

## Paul Smith sorprende con un punto de venta muy tecnológico

[Aug 13, 2015](#)



Para llamar la atención de los shoppers en el punto de venta se necesita mucha creatividad, pues de ello depende si compran o no los productos que se están promocionando y para ello la tecnología puede ayudar a la marca a hacerlo más innovador y por ende más atractivo.

Para llamar la atención de los shoppers en el punto de venta se necesita mucha creatividad, pues de ello depende si compran o no los productos que se están promocionando y para ello la tecnología puede ayudar a la marca a hacerlo más innovador y por ende más atractivo.

Un claro ejemplo es lo realizado por la firma de moda Paul Smith que sorprendió a todos los que pasaban frente a sus tienda de Londres, pues instaló un aparador tecnológico con el que las personas interactuaban con los “maniqués”.

Se trata de una pantalla holográfica en la que aparecen tres trajes completos, que muestran a las personas trucos de magia, o juegan con un yo-yo al mismo tiempo que modelan la ropa y así pueden verla los potenciales compradores.

Con esta acción de retail experience, la marca busca que las personas se sientan atraídas a la tienda, que no les quede otro remedio más que entrar y comprobar que los trajes lucen tan bien como en el escaparate multimedia.

<https://vimeo.com/131642284>

Fuente:

<https://www.informabtl.com/paul-smith-sorprende-con-un-punto-de-venta-muy-tecnologico/>