

## Claves para una gestión acertada del interiorismo en un establecimiento sanitario de óptica

Este mes de septiembre puede ser un buen momento para dar un nuevo aire a la decoración, el escaparate y el mobiliario de la óptica, pero siempre bajo unos criterios adecuados. Hasta ahora, en el diseño de ópticas se priorizaba una clara visibilidad del producto expuesto, iluminándolo de forma muy intensa y específica, lo que ha llevado a crear ambientes muy luminosos pero, en ocasiones, algo fríos e impersonales. Por este motivo, en este tipo de locales la combinación con algún otro tipo de material cálido (como la madera o sus imitaciones varias) resulta esencial...

Renovarse o morir. Este axioma resulta válido para cualquier ámbito de la vida, pero también para cualquier negocio, incluido el de las ópticas, ya que una imagen renovada y acorde a los nuevos tiempos se convierte en la mejor carta de presentación para el cliente. Y la vuelta del verano puede ser un momento perfecto para lanzarse a la aventura de cambiar de aires, pues septiembre es, en muchas ocasiones, el inicio de una nueva temporada que invita a comenzar con fuerzas renovadas. Tanto el escaparate de una óptica como su decoración interior se convierten en un reflejo de aquello que se quiere transmitir al paciente, de ahí que la elección de los muebles, de los colores y de la disposición de los elementos se convierta en

una decisión determinante. Por eso, si no hay tiempo o dinero para confiar esta responsabilidad en profesionales de interiorismo o de decoración de escaparates, al menos es importante tener en cuenta algunas cuestiones.

La decoración de interiores de cualquier negocio es una herramienta para la atracción de clientes, la generación de diferenciación frente a competidores y la unificación de la experiencia de usuario en entornos digitales y físicos. Por eso, más allá de una mera composición estética, el interiorismo y la decoración de una óptica deben potenciar la funcionalidad del espacio, facilitar el tránsito y la atención de personas en áreas diferenciadas y presentar el producto de forma atractiva.



### EL ESCAPARATE, EL RECLAMO ESENCIAL

Y si el interiorismo en la óptica se convierte en un ingrediente clave a la hora de atraer y fidelizar a un usuario, conseguir un escaparate atractivo y diferente se alza, sin duda, en la llave maestra que atraerá a un mayor número de pacientes/clientes. En estos casos, existen profesionales especializados en crear escaparates corporativos que logran transmitir una personalidad propia, lo que suele resultar muy llamativo desde la calle, pero si no existen la posibilidad de confiar en alguien especializado en este material, al menos sí hay que tener en cuenta algunos consejos básicos:

- El escaparate debe tener una apariencia limpia y no recargada.

- Las diferentes monturas y los productos deben ser los principales protagonistas del espacio, sin una excesiva decoración que distraigan la mirada del posible cliente.
- Es importante añadir algún detalle llamativo u original que atraiga la atención del paciente/cliente, pero sin que resulte demasiado agresivo.
- Es aconsejable incluir algunos precios o promociones atractivas que puedan invitar al usuario a preguntar.
- Nunca debe faltar la información práctica, como el horario, el teléfono de contacto o la dirección de las redes sociales si es que se tuvieran, pues puede servir de reclamo para futuras visitas.



## Renovación

Hasta hace pocos años las ópticas a menudo adquirirían más el aspecto de una clínica que el de un local a pie de calle, pues se trata de un espacio en el que no solo se cuenta con un lugar de exposición para probarse unas nuevas gafas o lentes de contacto sino que, además, los ópticos-optometristas examinan la visión de sus pacientes y usuarios, lo que incorpora un componente relacionado con la atención primaria en salud visual y, por lo tanto, menos lúdico. Por ello el color blanco, entendido como un tono aséptico e higiénico por antonomasia, ha reinado sin duda en este tipo de locales.

Hasta ahora, en el diseño de ópticas se priorizaba una clara visibilidad del producto expuesto, iluminándolo de forma muy intensa, lo que ha llevado a crear ambientes muy luminosos, pero en ocasiones algo fríos e impersonales. Por este motivo, en este tipo de locales la combinación con algún otro tipo de material más cálido, como la madera, resulta esencial... Este tipo de diseños puros y algo más minimalistas suelen caracterizarse también por mantener una cierta relación paciente-profesional algo distante y formal a la hora de distribuir los diferentes puntos de atención al cliente.

Aunque este enfoque de diseño ha funcionado bien durante años, las nuevas ópticas se alejan parcialmente de esta concepción para dar paso a diseños más cálidos y cercanos con el usuario a través de una disposición diferente de mostradores y exposidores, y del modo en que estos intervienen en la relación dependiente-cliente. Ahora la cercanía con el usuario se pone por delante como factor prioritario sin descuidar una buena exposición del producto. Siguiendo esta estrategia, se crean puestos de

atención con asientos tanto para el paciente como para el profesional, de modo algo más informal y menos rígido.

## Rol sanitario

A la hora de acometer el diseño de un establecimiento sanitario de óptica o de renovar la que ya tenemos en marcha, es importante tener en cuenta que se trata de un espacio sanitario y, como tal, hay que conseguir transmitir o comunicar ciertos atributos inherentes al sector. Hablamos de espacios técnicos, de atención personalizada y cualificada. Espacios en los que hay que conjugar, con el debido equilibrio, el protagonismo sanitario y comercial de un producto con la discreta atención personal a un usuario. Aspectos estos difíciles de acoger conjuntamente bajo un mismo techo. En este sentido, cobra especial importancia una correcta selección de materiales y acabados y sobre todo una cuidada iluminación, capaz de resolver las necesidades de un espacio comercial con todo lo que ello conlleva mientras se mantiene, de forma simultánea, un espacio lumínico más técnico e incluso, salvando las distancias, hasta hogareño.

## Espacios y exposición

Una de las primeras decisiones que resulta importante tomar a la hora de decorar una óptica es la de definir correctamente y de forma armoniosa los espacios de los que disponemos. En este caso, hay que saber responder cuántas áreas de trabajo necesitamos, si queremos que haya muchas, pero más pequeñas o si, por el contrario, preferimos optar por espacios más amplios, pero en menor cantidad. ↴

TANTO EL ESCAPARATE DE UNA ÓPTICA, SU MOBILIARIO Y SU DECORACIÓN INTERIOR SE CONVIERTEN EN UN REFLEJO DE AQUELLO QUE SE QUIERE TRANSMITIR AL PACIENTE



↳ Otra buena alternativa es que los espacios de trabajo en optometría y óptica oftálmica puedan situarse en la parte posterior del local, en ubicaciones menos visibles y, por lo tanto, más íntimas tanto para los profesionales como para los pacientes. De esta manera, las pruebas visuales resultan más protegidas y discretas, y no dificultan la circulación de potenciales clientes por la óptica.

Tras esta primera decisión, será más fácil elegir dónde estará la principal exposición de productos. Lo ideal es que la exposición de producto se sitúe cercana a la entrada principal. De esta forma, con un golpe de vista, el público se enfrenta a la selección que hemos hecho de gafas de graduado y gafas de sol que tenemos a disposición. Además, la colocación de ese material también debe ser estratégica, ya que colocar algunos modelos muy atractivos en la parte más visible puede servirnos de polo de atracción para fijar la mirada de los usuarios y así invitar a los pacientes/clientes a entrar con mayor confianza en nuestra óptica.

Resulta importante exponer el producto volviéndolo protagonista y dándole valor. Para eso, cada una de las monturas que se muestran deben tener espacio a su alrededor, sin estar muy juntas ni dando la sensación de apiladas. Esto ayudará a que cada modelo pueda diferenciarse del resto y dejarse ver con comodidad, sin estar agolpadas entre sí. Exponer los productos sin espacio, muy juntos, genera ruido visual y dificulta el poder percibirlos de forma individual e independiente.

Y si hay espacio, resulta imprescindible que también se reserve un lugar cómodo y bien iluminado para que los pacientes puedan esperar mientras les toca su turno o, también, para que puedan tomar asiento mientras haces una recomendación detallada de productos o servicios. Busca una zona con cierta intimidad, que permita hablar cómodamente sin elevar la voz.

### Colores y mobiliario

A la hora de decorar un nuevo local o de renovar el actual, resulta esencial elegir bien los colores que

predominarán en el espacio. En este sentido es importante escoger una gama cromática en consonancia con la identidad corporativa y que contemplen tonos base calmados y neutros. En algunas ocasiones, es importante optar por colores más vivos y llamativos, aunque los expertos suelen recomendar reservar estos tonos para espacios concretos, creando de este modo una base amplia visual de colores suaves. Los tonos calmados y agradables aumentan las posibilidades de que el usuario pase más tiempo en el interior del local.

Entre los tips sobre cómo decorar una óptica para atraer clientes es fundamental recordar que un uso excesivo de colores estridentes o intensos genera agotamiento, mientras que los colores neutros, por lo general, deben ser los protagonistas de la mayoría de las superficies de la óptica.

Además, pequeños detalles decorativos como un tratamiento más hogareño de los espejos y una iluminación puntual (elementos tan necesarios dentro del diseño de ópticas) flexibilizan el ambiente con un aire más informal y personal para hacer que el cliente se sienta como en casa.

En cuanto al mobiliario principal, los expertos aconsejan escoger mobiliario atractivo pero, sobre todo, práctico y funcional, es decir, con capacidad de almacenamiento y que a la vez sirva para mostrar producto. Muchas referencias de lentes o gafas se encontrarán ocultas en el interior de los cajones, por lo que es importante asegurarse de que los cajones permitan almacenar de forma ordenada e intencional los productos para que, al abrirlos, cada uno de los elementos se muestre con distinción y limpieza.

Un buen consejo puede ser aprovechar los espacios verticales para exponer productos, pero sin saturar, ya que una exposición saturada rebaja la percepción de valor del producto. Además, incorporar espejos en puntos clave también puede convertirse en un truco de gran ayuda. Incluirlos en varias ubicaciones del local para que puedan convivir varios clientes probando productos a la vez es todo un acierto. 