

HO LA



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INSTITUTO VALENCIANO DE
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

CEEI VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

Las tiendas físicas en un mundo postCOVID19.

Cómo retribujar tu Marketing e Imagen de tus Puntos de Venta.



La agencia /

dos marcas, un solo proyecto.

hunun.[®]
retail loves us

2009

Estudio creativo especialista en proyectos de retail: **diseño conceptual**, desarrollo de proyectos de **interiorismo** comercial y **project management**.

La agencia /

dos marcas, un solo proyecto.

hUUUN.[®]
retail loves us

branding&retail.[®]

Experiencias de Compra Memorables

2009

Estudio creativo especialista en proyectos de retail: **diseño conceptual**, desarrollo de proyectos de **interiorismo** comercial y **project management**.

2014

Agencia de marketing retail especializada en desarrollo de **planes de estrategia** para el punto de venta: marca, Mk y comunicación, además de **diseño de experiencia de compra**.

Formación/

Dirección Postgrado Experto Retail, Universidad Europea de Valencia

Contacto Prensa Noticias Agenda Blog Alumni Español 961043883

Universidad Europea Conoce Universidad Europea Descubre Oferta Académica Vive Experiencia Universitaria SOLICITA INFORMACIÓN

Home > Universidad Europea de Valencia > Másteres y Postgrados > Empresa y tecnología > Postgrado de Experto en Retail y Gestión del Punto de Venta

Postgrado de Experto en Retail y Gestión del Punto de Venta

Abarca todos los procesos que intervienen en el desarrollo de un modelo de negocio Retail

Experimentarás, mediante un proceso práctico, desde la concepción estratégica del modelo hasta la gestión de la experiencia del consumidor

En el PDF encontrarás:

- Plan de estudios detallado
- Por qué esta titulación es perfecta para ti

DESCARGAR PDF INFORMATIVO

30% DESCUENTO EN RESERVA DE PLAZA PARA CURSO 20/21 ;SOLO HASTA EL 30 DE JUNIO!



Comienzo 23 OCT. 2020	Duración 12 MESES
--------------------------	----------------------

- Conocerás los cuatro pilares donde se basa la gestión de la diferenciación de un modelo de negocio
- Aprenderás a gestionar bien el impacto de la tecnología en los puntos de venta

Obtén un descuento del 30% sobre reserva de plaza si te matriculas antes del 30 de junio. Consulta las bases

Experiencia
/
retail

PORCELANOSA

MONT
BLANC

SWAROVSKI

Cottet


BURBERRY®
LONDON

Ⓢ SINGULARU

Freixenet

mustang®
SHOES & ACCESSORIES

∴
SOLANTU


JAGUAR

Prioni


El Corte Inglés


DOMTI

 MONTÓ
pinturas

FLAMINGUEO

Botticelli

Proyectos / retail



Las tiendas físicas en un mundo postCOVID19.

Cómo retrabajar tu Marketing e Imagen de tus Puntos de Venta.

Reflexión

/

“Nos encontramos en una situación económica y social de gran incertidumbre, muy volátil además de cambiante (mucho más incisiva en sectores como el comercio minorista, HORECA y el turístico) por lo que este documento y sus opiniones quizás dentro de unos meses pueda quedar en parte obsoleto.”

- 1) **Actualiza y readecua** tus tiendas a la nueva situación.
- 2) Piensa a largo plazo, **replantea tu modelo de tienda, tu marca**
- 3) ¿Es el momento de **digitalizar** tus puntos de venta?
- 4) Los cambios en la **Experiencia de Compra**.
- 5) Lo más importante, **planifícate**.

1) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación.

1) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación

Acciones /

CORTO PLAZO

- .COMUNICACIÓN
- .PROTECCION-SEGURIDAD
- .HIGIENE
- .CONTROL ACCESOS
- .CONTROL AFORO
- .AJUSTAR RECORRIDOS
- .GESTION ESPERA/COLAS

MEDIO-LARGO PLAZO

MATERIALES AntiBact
CAJA DE COBRO
DIGITALIZACION
NUEVOS LAYOUTS

Corto Plazo /

1) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación

SEGURIDAD



CONFORTABILIDAD



RAPIDEZ



1) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación

Corto Plazo / Seguridad

Buenas prácticas en los centros de trabajo

ACTUALIZACIÓN 11 DE ABRIL

Medidas para la prevención de contagios del COVID-19



<p>Ir a comprar 1 persona por familia. Evitar venir con niños, en familia o grupos.</p>	<p>Espaciar la compra a lo largo del día. Evitar venir a la hora de apertura de la tienda.</p>	<p>Preferentemente pagar con tarjeta.* Evitar el uso del dinero efectivo.</p> <p><small>*Y/o máquinas autocobras</small></p>	<p>Uso de guantes. Para manipular los productos perecederos.</p>
<p>Se controlará el aforo de las tiendas. Siendo responsabilidad del jefe de tienda o del agente de seg. privada.</p>	<p>Distancia mínima de 2 metros entre personas. Tanto en el interior del local como en la vía pública de acceso a la tienda.</p>	<p>Limpieza constante de la tienda. Incluidos carnos y cestas de la compra.</p>	<p>Reforzado y garantizado el suministro. Las tiendas permanecerán abastecidas de productos básicos y primera necesidad.</p>

<p>Instalar dispensadores de geles desinfectantes para el uso de los clientes y el personal de servicio.</p>	<p>Limpiar frecuentemente superficies, mostradores, pomos, mobiliario, maquinaria, lavabos, máquinas dispensadoras, teléfonos, datáfonos, etc con desinfectantes o lejía.</p>	<p>Lavar y desinfectar la vajilla a temperaturas superiores a 80°C.</p>	<p>Lavar manteles, servilletas y ropa de trabajo en lavadoras industriales a más de 60°C.</p>
<p>MEDIDAS DE PREVENCIÓN DEL CORONAVIRUS (COVID-19) EN CENTROS DE TRABAJO Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS <small>Consejos según información disponible a 06.03.2020</small></p>			
<p>Revisar y limpiar los filtros de aire acondicionado y rejillas.</p>	<p>Ventilar después de cada servicio y asegurar una renovación del aire suficiente.</p>	<p>Cocinar los alimentos por encima de los 70° y mantener la cadena de frío.</p>	<p>Mantener los alimentos protegidos en todo momento con film, tappers y etiquetas.</p>
<p>HOSTELERÍA DE ESPAÑA</p>			
<p>En los buffés, limitar la manipulación directa por parte de los clientes de alimentos y utensilios y cambiarlos frecuentemente o utilizar material desechable.</p>			

¿Cómo prevenir el coronavirus en tiendas?

¡TU MANO... TODO LO QUE QUIERAS!

<p>01 </p> <p>Haz todo lo posible para mantener la distancia preventiva</p>	<p>05 </p> <p>Mantén una adecuada ventilación</p>
<p>02 </p> <p>Desinfecta tu tienda a diario</p>	<p>06 </p> <p>Promueve el pago con tarjeta</p>
<p>03 </p> <p>Limita tu aforo</p>	<p>07 </p> <p>Restringe los objetos comunitarios al mínimo posible</p>
<p>04 </p> <p>Dispón material desinfectante para clientes y trabajadores</p>	<p>08 </p> <p>Una buena comunicación es la clave para luchar contra el coronavirus en las tiendas</p>

Nos debemos asesorar, en cada sector, de las medidas a adoptar para hacer los espacios mucho más seguros y confortables. Geles, guantes, mamparas, etc...

Corto Plazo / Comunicación

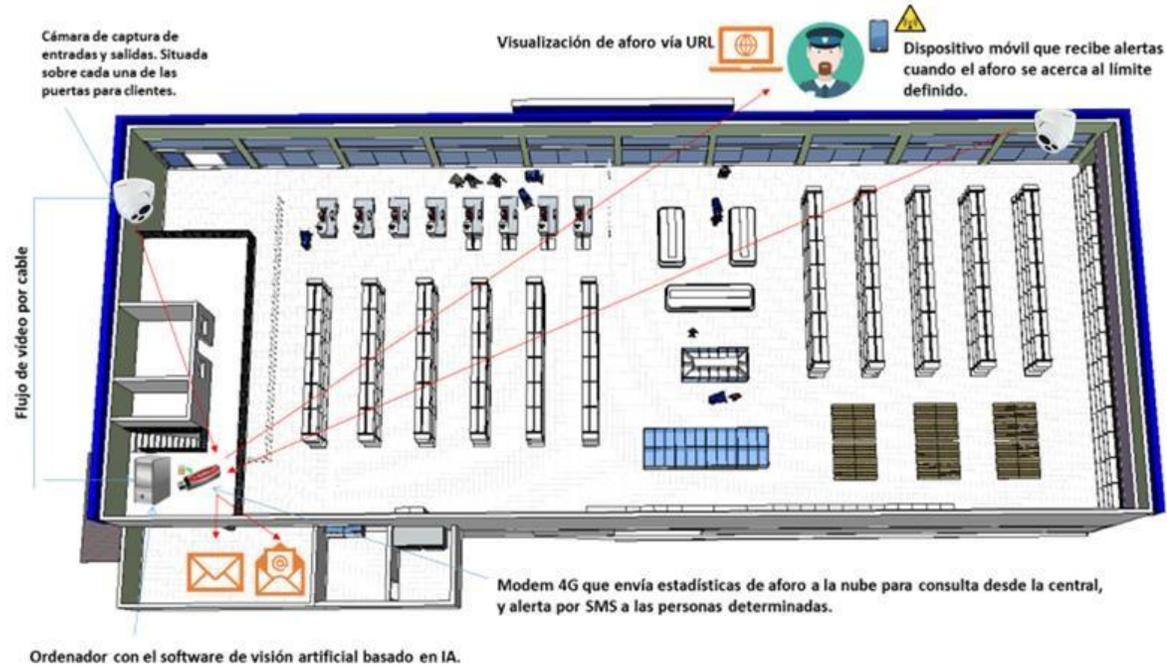
5) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación



Una buena comunicación fuera y dentro del punto de venta ayuda a tranquilizar a los que vienen a comprar.

5) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación

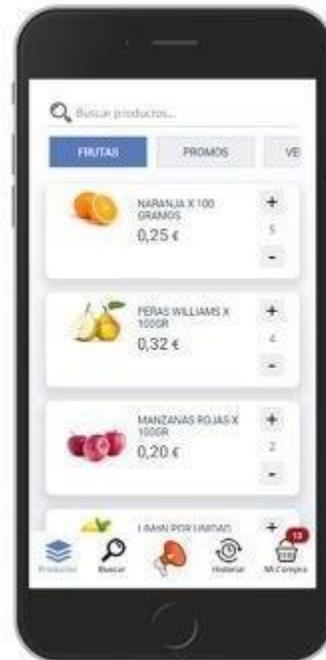
Corto Plazo/ Confortabilidad



Se deberá pensar en control de accesos, de aforo, recorridos temporales de flujo de clientes, tan solo para calmar a nuestros clientes más temerosos

Corto Plazo/ Rapidez

5) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación



TU TIENDA
Vuestros clientes acceden a tu tienda y hacen el pedido.

TU WHATSAPP

El pedido llega a tu WhatsApp

Hola LA VERDULERIA 🍌
Mi nombre es **Juana** y necesito estos productos: si me lo puedes enviar 📍 a Rioja 2345 te lo agradeceré.

Comentarios: Pueden venir entre las 14 y 16.
Pago en efectivo

1 / ZANAHORIA RALLADA CON HUEVO, LECHUGA Y CHERRY
1 / ENSALADA DE LECHUGA, CEBOLLA Y TOMATE
1 / NARANJA X 100 GRAMOS
2 / PERAS Williams X 100GR
3 / MANZANAS ROJAS X 100GR
1 / 1 KG DE PATATAS - 1 KG DE ZANAHORIA
1 / 500 GRS DE LECHUGA - 2 TOMATES
2 / ACELGA X PAQUETE
2 / BROCOLI POR UNIDAD
Cantidad de productos: 14
Importe total: 23,75 €

😊 Escribe un mensaje aquí 🗣️

Incorporar canales de conexión desde la tienda para que el cliente pregunte antes de ir o incluso se le pueda preparar el pedido.

1) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación

Medio-Largo Plazo/

+HIGIENIC



+SIMPL



+TECKY



5) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación

Medio-Largo Plazo/ + higiénica



Make Your Space™



Medio-Largo Plazo/ + simple

1) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación



Medio-Largo Plazo/ + tecky

1) Actualiza y readecua tus tiendas a la nueva situación



2) Piensa a largo plazo, replantea tu modelo de tienda, tu marca

¿QUÉ NO HA CAMBIADO?

¿QUÉ NO HA CAMBIADO?

Personas que venden
a Personas

MOTIVADORES DE COMPRA

MOTIVADORES DE COMPRA

Promesa de Marca

Punto de Venta

~~Precio~~

Marca /

hyyun.
retail loves us

2) Piensa a largo plazo, replantea tu modelo de tienda, tu marca



branding&retail®
Experiencias de Compra Memorables

Marca /

hyyun.
retail loves us

2) Piensa a largo plazo, replantea tu modelo de tienda, tu marca



branding&retail®
Experiencias de Compra Memorables

Marca /

PERSONALIDAD NEUTRA

2) Piensa a largo plazo, replantea tu modelo de tienda, tu marca

NO SEGMENTA
BAJO VALOR DIFERENCIAL



Marca /

2) Piensa a largo plazo, replantea tu modelo de tienda, tu marca

PERSONALIDAD NEUTRA



**NO SEGMENTA
BAJO VALOR DIFERENCIAL**

PERSONALIDAD DIFERENCIADA



**SEGMENTA
ALTO VALOR DIFERENCIAL**

Marca /

2) Piensa a largo plazo, replantea tu modelo de tienda, tu marca

PERSONALIDAD NEUTRA



PERSONALIDAD DIFERENCIADA



2) Piensa a largo plazo, replantea tu modelo de tienda, tu marca

3) ¿Es el momento de digitalizar tu punto de venta?

¿Qué está ocurriendo?

3) ¿Es el momento de digitalizar tus puntos de venta?



3) ¿Es el momento de digitalizar tus puntos de venta?

Lo que posiblemente puede ocurrir



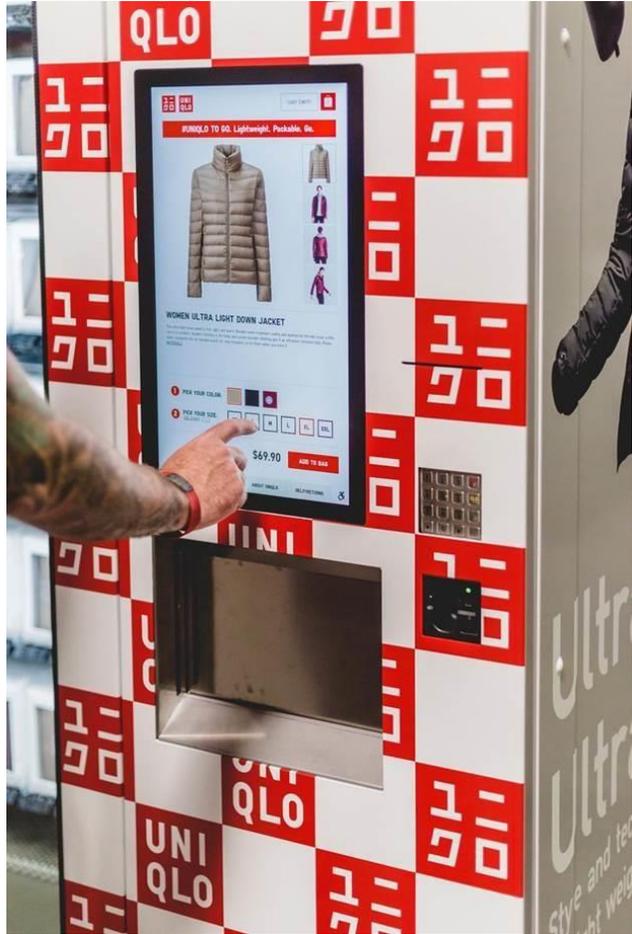
Millennials vs Centennials

Edad	
<p>25 - 40 Entre 25 y 40 años</p>	<p>< 24 Hasta 24 años</p>
Tecnología	
<ul style="list-style-type: none"> Los mayores nacieron sin internet. Utilizan mucho las nuevas tecnologías. Utilizan tres dispositivos a la vez. 	<ul style="list-style-type: none"> Nacidos con internet. Tienen una gran dependencia de la tecnología. Utilizan hasta cinco dispositivos a la vez.
Trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> Nacidos en una época de bonanza económica. Están sobreeducados. Cambian de trabajo cada tres años. 	<ul style="list-style-type: none"> Nacidos en una época de crisis económica. Autónomos y emprendedores. Crean su negocio.
Consumo	
<ul style="list-style-type: none"> Compran en línea. Odian la publicidad, pero adoran las marcas. 	<ul style="list-style-type: none"> Compran en tiendas físicas. Piden publicidad multiracial, inclusiva y sin estereotipos.
Sociedad	
<ul style="list-style-type: none"> Son más individualistas y menos solidarios. Les preocupa el medio ambiente, pero no se involucran. 	<ul style="list-style-type: none"> Educados en la igualdad y la diversidad racial y cultural. Exigen compromiso medioambiental a las marcas.

Retail&Go: ¿aceleración de lo digital?.

Algo de lo que puede ocurrir

3) ¿Es el momento de digitalizar tus puntos de venta?



unmanned stores



3) ¿Es el momento de digitalizar tus puntos de venta?

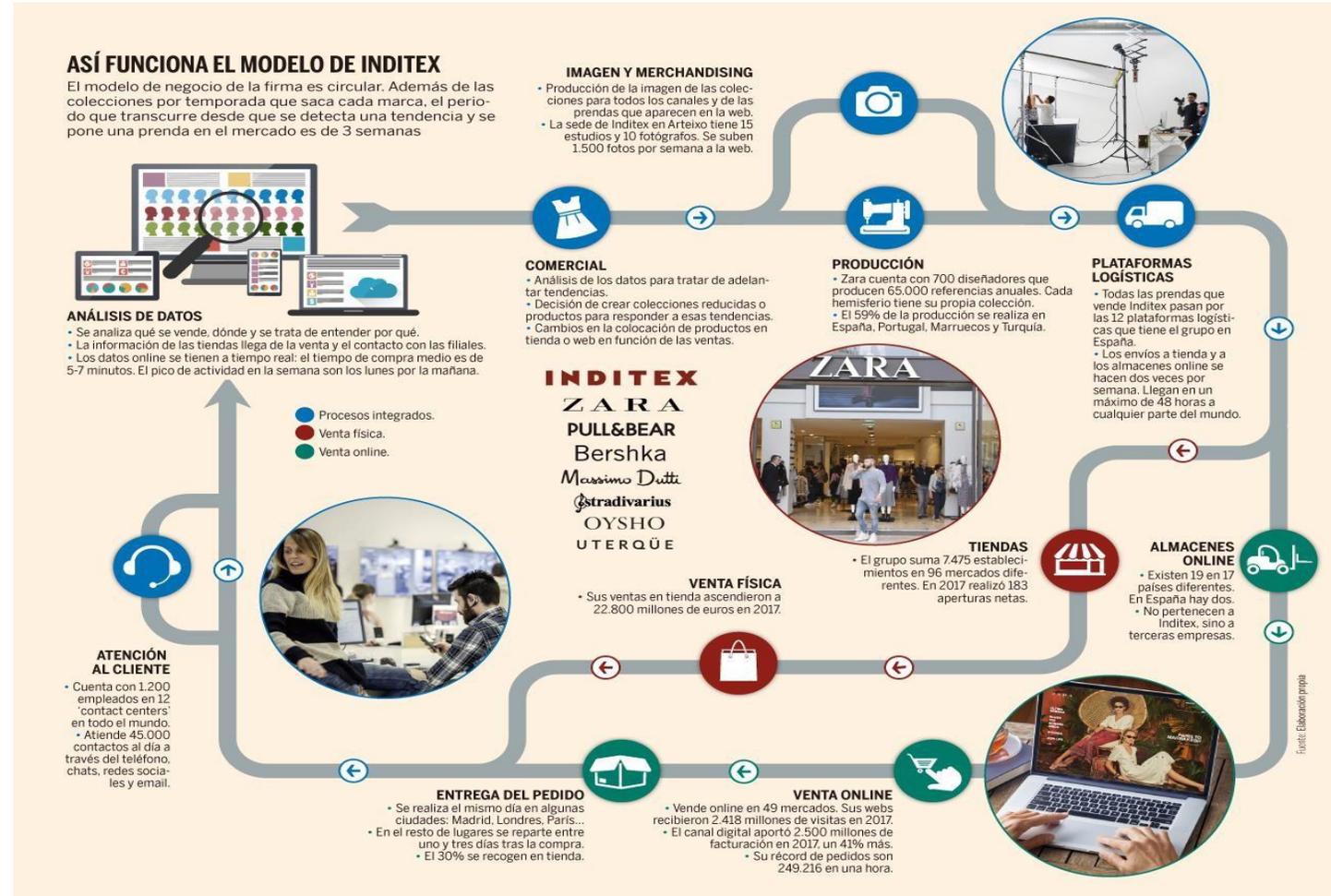
¿Qué debería hacer?

- 1) ¿Estoy preparado?.**
- 2) ¿Mis clientes lo están?**
- 3) ¿Qué pasos básicos me permiten ser más «digital»?**
 - Conectar por RRSS
 - Conectar en remoto con mis clientes
 - APPs

4) Los cambios en la **Experiencia de Compra.**

Ahora /

4) Los cambios en la Experiencia de Compra



Mejora y agiliza el proceso de venta, la mayoría de los clientes agradecerá comprar de forma más rápida en estos momentos.

Qué empiezan a hacer otros

hyyun.
retail loves us

4) Los cambios en la Experiencia de Compra

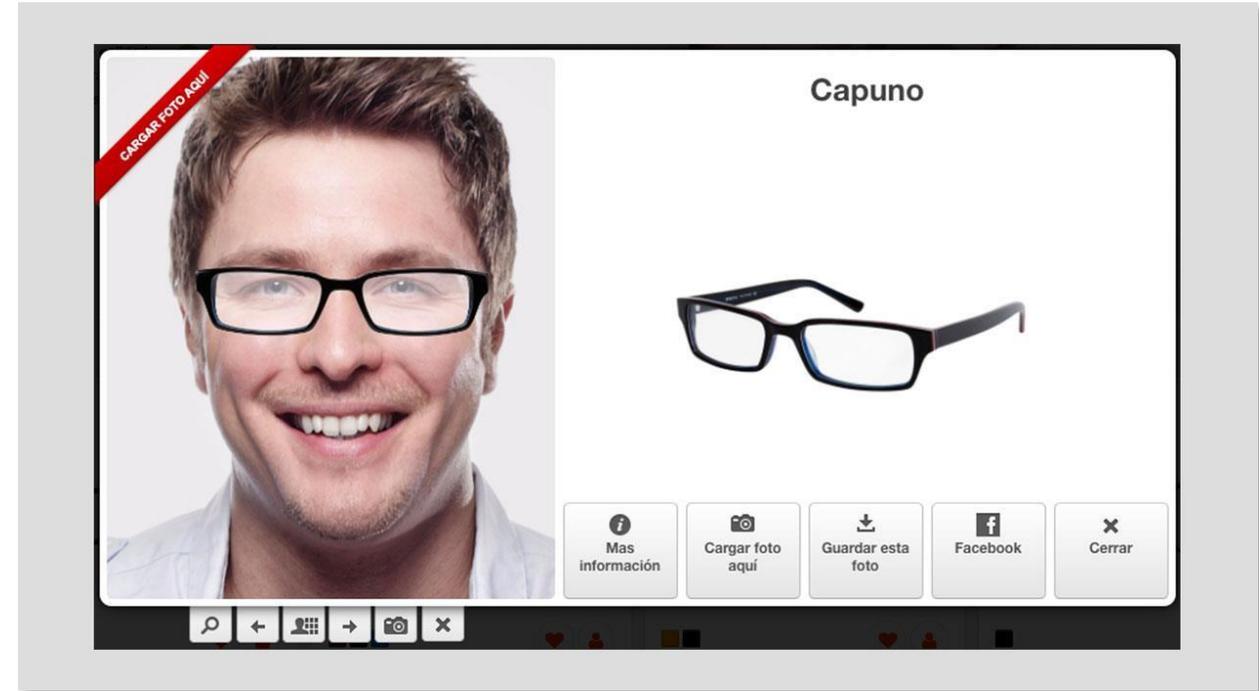
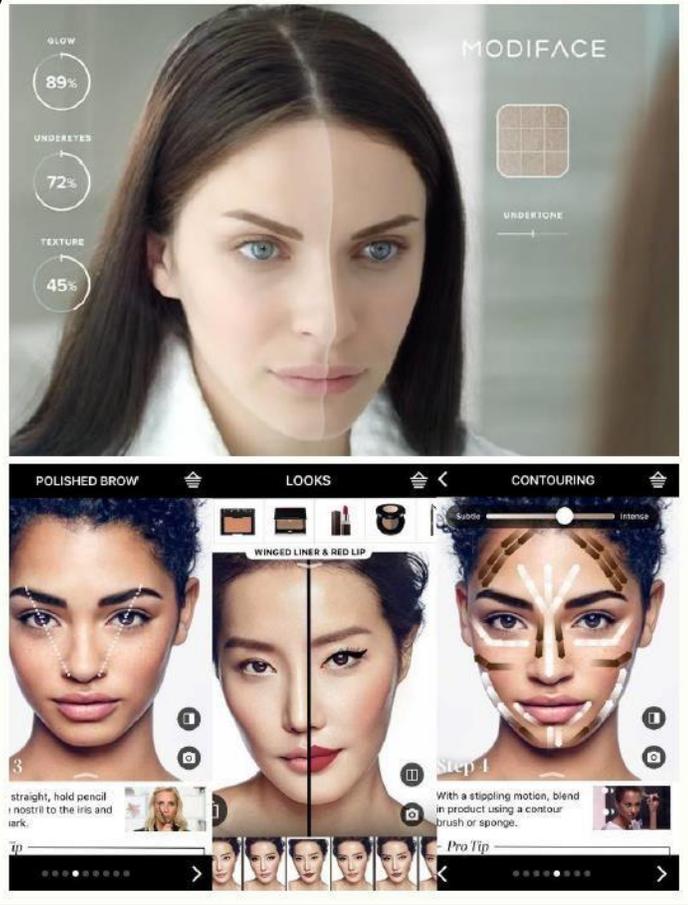
The screenshot shows the Colorker website's 3D rendering tool advertisement. The header includes the Colorker logo and navigation links for ZYX, Intranet, Descargas, Buscar, Idiomas, PRODUCTOS, NOSOTROS, BLOG, 3D, and CONTACTO. The main content features two 3D renderings of interior spaces. The left rendering is a living area with a ladder and a 'Diseña tu espacio' text overlay, with a '¡EMPEZAR!' button and a 'DESCUBRE MÁS' link. The right rendering is a modern bathroom with a 'Create your own renders with our 3D tool.' text overlay. Below the renderings is a large '3D' graphic and the text 'Crea tus ambientes con nuestra herramienta 3D.' The background features a 'SPARK VISION' logo and a 'ASÍ SOMOS' footer.

Reflexiona en lo que tu cliente piensa o necesita antes de ir a tu exposición, tienda o showroom. Apórtale valor

branding&retail®
Experiencias de Compra Memorables

Qué empiezan a hacer otros

4) Los cambios en la Experiencia de Compra



Anticípate a la decisión de compra de tus clientes antes de que vengan a tu tienda, te lo agradecerán.

Qué empiezan a hacer otros /

4) Los cambios en la Experiencia de Compra



Crea necesidades, podrás diferenciarte del resto.

Tendencias que vienen para quedarse, o no /

4) Los cambios en la Experiencia de Compra



TIENDAS «INSTAGRAMEABLES»
Pops 'n Bops, Valencia



LIFESTYLE STORE
Mahou San Miguel Madrid

Tendencias que vienen para quedarse, o no /

4) Los cambios en la Experiencia de Compra



SOCIALIZABLES
Poppyns Valencia



RESPONSABLES Y COMPROMETIDAS
Apple Store



DE ACCION LOCAL
Ametller Origen

Tendencias que vienen para quedarse, o no /

4) Los cambios en la Experiencia de Compra



+ CENTRICAS
IKEA MADRID



+ EXPERIENCIALES
NIKE Store NYC

5) Lo más importante, **planifícate.**

5) Lo más
importante
,
planifícate

*“Una mala idea con **trabajo constante** puede convertirse en **negocio**”*

6 pasos para planificar y
solo **3** para ejecutar

Planificar /

5)Lo más
importante
,
planifícate

- Definir Proyecto
- Listado de Tareas
- Necesidades y recursos
- Tiempos y Costes
- Diagrama
- Riesgos y Planes de Acción

Ejecutar /

5) Lo más
importante
,
planifícate

- Supervisión
- Control de Gastos
- Reprogramar

Video Baile Chico

hуuun.
retail loves us

branding&retail.
Experiências de Compra Memorables



FOLLOW

US

GRA CIAS.

hUUUN[®]
retail loves us

© HUUUN design consulting SLU | www.huuun.com | proyectos@huuun.com

© Branding&Retail | www.brandingandretail.com | experiencia@brandingandretail.com

c/Maestro <Clavé 2, 4º 46001 Valencia

branding&retail[®]
Experiencias de Compra Memorables