



# TENDENCIAS EN VITRINAS PARA JOYERÍA Y OBJETOS DECORATIVOS

---

CONFERENCIA MAGISTRAL

*Karina Barhuani*

PROMPERÚ - MAYO 2017

## ¿ POR QUÉ EXHIBIMOS ?

- 1) Convencer al cliente a entrar en la tienda o stand
- 2) Lograr que el cliente haga una pausa y compre
- 3) Definir, promover y mejorar la imagen de la tienda o marca
- 4) Entretener al cliente y mejorar su experiencia de compra
- 5) Introducir y explicar nuevos productos
- 6) Y lo más importante de todo, para enseñar al consumidor de qué se trata nuestra marca y en qué nos diferenciamos del resto



## ¿ CUÁL ES EL PROPÓSITO DE UNA VITRINA Y CUÁLES SON SUS ESTILOS ?

---

El propósito de la vitrina en esta década es muy distinta a las décadas pasadas.

Anteriormente se usaban las vitrinas como un espacio para vender, hoy el propósito de la vitrina es enseñarle al cliente, cuál es su estilo y a qué público va dirigido. A este concepto le llamamos **BRANDING**

A continuación veremos estilos de vitrinas, unos muy distintos a otros.



## ¿ CÓMO DIFERENCIAMOS UNA JOYERÍA DE UNA TIENDA DE BISUTERÍA Y CÓMO LOGRAR QUE EL CLIENTE IDENTIFIQUE LA DIFERENCIA ?

Todo esto se debe, solamente a una cosa, a la sensación que produce el espacio físico o perceptible en una vitrina.

El espacio perceptible es el espacio que nosotros podemos ver físicamente, en cambio el espacio funcional, es el espacio en el que nos movemos.

Además de esto, existe otro concepto de espacio muy usado en retail además de en arquitectura. Ese es el concepto del espacio positivo y el espacio negativo.



El espacio negativo es aquel que está concebido como un vacío. En joyería, a mayor espacio negativo, alrededor de la joya, mayor sensación de exclusividad y de calidad, así como de precio elevado.



El espacio positivo, es un espacio creado para exhibir estrictamente. A mayor uso de este espacio, mayor sensación de poco costo.



1



2



3



1



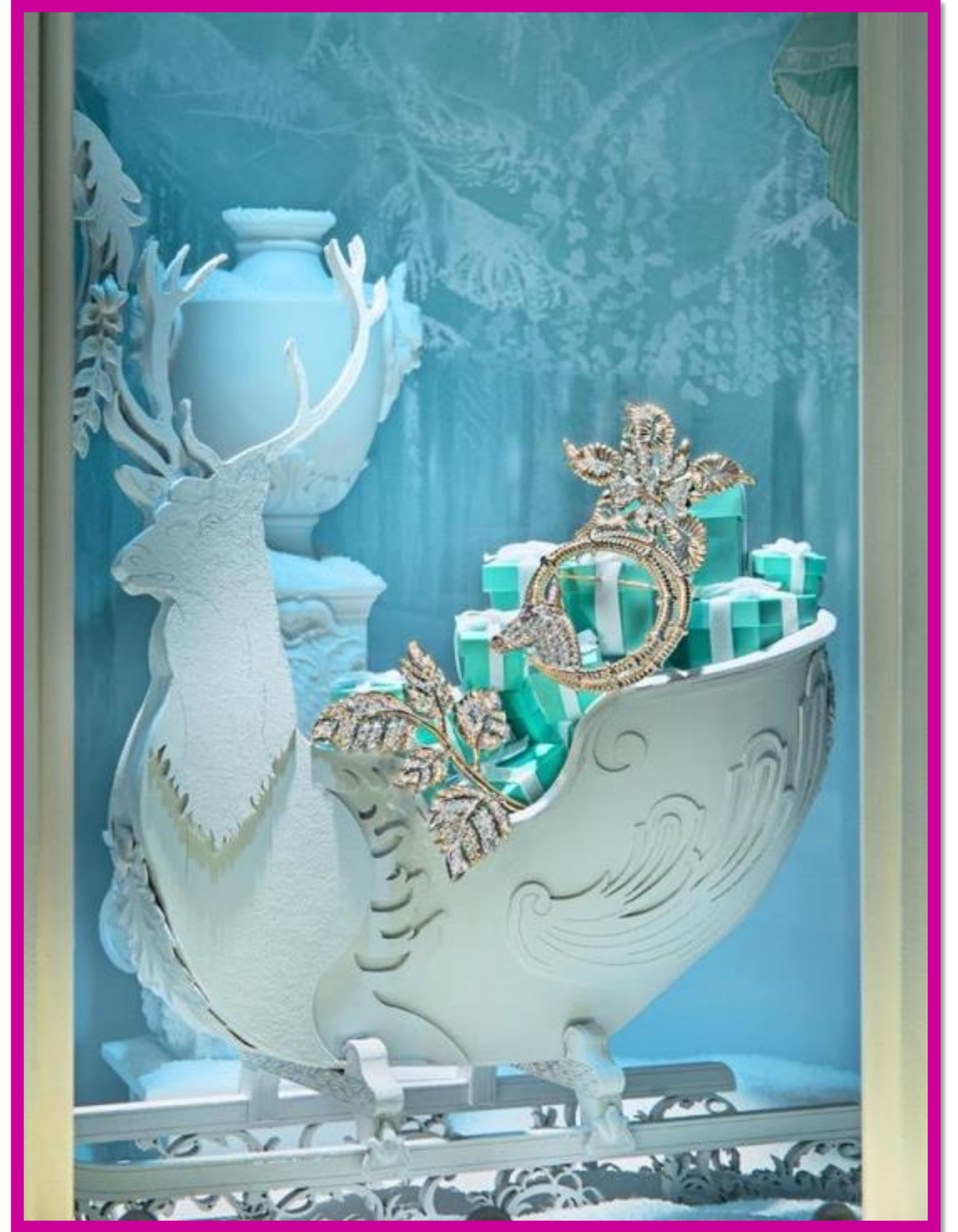
2



3



# EJEMPLOS DE EXHIBICIÓN DE JOYERÍA Y REGALOS PARA VITRINAS Y STANDS



Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017



Karina Parhuyai

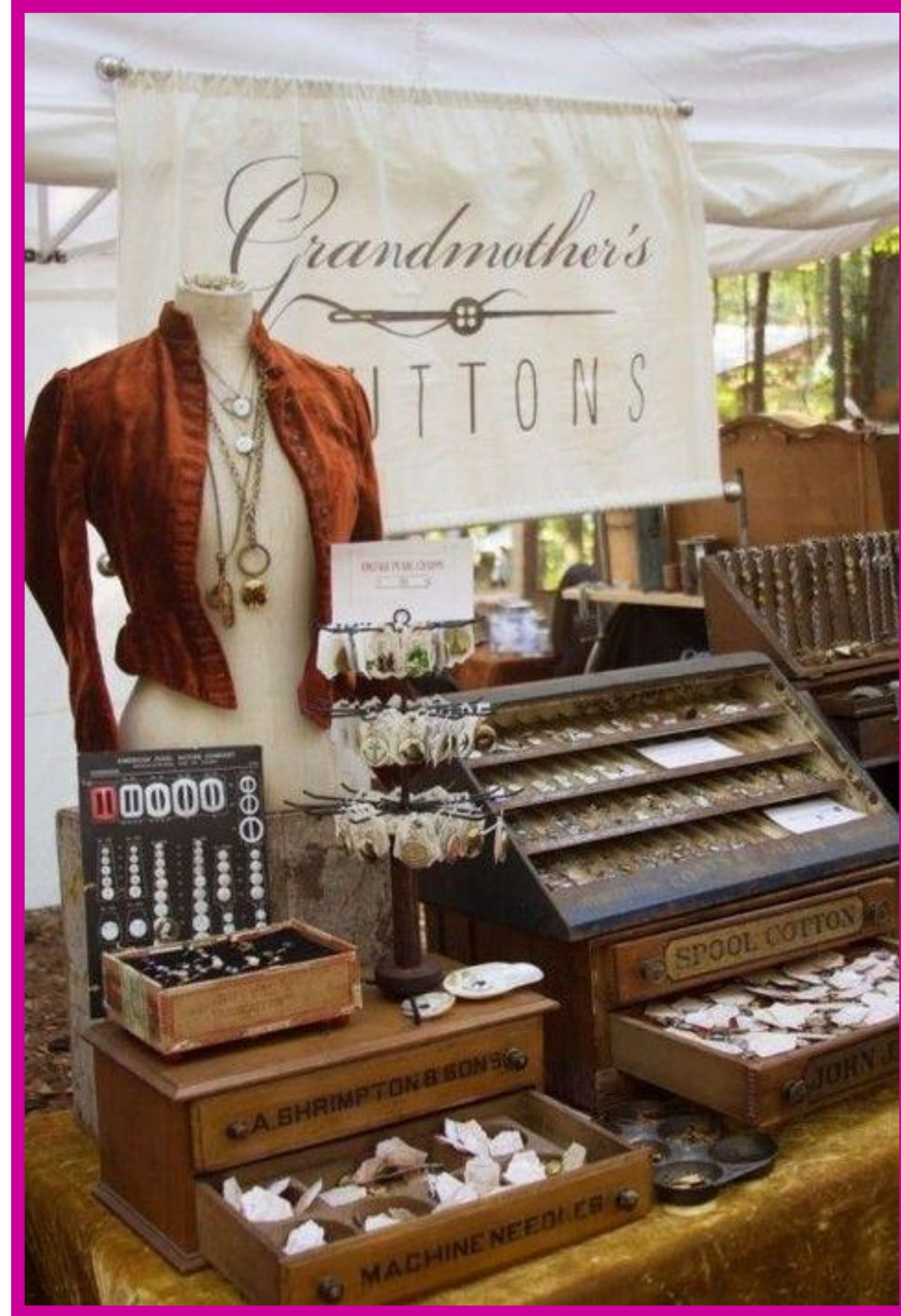


PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017



Karina Parhuyai

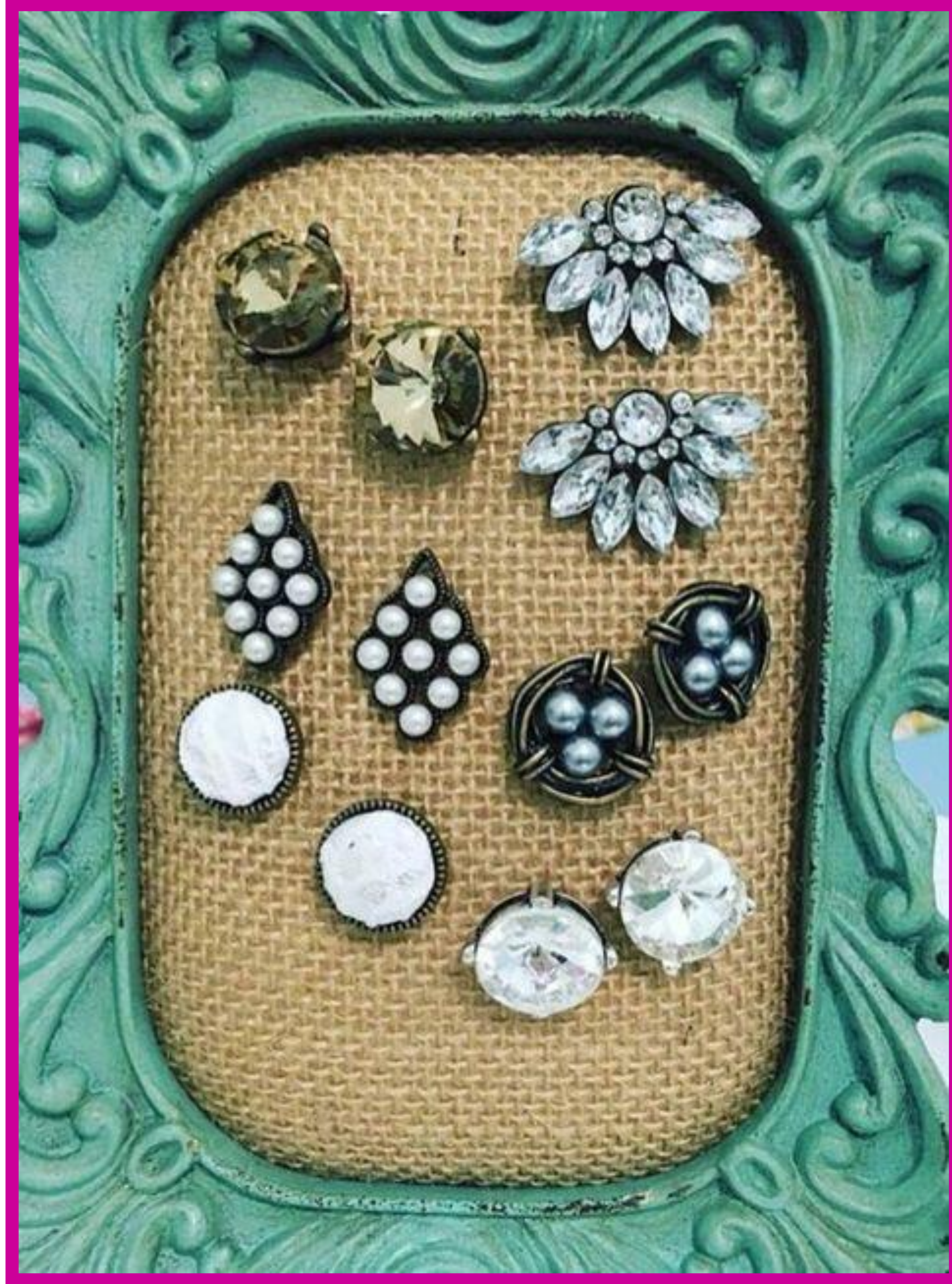


PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017



Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

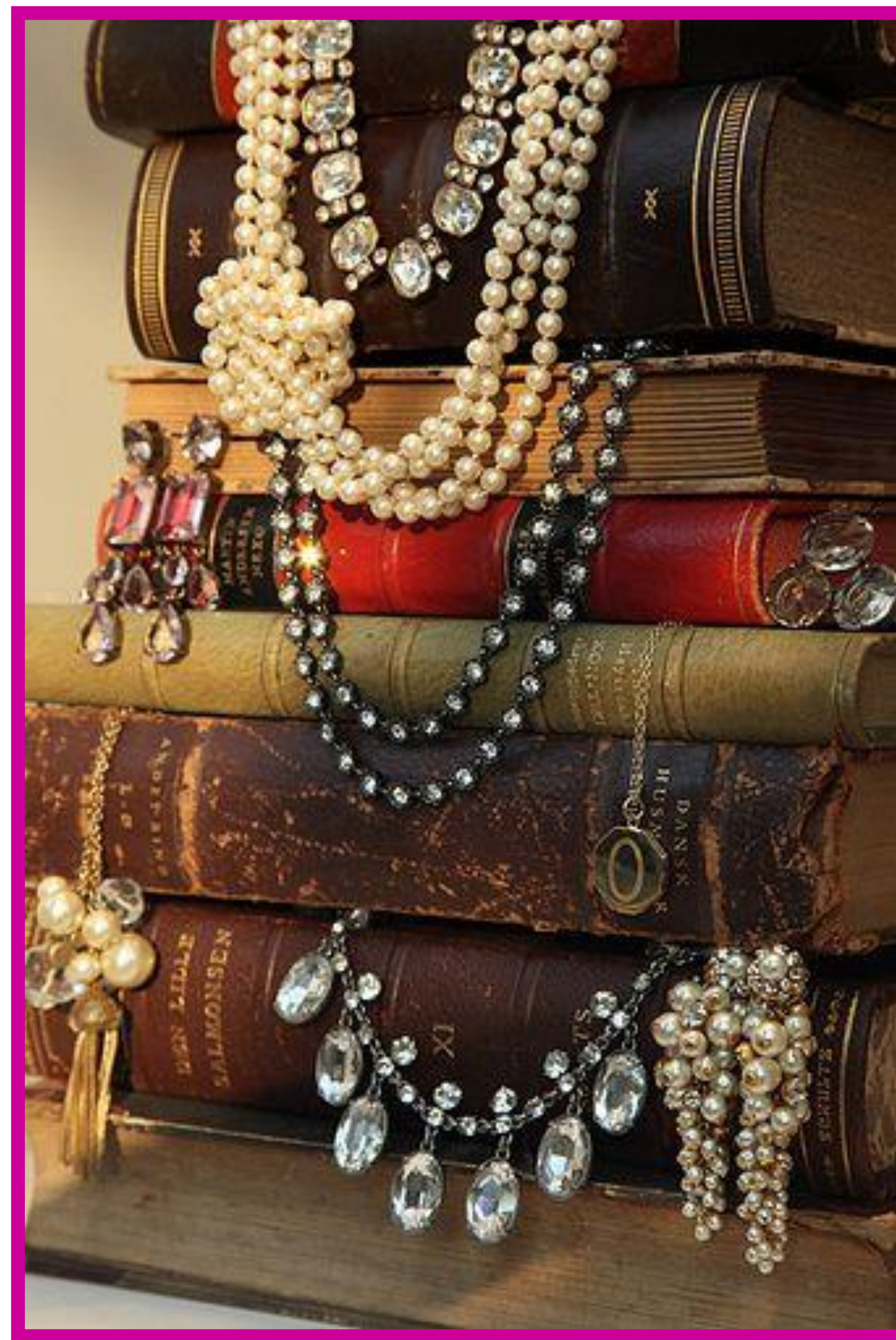
Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017



Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

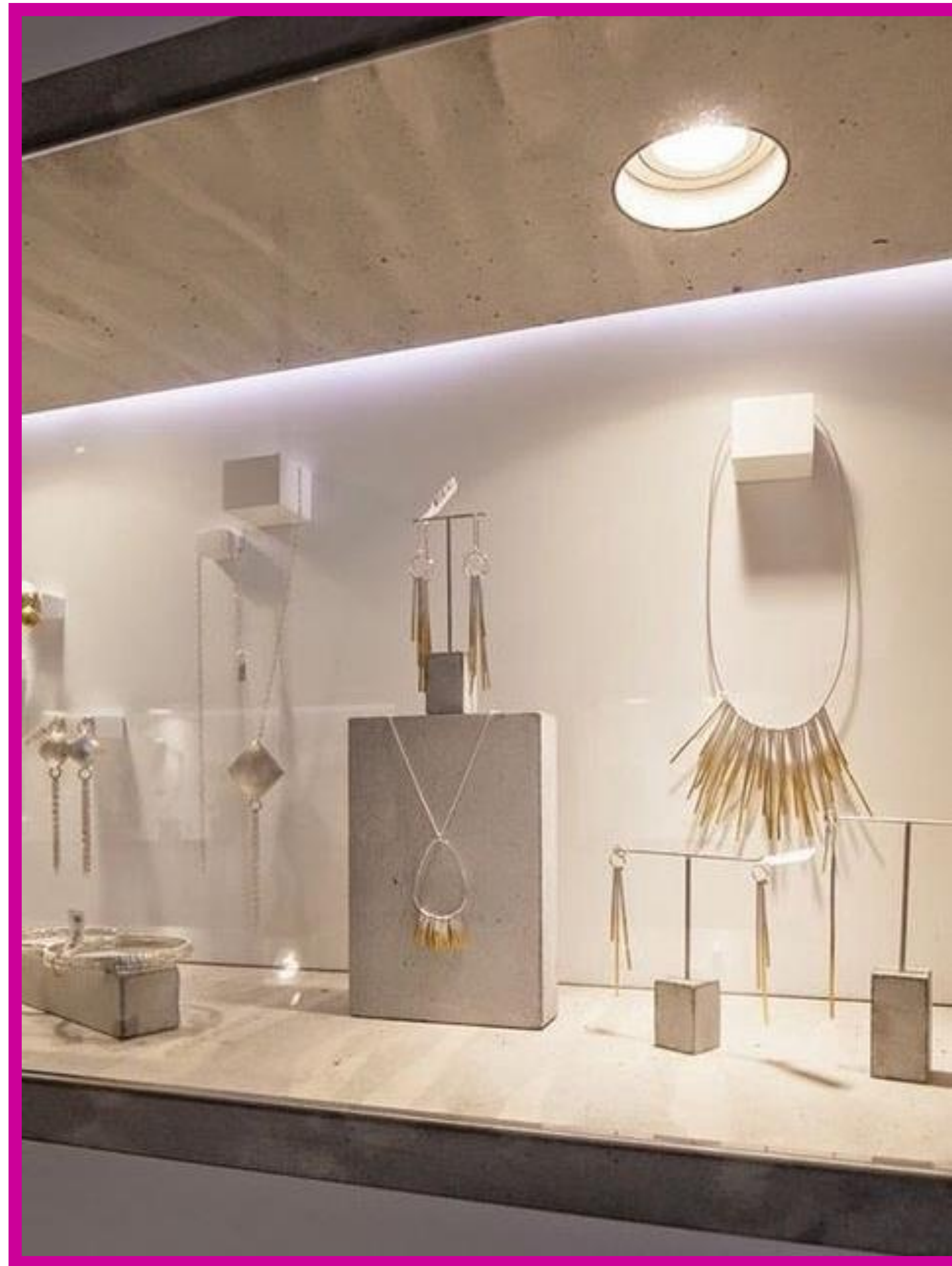
Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017



Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai







Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017



Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuani



PROMPERÚ - MAYO 2017



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai

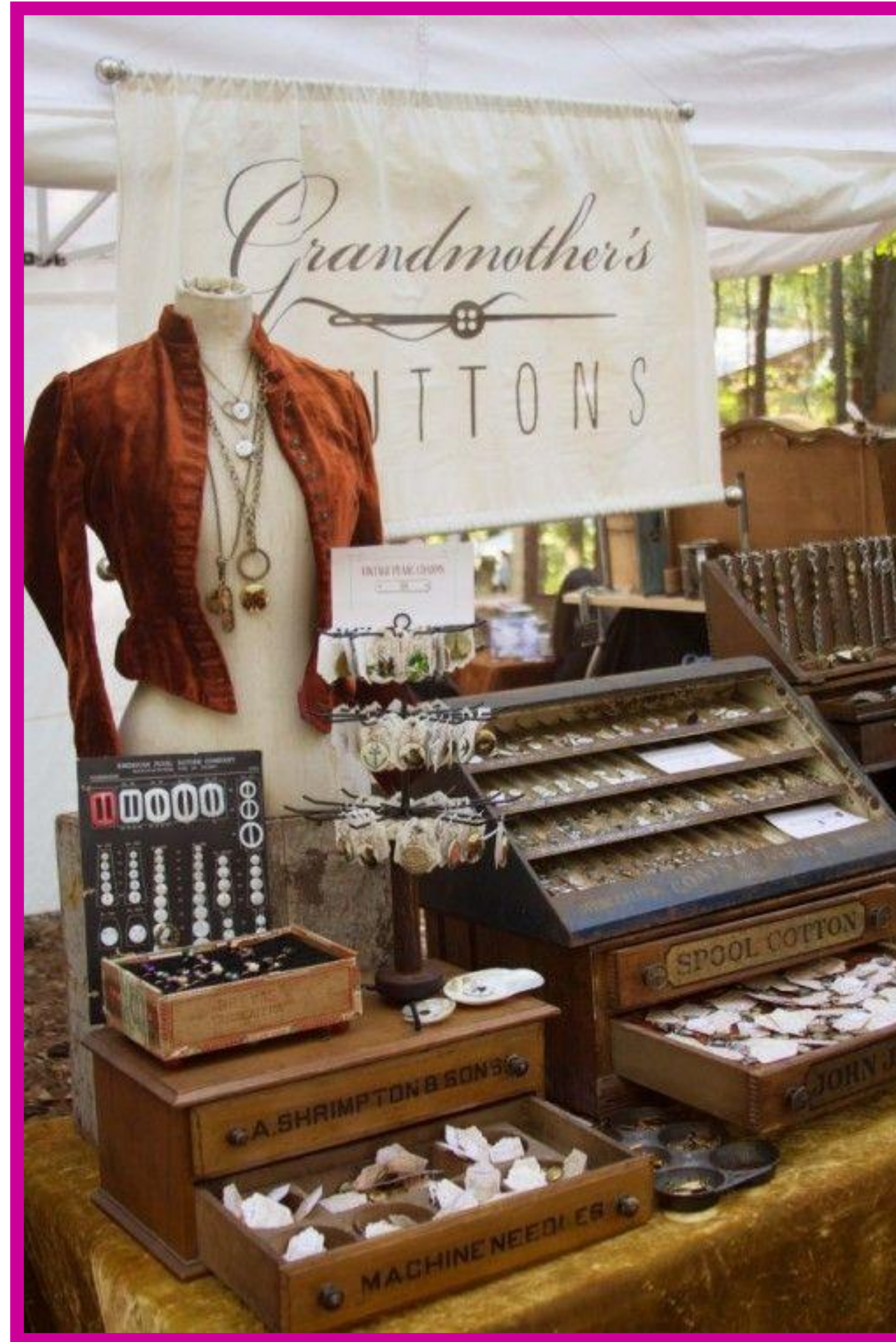


Karina Parhuyai



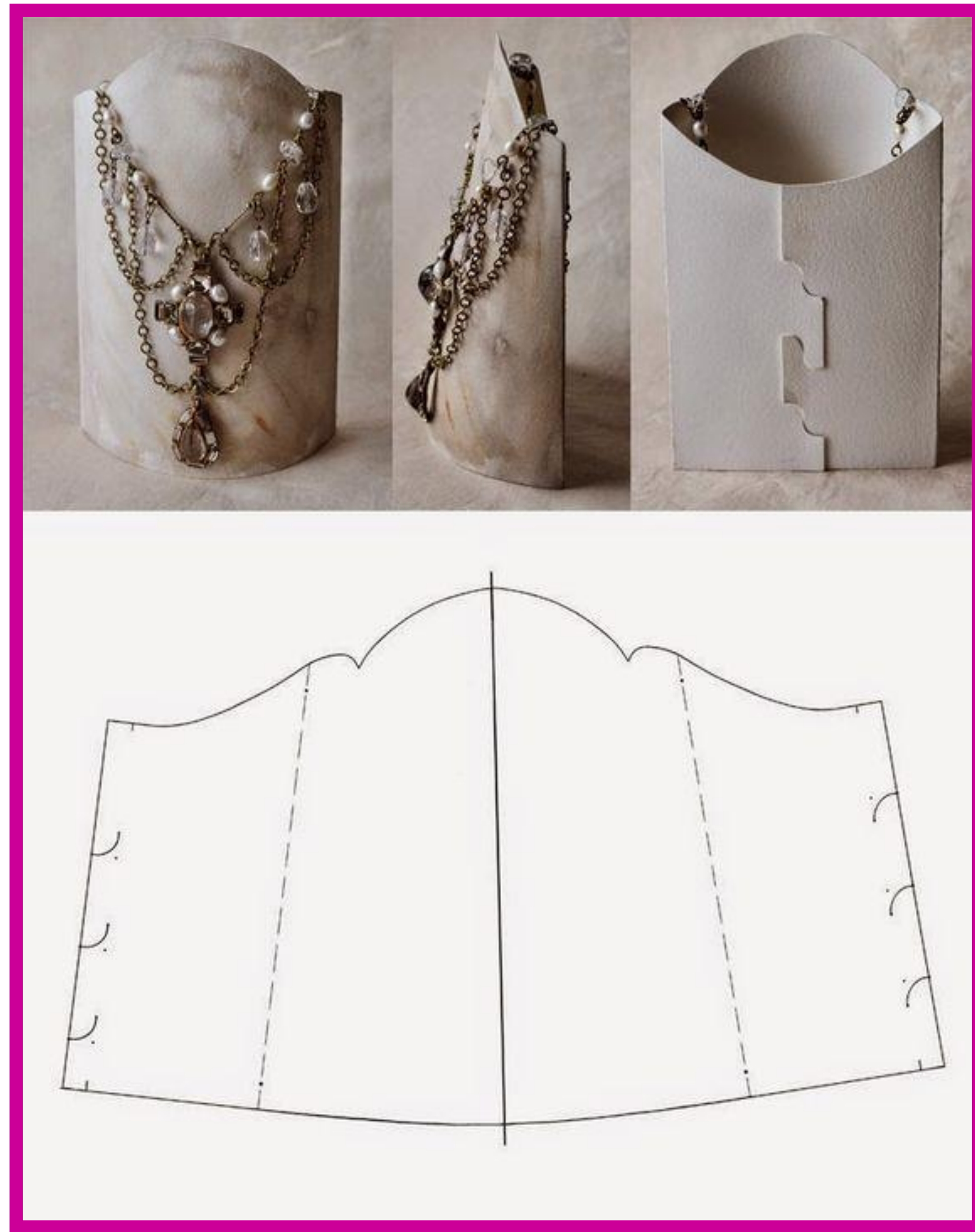
PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017



Karina Parhuyai



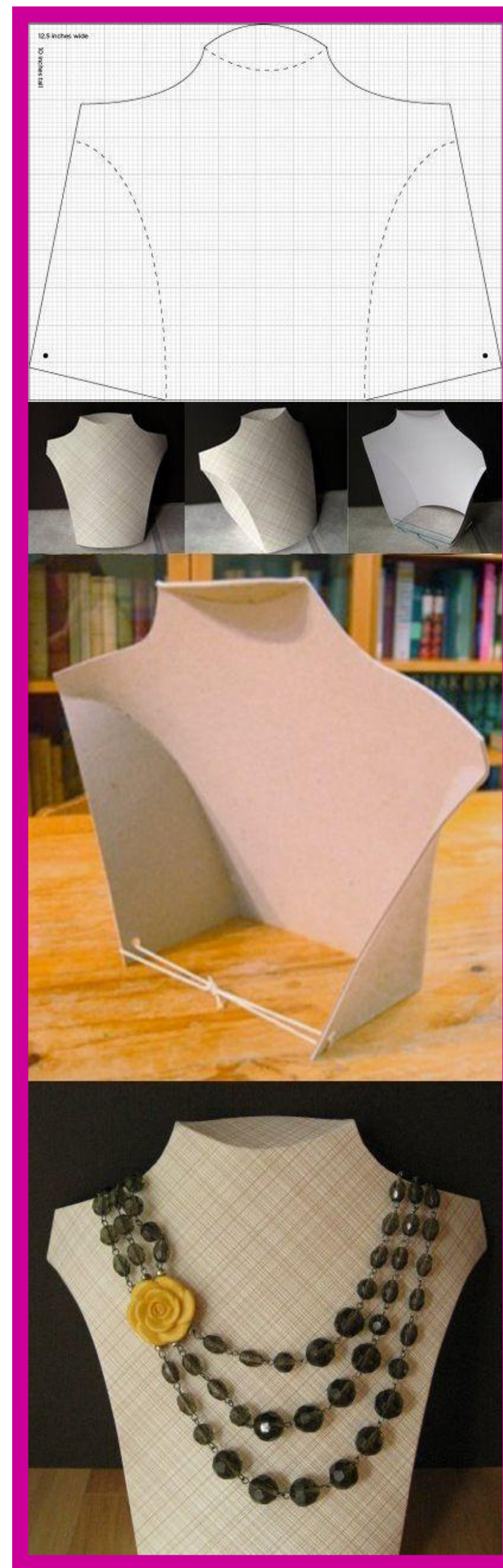
PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai







Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



*Confessions of a Plate Addict*

PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017

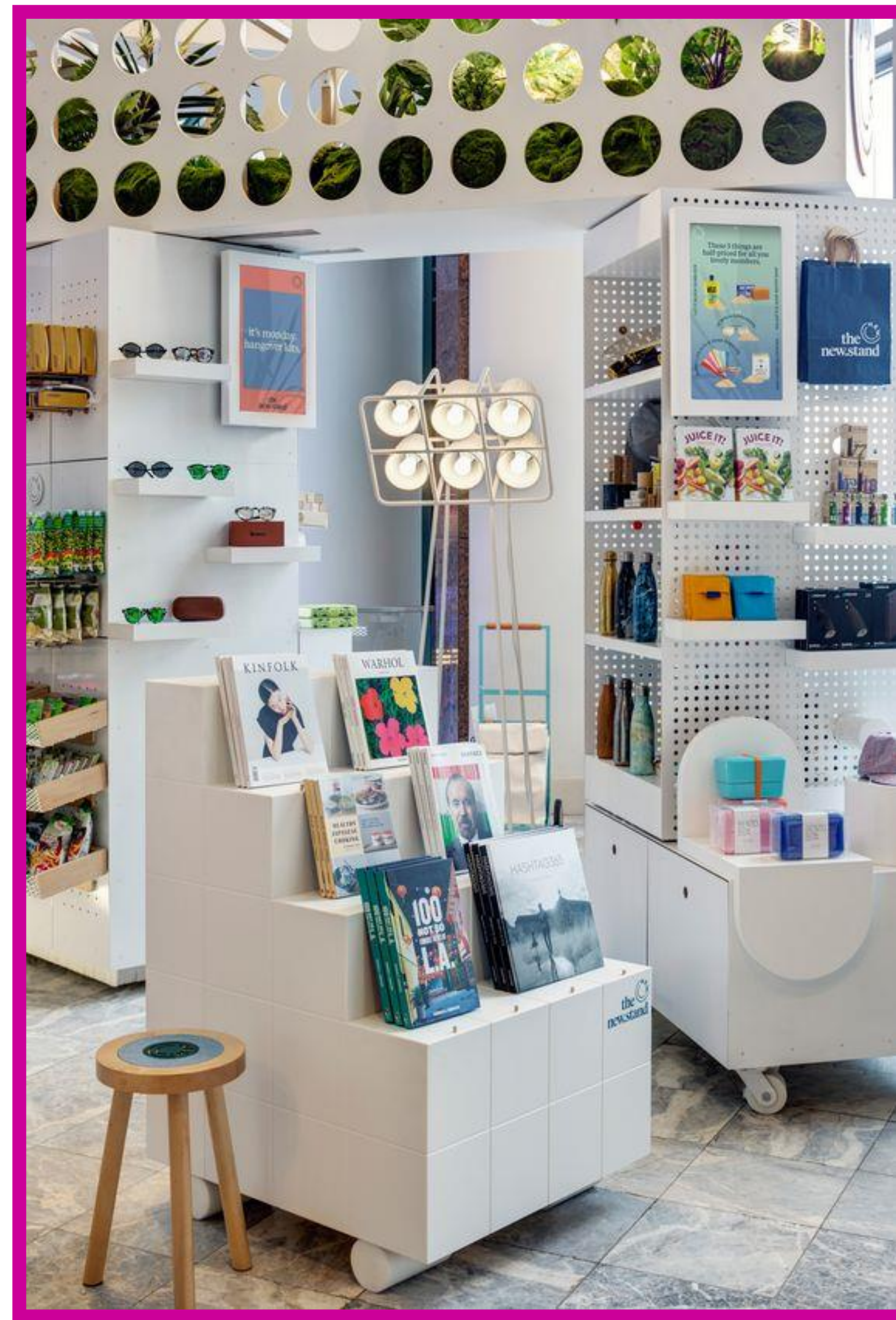
Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017







Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuzzi



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



Karina Parhuyai



## OTROS LUGARES DÓNDE PUEDEN ESTÁR SITUADAS LAS VITRINAS DE REGALOS O DE JOYAS

---

Generalmente, una vitrina de joyas, está situada en un espacio dentro de una tienda propia, o como parte de una tienda. También puede formar parte de un evento, como una feria o ser auspiciadora de un concurso o competencia.

Por ejemplo:

ROLEX es el reloj oficial de deportes como tennis, golf y deportes hípicos.

OMEGA auspicia campeonatos de ciclismo y fútbol, etc.



Karina Parhuyai

# POP UP STORE

---



PROMPERÚ - MAYO 2017

## POP UP STORE

---

Son tiendas efímeras con un tiempo determinado de vida, el término Pop Up nació hace casi una década para referirse a tiendas que nacían en lugares inesperados para ventas puntuales de días, horas, semanas e incluso meses.

Muchas marcas están usando este concepto de tienda para promocionarse en puntos de venta donde no están presentes y quieren generar sorpresa. A continuación veremos algunos ejemplos.



Karina Parhuyai



PROMPERÚ - MAYO 2017





Karina Parhuyai



## ¿ QUÉ TIPOS DE EXHIBICIÓN SON RECOMENDABLES PARA LLEVAR A UNA FERIA PARA LA RUTA EXPORTADORA?

1.- Deben cumplir los siguientes requerimientos:

- La exhibición debe ser creativa
- Fácil de transportar y armar
- Ordenada visualmente y “limpia”
- Que represente a la marca
- Que no sature el stand (De tal modo que el visitante pueda circular dentro de él)



## ¿ QUÉ DEBO LLEVAR A LA FERIA?

- Catálogos que representen la marca, incluso pueden tener colecciones pasadas, otras con las nuevas tendencias.
- Muestras físicas de productos que no se estén exhibiendo (Ya que es imposible tener todo en exhibición). Estos productos pueden estar exhibidos en maletas o dentro de los muebles en cajones para cargar stock.
- CD'S para regalar (Catálogos virtuales)
- Souvenirs originales como botellas de agua, bolsas de papel.
- Tarjetas personales, infaltable
- Libretas de notas para hacer un seguimiento post feria



## TIPS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

---

Una vez que el visitante este dentro del stand es nuestro momento de atraparlo, dejar una buena impresión solo se logra a la primera. Intentemos que no se nos pase ningún detalle.

Tener un poco de flores frescas, un refresco, un café, algo de caramelos, agua, sillas cómodas. Hará que el cliente se quede mas tiempo en nuestro stand y nuestra imagen perdurara mas tiempo en su memoria. Eso definitivamente es un punto conveniente.

Capturarlo mas rato lograra que podamos enseñarle mas cosas y que nos conozca mas profundamente así como nuestra institución.



# ¿ CUÁLES SON LOS 4 PASOS QUE DETERMINAN LA COMPRA ?



1. Parar



3. Informarse



2. Mirar



4. Comprar



Karina Parhavi

