tipos de carteles:

- Según su ubicación.

Carteles exteriores: son aquellos que se sitúan en el exterior del establecimiento.

Cumplen dos objetivos fundamentales: atraer la atención de los clientes hacia el punto de venta y difundir la imagen del mismo.

Carteles interiores. Son aquellos que se sitúan en el interior de la tienda. Sus principales objetivos son: guiar el recorrido de los clientes, informar sobre los productos y servicios que se ofertan.

- Según su finalidad.

Carteles ambientadores. Se refieren a las actividades de animación de la tienda, pero no ofrecen marcas ni productos concretos.

El mensaje debe ser claro y escueto, con letras grandes capaces de atraer la atención desde todos los puntos del establecimiento.

Carteles indicadores. Sirven para orientar la circulación de los clientes dentro de la tienda e informar sobre la ubicación de las secciones, familias de productos, ofertas, promociones, etc.

Carteles de precio. Informan sobre el precio de un producto concreto.

Son los carteles que más se utilizan en todo tipo de establecimientos comerciales, por su eficacia para atraer a los clientes y aumentar las ventas.

Elaboración de los carteles:

El cartel es la coordinación armónica de una determinada composición de líneas, puntos, formas y colores con una intencionalidad concreta.

A la hora de diseñar y elaborar un cartel es necesario tener en cuenta:

- Su intencionalidad
- El público al que va destinado
- La psicología del consumidor
- Los principales elementos de un cartel son:
 - Formas: circulares u ovaladas, de flecha, rectangulares y cuadradas
 - Materiales
 - Colores (máximo tres)
 - Líneas: curvas (aportan dinamismo y movilidad), quebradas (reflejan un dinamismo intermedio), rectas (dan idea de quietud).
- Rotulación: el cartel debe ser claro, conciso y fácil de leer.
Cada tipo de letra provoca determinadas sensaciones en el espectador.