

# Mi Tienda Ideal !!

Proyecto de Publicidad

Alumna: **Ginger Sílupu Valdivia**

Ciclo: **V noche**

Profesora: Rosa Villafuerte

Tema: “Mi Tienda Ideal” con relación al Merchandising.

# Una tienda ideal, ¿podría ser una librería?

Generalmente cuando uno transita por las librerías, observamos casi la misma estructura, iluminación y los libros apretados en cada armario rectangular en donde se alberga aquellos “tesoros escondidos” llamados libros...Es que alguna vez nos preguntamos ¿Por qué es que llevan esa misma estructura? ¿quién la impuso? O ¿podría cambiar? Y para mi, esta última fue la principal interrogante...



# Lo tradicional en librerías



# La Librería Ideal

Es por eso que llegué a la conclusión , que para mí la librería ideal es la cual cautiva al observar desde los ángulos exteriores , el ingreso , la tienda y la salida ...Es un lugar especial , en donde uno no solo se acerca en busca un libro de interés , sino que el consumidor al llegar al lugar sienta que ese libro es un tesoro en un espacio ideal llamado librería.



# ¿ A quienes me dirijo?

Para dar pie a este proyecto, mi primer paso fue determinar a quienes me dirijo...Y mi tienda ideal alberga a personas de NSE A y B, estudiantes, profesionales, familias, niños y en general personas que les guste las novedades, amantes de la lectura, aficionados o conocedores de libros. También me dirijo a personas que recién han sentido la curiosidad de comprar algún libro o tal vez alguna persona que espera que le aconsejen leer un libro de acuerdo a su personalidad. Captar a niños y jóvenes que sientan que hay todos los libros, comic, revistas y más que uno pueda imaginarse o descubrir.

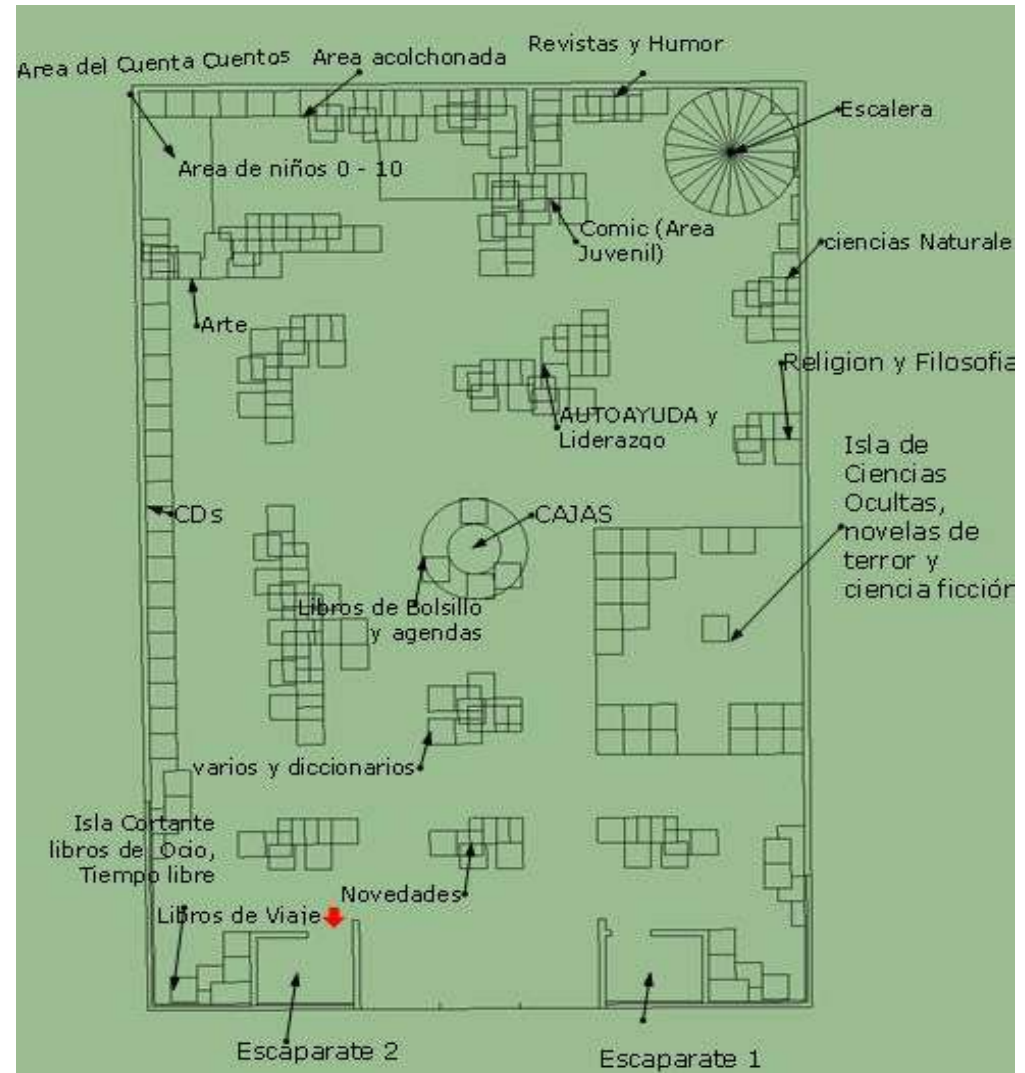


# Herramientas de la Tienda Ideal

Para empezar a crear el espacio , primero segmente el interior de la tienda categorizando los ambientes y los productos a mostrar.

Como segundo paso, elegí una temática que exprese “Los Tesoros Escondidos” (libros escondidos) para luego empezar con el diseño y las proyecciones subjetivas de la tienda.

Elegí estas herramientas para transformarlas y generar experiencias... con la finalidad de hacer que el entorno de la tienda envuelva a cada uno de los clientes, los invite a quedarse mucho tiempo y a descubrir cada uno de sus rincones. Y que por supuesto no se marchen sin adquirir “El Tesoro” que te recuerde a ese momento inolvidable en la tienda.



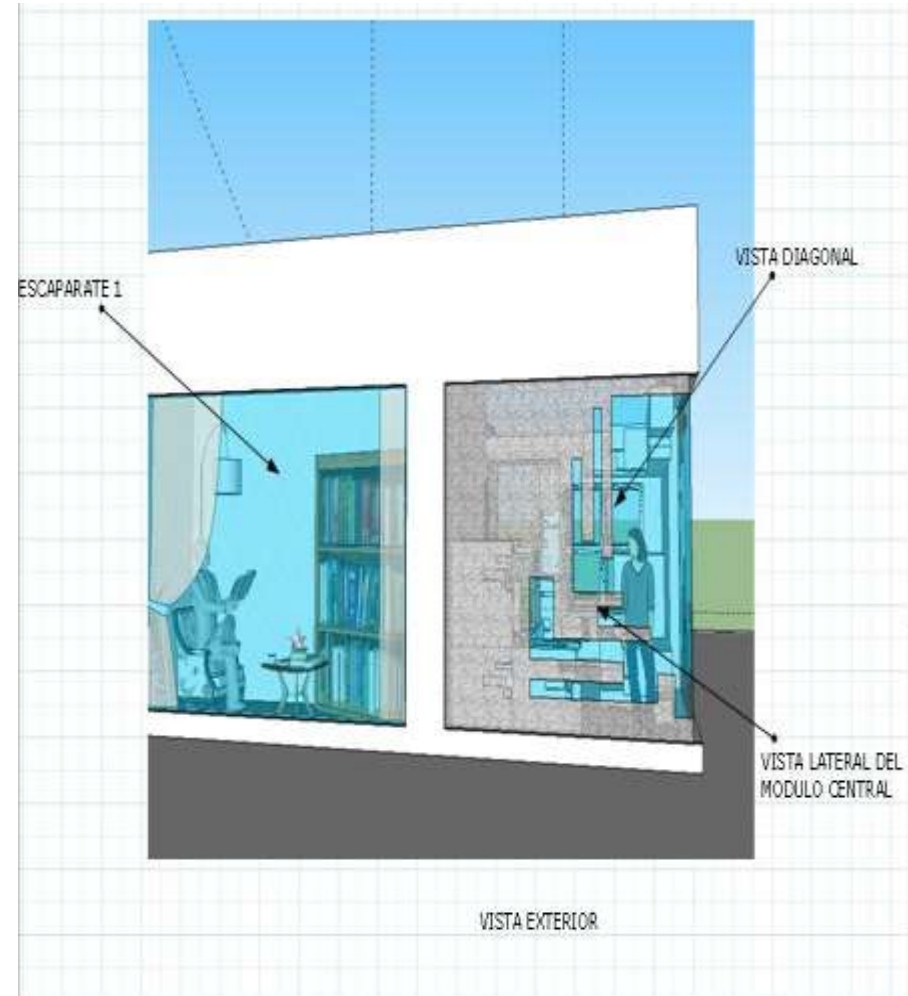
# Fachada de la Tienda

Tiene aproximadamente 3 metros de altura con vidrios que cubren toda la fachada de aproximadamente 12 metros (ancho), en el centro se encuentran 3 puertas (doble hoja 90 cm c/u)) de acceso y salida. En ambos lados se ubicaran 2 escaparates.

- **El primer escaparate**, se ubicara al lado derecho y tendrá como concepto de escenografía “Un pequeño espacio de alcoba”

Que es un ambiente acogedor, que emana tranquilidad y en el cual uno disfruta de la buena lectura.

- **El segundo escaparate**, es como si fuera la continuación del primero, pero que ahora la escenografía tendrá como concepto “Un buen libro, te transmite a otras dimensiones”



# ¿Por qué escaparates en una tienda?

---

Los conceptos de ambas escenografías que contienen a los escaparates, estarán centrados en transmitir que la persona (maniquí) que se encuentra en la alcoba disfruta tanto de el libro que lee que en el segundo escaparate es como si se hubiera transportado dentro del contexto del libro... y al disfrutar tanto de su lectura, su ambiente de alcoba ha cambiado a otras dimensiones y eso sucede cada vez que disfruta de un nuevo libro

Tome la decisión de poner escaparates en mi librería ideal ya que es una manera de mostrar el producto, vender el concepto y a la vez generar impacto en las personas que transitan por los alrededores de mi tienda.



# Vista diagonal y estructura interna

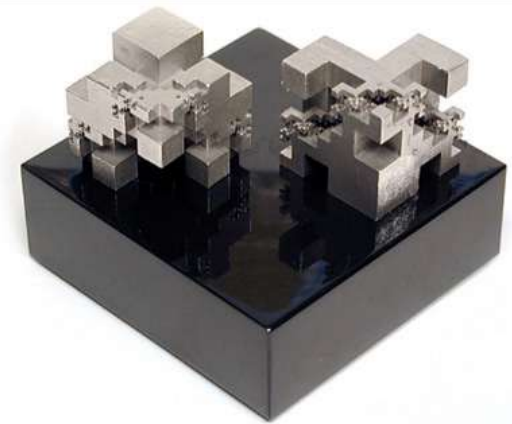
Ambos lados laterales contendrán vista en diagonal mostrados con vidrios transparentes que bordean la tienda, con espacios de 1.5 metros a cada ángulo y que estos muestren desde las esquinas parte del interior de la tienda. Al aprovechar esta vista diagonal, adentro se ubicará la estructura interna de la tienda que estará compuesta por cubos unidos unos contra otros (de 60 x 60 cm) carcomidos que a la vez sirvan de muebles para poner los libros y que estos generen un recorrido visual de incertidumbre (en cada categoría de la tienda) con espacios iluminados desde el piso y ángulos especiales que generen profundidad ...pero que a pesar de eso no se llegue a ver el fondo puesto que se pondrán islas cortantes de recorrido visual; para que aún se siga viendo a lo lejos esa iluminación llamativa (que es donde se encuentra una de las 4 islas principales de la tienda) esto se hará con el fin de generar mayor incertidumbre del consumidor gracias a la estructura innovadora



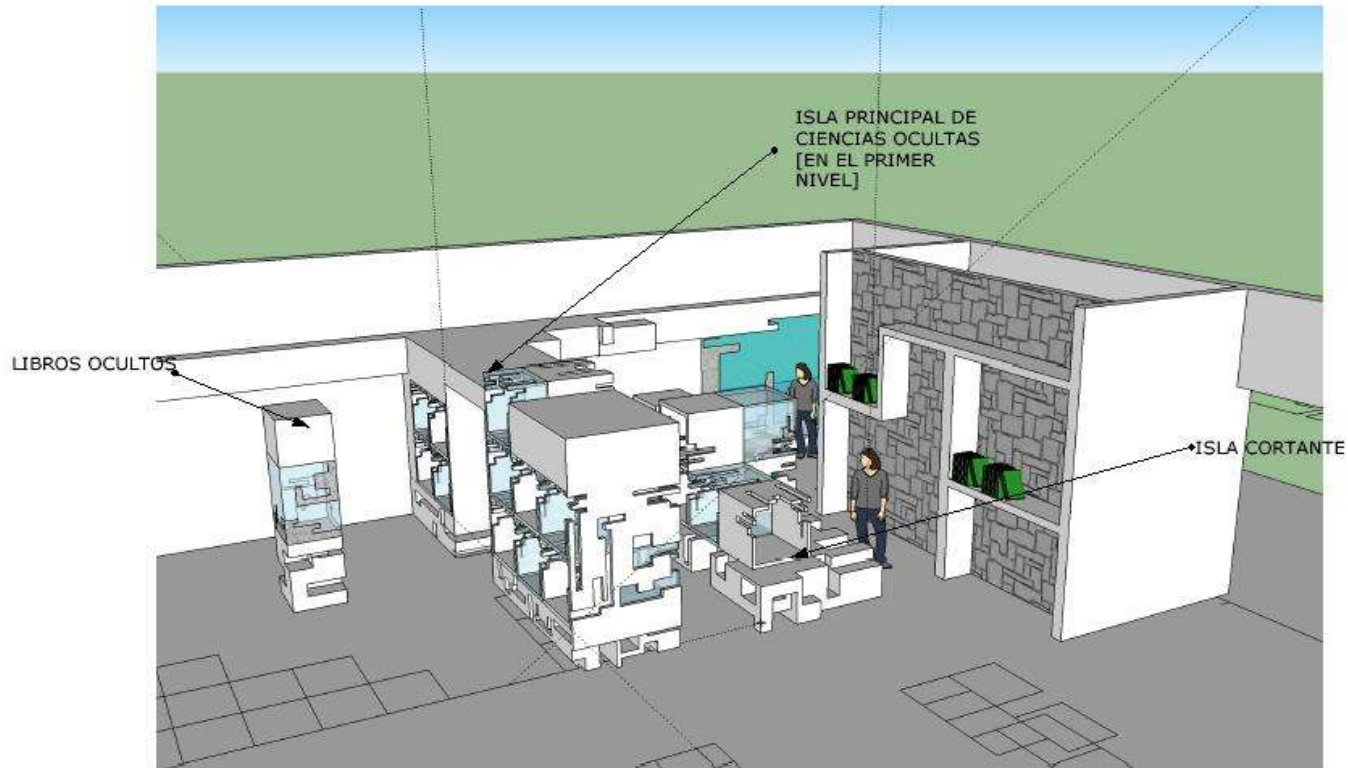
# El comienzo del recorrido

Al atravesar la fachada (por el lado derecho) es donde se ha designado “el comienzo del recorrido”. Encontraremos la primera isla cortante (que se observa desde la diagonal externa) para luego pasar a la categoría de la isla: Ciencias ocultas, Novelas de terror y Ciencia Ficción

La estructura de esta isla es como si fuera un cubo con 1.80 metros (altura) con 4 entradas (desde afuera se reflejan pequeñas luces que salen de esta isla), formada por la unión de cubos unidos unos contra otros carcomidos de ciertos ángulos, que desde adentro reflejan vagas iluminaciones de colores misteriosos que a la vez son llamativos para la vista del consumidor (sin saturar). Al ingresar por cualquiera de los accesos vamos a encontrar (al centro) cubos alzados que resalten el “tesoro (libro) oculto” de la isla...netamente son las novedades de cada categoría. Los consumidores observarán los libros por dentro y fuera de la isla, ya que la estructura de los cubos esta desarrollada para la vista de ambos lados. Estas características se observaran en cada una de las islas, pero la iluminación y efectos son los que harán diferencia en cada categoría.



# Estructura interior



Al empezar este recorrido el consumidor percibe que está ingresando en las habitaciones de una casa que contiene cientos de ideas , miles de tesoros (libros) y mucha estructura cuidadosamente categorizada que te dan la información que necesitas para poder ubicar tu tesoro. Es como si estuvieras en un lugar donde buscas y recoges lo que te ha interesado, luego sales por el otro acceso, ese mismo día, y lo disfrutas en tu casa.

# Acceso al segundo nivel

Pasamos por una escalera de planta curva con barandilla en vinilo blanco y acero cromado, rodeado por un muro tapizado (de colores bases al logo de la tienda) generando recordación de marca.

**Al llegar al segundo nivel**, el cliente observará que este espacio es más íntimo, con menos iluminación y con logos proyectados (según la categoría), aquí se utilizará dicroicos empotrados desde el piso para evitar la luz blanca que da la sensación de saturar la vista. En la estructura interior se continúa utilizando los cubos unidos carcomidos de 60 x 60 cm, pero ahora la estructura da la impresión que el cubo que alberga los tesoros del primer nivel ha sido lanzado en línea directa y que por la presión ha explotado dando origen a estos cubitos disgregados en variedad de tamaños (observados al ingresar). Al recorrer este segundo nivel se muestran la categoría de libros más íntimos, como son: biografía y autobiografías, literatura erótica, cuentos de adultos entre otros...que atraen al visitante al pasar de un mostrador a otro invitándolos a buscar los Tesoros.



# Categoría Infantil

Para continuar generando experiencia en los consumidores decidí hacer una categoría especial para los niños de 0 a 10 años, colocando huellitas coloridas (stickers para piso) desde afuera de la tienda hacia la categoría infantil con el fin de generar recorrido visual y que ellos obliguen a sus padres a hacerlos ingresar a la tienda

Cuando ellos ingresen verán la estructura colorida de los cubitos apiñados, carcomidos, mordidos unos contra otros de colores de la marca (muy llamativos) y al alcance de ellos. Se aprovechara la estructura de estos cubitos para que en los lados se ubiquen los cuentos, libros para pintar, y demás libros para niños, los cuales estarán segmentados y ubicados por la diferencia de edades y se continuara jugando con la temática de encontrar los “tesoros escondidos”.

Con el fin de que los niños interactúen, busquen, salten y se diviertan al ubicar sus “tesoros” (libros); se ha diseñado un piso acolchonado desde la base de color amarillo (de 5 x 5 metros); Cabe recalcar que esta zona es para evitar que cuando ellos al subir tal vez se caigan, no sientan dolor alguno ya que la altura para la ubicación de libros en esta zona es baja (nivel manos) y funciona como herramienta de contingencia a algún suceso de caídas...Ya que lo que se quiere es que ellos interactúen y disfruten de esta experiencia en la librería.



# Aprovechando cada metro 2

---

Los libros, revistas, comic y demás productos tuvieron ubicación estratégica aprovechando al máximo cada metro cuadrado, para evitar las zonas frías y así generar mayor recorrido de clientes utilizando los rincones y piso como centro de partida de iluminaciones del establecimiento con la finalidad que el usuario perciba que en esta tienda hay ambientes agradables y misteriosos.

**En los pasillos**, se dio mayor énfasis en la categoría de CD ya que es uno de los pasillos más largos aparte del segundo nivel; toda la tienda se diseñó evitando los cuellos de botellas con el fin de no tener aglomeración de clientes y es así como los pasillos principales (caja y de acceso a la tienda) están libres a pasillos transversales y así se pueden visitar las diferentes categorías.

**La música en el establecimiento** es lenta, se escucha música de los años 80 ya sea reggae y variados, se evita la música movida puesto que se quiere que haya más tránsito en la tienda para generar mayor experiencia de compra.

**La señalética** del lugar se ubica en los muros principales para mostrar las puertas de acceso, salida, extintores, muros de seguridad etc. Y los carteles informáticos de cada categoría estarán ubicados en el suelo con flechas que vayan directamente a las categorías en busca del tesoro.