

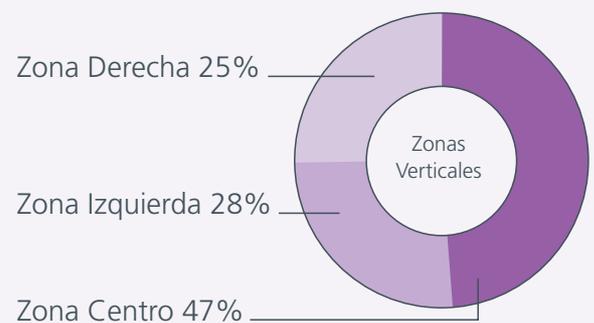
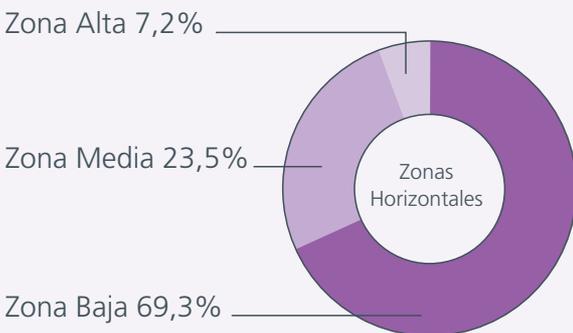
CONTEXTO SECTORIAL

En un entorno de grandes estímulos visuales, cada día es más difícil llamar la atención del consumidor de a pie sobre los comercios y sus productos para satisfacer sus necesidades de compra. El comercio necesita profundas reformas para garantizar su supervivencia, convirtiéndose en un modelo activo, creativo, profesional y técnico recuperando su atractivo lúdico.

Hasta hace unos años, el 80% de la técnica del escaparatismo se centraba en los comercios de moda y textil. En la actualidad, la importancia de la imagen comercial ha introducido el escaparatismo en los ámbitos más variados del comercio: desde perfumerías a ópticas o centros de telefonía móvil.

Los profesionales recomiendan renovar el escaparate cada 15-20 días. El momento del año de mayor demanda de estos servicios es el periodo navideño.

VALOR DE ATRACCIÓN DE LAS ZONAS DEL ESCAPARATE: ZONAS HORIZONTALES Y VERTICALES



DAFO

AMENAZAS

- Escaso conocimiento por parte de potenciales clientes de los servicios de la compañía
- Competencia con empresas de decoración
- Poco reconocimiento en España frente a otros países
- Las empresas que contratan diseño lo hacen en torno a la comunicación restando importancia a otros ámbitos

PUNTOS FUERTES

- Gran creatividad, originalidad e innovación del servicio
- Alto nivel de persuasión hacia el consumidor/cliente
- Amplia cartera de clientes y diferentes estrategias para cada uno de ellos
- Uno de los perfiles profesionales emergentes en el sector es el del *design manager*

OPORTUNIDADES

- Acceso a todo el sector servicios y comercial de una comunidad o región
- Combinación de ideas, fantasía, productos que impacten a clientes potenciales
- Especialización en ofrecer una buena imagen tanto de su empresa como la de sus clientes
- Dinamismo de las nuevas tecnologías y necesidades de los clientes, aplicación al diseño
- Generalización del diseño a cualquier ámbito/sector

PUNTOS DÉBILES

- Requiere amplios conocimientos de *merchandising* y capacidades operativas
- Máxima responsabilidad en cuanto a confianza del cliente
- Estar en la vanguardia de nuevas técnicas comerciales y no repetir viejas ideas

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Las empresas de escaparatismo suelen estar formadas por una o dos personas, y la forma jurídica más común es la de autónomo.

En esta época de recesión, emprender un proyecto con creatividad y un enfoque diferente facilitan a este sector ofrecer ideas nuevas a comercios para encontrar un rendimiento económico y más siendo el escaparatismo un negocio con nichos de mercado todavía no cubiertos por no haber una gran oferta por parte de especialistas en escaparatismo y *merchandising*, tomando éstas la figura legal de Sociedad Limitada.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

En la actualidad los servicios de escaparatismo, *visual merchandising* e interiorismo comercial son fundamentales para la competitividad de un comercio. Las grandes marcas y comercios más pequeños invierten más que nunca en este sector para salir reforzados del periodo de recesión económica, por lo que es un sector en crecimiento.

CLIENTES

La mayoría son PYME y comercios pequeños que solicitan el servicio para renovar su imagen. En la Comunidad Valenciana hay 92.170 comercios, de los que el 12,4% se dedica a la venta de textil y calzado (11.429 establecimientos).

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS

Diseño de escaparates
Proyectos de interiorismo comercial
Presentación de novedades, ofertas, ideas, etc. en el interior del establecimiento
Diseño y colocación de elementos de ambientación comercial: carteles, *displays*, fantasías, demos, fondos, señalizadores, captadores, módulos, etc.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Diseño gráfico: cartelería, etiquetas, vinilos, etc.
Stands para ferias
Diseño web
Estudios de satisfacción, clima laboral, etc.
Gestión web y redes sociales

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE ESCAPARATISMO Y VISUAL MERCHANDISING TIPO

CNAE 2009	9609
IAE	979.9
Condición jurídica	Autónomo / Sociedad Limitada
Localización	Áreas metropolitanas
Personal y estructura organizativa	Emprendedor <i>freelance</i>
Instalaciones	Local u oficina menor de 100 m ²
Clientes	Establecimientos comerciales de barrio y grandes superficies, PYME y grandes empresas
Herramientas promocionales	Catálogo de servicios, marketing online, usos de lemas ágiles, influenciar en el carácter emocional
Facturación	37.000 - 110.000 euros
Valor de lo inmovilizado/Inversión	7.000 - 35.000 euros
Importe gastos anuales	30.000 - 100.000 euros

RECOMENDACIONES

Los escaparates deben convencer en apenas unos pocos segundos al consumidor de que nuestros productos son los que él desea o necesita, por lo que hay que mostrar la mejor imagen y prestación del producto.

Valora junto a los clientes cuáles son sus productos más atractivos y cuáles son más fáciles de vender. Con ello, si el consumidor entra hay altas posibilidades de que compre en el establecimiento.

Al llegar con nuestros servicios a cualquier tipo de establecimiento comercial tenemos acceso a los gustos de los consumidores y a hacer un *merchandising* ajustado a cada uno de los perfiles.

Desarrolla estrategias enfocadas directamente al cliente y a las preferencias de sus consumidores y público en general. Generar lealtad comercio-cliente es básico para el crecimiento y futura expansión del establecimiento.

ENLACES DE INTERÉS

www.asemaic.com · www.cecoval.com · www.covaco.org · www.escaparatismo.es · www.andromedaescaparates.es · www.escapartismoprofesional.com