



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



Música para incentivar la venta¹

El mundo de la **MÚSICA** está directamente relacionado con la industria de la **MODA**. Cantantes como Madonna, Rihanna o Beyoncé marcan tendencia e influyen directamente en futuras colecciones y tanto marcas como diseñadores se las disputan para vestirlas en sus videoclips. La música como la moda forma parte de la cultura más joven de nuestra sociedad y entre las dos forman un tándem de oro

MUSICA+MODA

Por otra parte, sabemos que ***para ser especial debemos de ser diferentes***. Lo vamos repitiendo de post en post en este blog. Son muchos los aspectos que pueden distinguir tu local del de al lado. Aspectos que aunque difícil parezca te pueden hacer único, uno de ellos es el que tratamos hoy en este post, **la música**.

Sabías que el **Audio Marketing** ayuda a condicionar al consumidor a través de la música?... La música induce estados emocionales y se convierte así en un arma potencial para llegar a conquistar el corazón de nuestros consumidores.

Te has parado alguna vez a hacer una **selección de temas musicales para tu comercio** o en cambio no le has dado importancia a ese "gran" detalle?... Quizás hayas descuidado este tema porque la música no te despierta un especial interés o crees que hay temas mucho más prioritarios... En algunos comercios he llegado a escuchar la radio como hilo musical, incluso al locutor hablando!!! y qué decir de esos centros comerciales donde suena en todas las tiendas un único tema porque tienen la misma emisora en marcha...Esto me parece igual de poco profesional como el comercio que no tiene nada de música en la tienda. Pensemos en como **la música puede ayudar a**

¹ <https://myfashionidea20.wordpress.com> - Publicado el 27 de marzo de 2013

rehacernos sentir contentos y a **romper el hielo** en un momento dado...además que impide que el vendedor escuche nuestros comentarios sobre la tienda o el producto, creando así un poco de **intimidación alrededor del consumidor** que se siente en campo contrario.

También puede suceder que la música te guste personalmente y pienses además que es importante crear un ambiente musical en tu negocio pero que hayas seleccionado temas que van más con tus gustos personales que con los que encajan con tu producto y negocio.



En ambos casos se está cometiendo un **grave error**. En el primer caso, es una pena que **desaprovechemos una oportunidad** tan buena como es el uso adecuado de la música para crear identidad de marca en nuestro establecimiento y llegar al corazón del consumidor. Recordemos que después de la vista, que ocupa el porcentaje más alto con un 58%, el oído es capaz de hacernos llegar la información al cerebro en un 18% y como acabamos de citar anteriormente, la música induce estados emocionales. En el segundo caso, valoramos la música y le damos la importancia que se merece pero no estamos sabiendo **aprovecharla de manera efectiva**.

Veamos algunos ejemplos que nos ayuden a reflexionar y mejorar su aplicación:

Qué tipo de música asociarías a esta tienda de Barcelona??...La tienda tiene mucho estilo y su producto inspira tradición artesanal, algodón orgánico en las prendas y handmade... Su público objetivo es una chica joven, natural, con personalidad que busca la comodidad y la autenticidad en las prendas que viste. La música en este espacio puede ayudar a crear un ambiente intimista y ha conseguir una sensación de bienestar en el consumidor que facilite la venta.

– Sugerencias: indie, folk, pop...



Room, Barcelona

Esta otra está emplazada en Benidorm, Alicante. Para elegir la música adecuada deberíamos pensar en lo que nos inspira la imagen del negocio, su localidad y el producto que se vende. La imagen del local nos inspira un look étnico, con vigas de madera, alfombras, espejos y lámparas. Benidorm es una localidad de mar con muchas visitas de turistas nacionales y extranjeros. El producto estrella de esta tienda es el vestido, además de t-shirts casual y complementos. Aunque su estilo étnico nos recuerde a la tienda anterior, este comercio abarca más público por el tipo de producto (más comercial) y por su localización.

– Sugerencias: pop folk, chill out... abierta a distintos estilos musicales.



Vanitá, Benidorm (Alicante)

Tienda de estilo vintage donde se venden prendas de segunda mano muy retro. Es una tienda muy especializada, “de nicho” y el público objetivo está bien segmentado. En este caso la opción musical es fácilmente orientable a ese público. La música actúa como elemento distintivo e, incluso, como reclamo hacia el exterior.

– Sugerencias: indie folk, american country, jazz/electronic fusion...



Kauf Vintage, Valencia

De nuevo la tienda que vemos a continuación es una tienda “de nicho”, de ropa juvenil enfocada a un perfil de cliente joven, adolescente. Diseñaremos una ambientación musical que haga sentir cómodo a un público adolescente y deje fuera a los que no formen parte de ese segmento. En este caso, la intensidad de la música tendrá efectos en la decisión de compra de los jóvenes compradores.

– Sugerencias: rock, hip-hop, ska, pop electrónico...



La Calle 42, Valencia

La siguiente es una tienda minimalista, sin demasiada decoración dónde el protagonismo absoluto lo tiene la ropa. Su estilo, muy chic y femenino, precio medio-alto... Abarca más público que la tienda anterior pero debido a la cuidada decoración del local y el factor precio, también segmenta a los consumidores. La ambientación musical puede ayudar a facilitar dicha segmentación.

– Sugerencias: abierta a distintos estilos musicales.



TMX, A Coruña

Es complicado hacer recomendaciones en este tema ya que la oferta musical es afortunadamente amplísima. Sin embargo si creo que podemos citar unas **PAUTAS** para los que vais un poco más despistados y también, como no, para aquellos que buscáis nuevas ideas constantemente. No olvidemos que las grandes empresas, como Inditex, disponen de especialistas en sus departamentos de marketing que tratan la ambientación musical como un elemento más de *branding*, una parte más de la identidad de la marca.

Aquí van algunas...

1. Ante todo debemos pensar en nuestros **CLIENTES**. Qué tipo de cliente objetivo tenemos?? y poner música para ellos. No para nosotros!!! Si nuestra tienda está especializada, podemos incluso atraer al cliente objetivo a través de la música, a modo reclamo.

2. Debemos pensar en la **LOCALIZACIÓN** de nuestra tienda: ciudad, barrio, zona... No para hacer lo mismo que los demás (recordad en que el propósito es diferenciarnos), sino para hacer totalmente lo contrario. Como cuando montamos un negocio que pensamos: qué es lo que no tiene esta zona? qué necesita? o qué destacaría?...

3. Debemos tener en cuenta los **M2 DE LA TIENDA**. Una música rápida, energética y alta en volumen puede echar a nuestros clientes de la tienda y más en un espacio reducido. Sería más apta para una tienda grande pero tampoco conviene abusar porque puede resultar disuasoria. Sin embargo puede cumplir su función si tu objetivo es atraer a los jóvenes manteniendo a sus padres lejos de estas tiendas como en la tienda del ejemplo de arriba o si queremos hacer circular a los clientes porque es hora de cierre.

4. Debemos tener en cuenta el **ESTADO ANÍMICO** de los compradores y diferenciar un lunes de un sábado, un día de primavera de uno de otoño, las 15h de la tarde de las 20h, San Valentín de Navidad y programar música concreta así como hacemos con los escaparates...

5. Debemos crear ambientes musicales haciendo **CONECTAR** el **SONIDO** de la tienda con el estilo de nuestro **PRODUCTO** y el de la **TIENDA**. Ejemplos:

- Tiendas estilo **urbana e informal, tejanera** – tiendas: Calle 42 (*foto*), Munich / marcas: Guess, Munich, Diesel, Miss Sixty, Skunkfunk / música: pop electrónico, hip-hop, ska, R&B, dance, rock...
- Tiendas estilo **romántico** – tiendas: TMX (*foto*), Dolores Promesas, Ese 0 Ese / marcas: Naf Naf, Vero Moda, Morgan/ música: indie, folk, pop acústico...
- Tiendas estilo **vintage** – tiendas: Kauff Vintage (*foto*), Lolita's Closet Madrid/ marcas: Diksi, The Black Swan / música: indie, folk, jazz...
- Tiendas estilo **minimalista, nórdico** – tiendas: Issey Miyake, Zara (NY) / marcas: Comptoir du Cotonnier, Cos / música: indie pop, acústica intimista, electro pop.
- Tiendas estilo **étnico** – tiendas: Room BCN (*foto*), Vanitá (*foto*) / marcas: Surkana, Singular Barcelona, Fete / música: étnica, chill out...
- Tiendas estilo **british** – tiendas: El Ganso / marcas: Fred Perry, Pretty Green / british pop, rock, grunge, alternativa.
- Tiendas estilo **clásico** – tiendas: Cortefiel, Adolfo Dominguez/ marcas: Caramelo, Ralph Lauren, Burberry / música: pop clásico...
- Etc...

Un saludo y buenas ventas!!!