

Gestión del escaparate en el establecimiento sanitario de óptica: una herramienta de captación muy poderosa

Ya sea grande o pequeño, el escaparate es la ventana más eficaz que tiene una óptica para atraer al usuario final y acercarse a él. Hacer una buena gestión de ellos, como medios dinámicos de comunicación visual, resulta imprescindible.

Los escaparates son una ventana hacia el mundo y la óptica no es menos, ya que se trata de una oportunidad única para captar la atención de los transeúntes y convertirlos en pacientes potenciales. En el caso de las ópticas, los escaparates originales desempeñan un papel crucial para destacar entre la competencia y transmitir la esencia de la marca. Y no solo eso, ya que tener la capacidad de crear escaparates que sean visualmente atractivos y que reflejen la calidad y diversidad de los productos ópticos también puede marcar la diferencia en la atracción y fidelización de pacientes y usuarios, sobre todo si se comparan con los de la competencia más próxima.

El objetivo final de un escaparate es el de llamar la atención, despertar la curiosidad y generar interés en los productos y servicios ofrecidos por la óptica. Desde la elección de los elementos de exhibición hasta la implementación de temáticas atractivas, es im-

portante crear escaparates que impacten y conecten con el público objetivo.

Tipos de escaparates

1. Cerrados: Los escaparates cerrados ofrecen un enfoque más tradicional, creando una separación física entre los productos y los transeúntes. Estos escaparates generalmente cuentan con una vitrina de cristal transparente que permite exponer las gafas y otros productos de manera segura. Es posible utilizar iluminación estratégica para resaltar las características de los productos y crear un ambiente sofisticado y elegante.

2. Semicerrados: Los escaparates semicerrados son una opción interesante que combina elementos de privacidad con la capacidad de exhibir productos de forma accesible. Es posible utilizar paneles transparentes o semitransparentes en



CONSEJOS PRÁCTICOS EN LA GESTIÓN DEL ESCAPARATISMO

- **Mantener la coherencia de la marca:** Es importante asegurarse de que el diseño de los escaparates y el mobiliario estén alineados con la identidad visual de la óptica. Para esto resulta imprescindible utilizar colores, fuentes y elementos que reflejen la imagen de la marca y transmitan una experiencia única.
- **Considerar la ergonomía:** Hay que asegurarse de que el mobiliario utilizado en los escaparates sea funcional y cómodo para los clientes. Además, es importante tener en cuenta que se pueda interactuar con esta parte de la óptica y que sea viable explorar los productos de manera fácil y sin obstáculos.
- **Utilizar iluminación adecuada:** La iluminación correcta es esencial para resaltar los productos y crear una atmósfera atractiva en los escape-

rates. Utilizar una combinación de iluminación ambiental y focalizada para destacar características específicas y crear un ambiente acogedor es una buena estrategia para atraer la atención y se eficaces en el mensaje que se quiere dar.

- **Renovación regular:** Para que un escaparate logre el objetivo de ser atractivo y llamativo para el usuario final resulta imprescindible mantener actualizado tanto con el mobiliario como con el estilo.
- **Cambiar los productos con frecuencia.** Estos son un aspecto clave para mantener al día la comunicación promocional acorde a las novedades de cada temporada. Por ejemplo, se pueden potenciar los días de interés comercial o promocional preparando escaparates específicos para Halloween, Navidad, Rebajas o de vuelta al cole para potenciar los servicios y las ventas de productos relacionados.



combinación con muebles de escaparate, como estanterías o vitrinas, para crear una presentación visual atractiva y mantener cierto nivel de protección para los productos que se exponen.

3. Sin trasera: Los escaparates sin trasera ofrecen una experiencia visual impactante al permitir una vista completa del escaparate desde diferentes ángulos. Al eliminar la pared posterior, se crea una sensación de amplitud y fluidez en el diseño. En este caso es posible utilizar elementos como pantallas digitales, luces LED y proyecciones para resaltar los productos, así como crear una experiencia envolvente y cautivadora para los transeúntes que lo ven desde el exterior.

4. Abiertos: Los escaparates abiertos son ideales para generar una conexión más directa entre la óptica y los transeúntes. Al no utilizar barreras físicas, como cristales o paneles, estos escaparates invitan a las personas a entrar y explorar los productos de cerca. En este caso, es posible crear una exhibición interactiva y atractiva mediante el uso de mesas de muestra, exposidores abiertos y elementos visuales llamativos.

5. Elevados: Los escaparates elevados añaden un elemento de altura y dimensión a la presentación de los productos. Es posible utilizar estructuras elevadas, como pedestales o plataformas, para exhibir gafas y accesorios de manera más destacada. Esta técnica crea una visualización única y permite que los productos sean vistos desde distintas perspectivas, capturando la atención de los transeúntes.

6. Esquineros: Los escaparates de esquina aprovechan al máximo el espacio disponible al ubicarse en una esquina de la calle o del local comercial. Estos escaparates ofrecen una vista panorámica y permiten una exposición más amplia de los productos. En este caso es posible utilizar una combinación de mobiliario a medida, iluminación estratégica y elementos decorativos para crear una exhibición original y atractiva que transmita el estilo e imagen de marca propios.

7. Con cartelería digital: La cartelería digital ofrece infinitas posibilidades creativas para los escaparates de ópticas. En este terreno es posible utilizar pantallas LED o LCD de alta resolución para mostrar contenido dinámico y atractivo. Desde vídeos promocionales hasta imágenes en movimiento, la cartelería digital permite transmitir de manera efectiva las características de los productos y servicios. Además, la capacidad de actualizar y programar el contenido de forma remota también brinda flexibilidad para adaptarte a las últimas tendencias y promociones, manteniendo los escaparates frescos y relevantes y en constante renovación.

Ventajas del uso efectivo del escaparate en ópticas

El uso efectivo del escaparate es una estrategia clave para los negocios, incluyendo las ópticas, ya que ofrece numerosas ventajas que pueden influir positivamente en el éxito y la rentabilidad de una tienda: ➤

LOS ESCAPARATES SON UNA VENTANA HACIA EL MUNDO Y LA ÓPTICA NO ES MENOS, YA QUE SE TRATA DE UNA OPORTUNIDAD ÚNICA PARA CAPTAR LA ATENCIÓN DE LOS TRANSEÚNTES



📌 **Atracción de clientes:** Un escaparate atractivo y bien diseñado es una poderosa herramienta para atraer a los pacientes. Un escaparate llamativo, con una presentación visual impactante y creativa, captará la atención de las personas que pasen frente a la tienda y las motivará a entrar.

Generación de interés: El escaparate es una oportunidad para despertar el interés de los clientes potenciales en los productos o servicios que ofrece la óptica. A través de una presentación cuidadosa de los productos destacados y una ambientación que transmita la imagen y los valores de la marca, se puede despertar la curiosidad y el deseo de conocer más sobre lo que se ofrece.

Diferenciación de la competencia: Un escaparate bien ejecutado permite destacar frente a la competencia. Al mostrar de manera creativa los productos o servicios únicos que ofrece la óptica, se puede crear una impresión duradera en la mente de los pacientes y posicionarse como una opción preferente en su mente.

Refuerzo de la imagen de marca: El escaparate es una excelente oportunidad para comunicar la identidad y los valores de la marca. A través del diseño, la iluminación, los colores, los materiales y los elementos visuales utilizados, se puede transmitir la personalidad de la marca y establecer una conexión emocional con los pacientes.

Impulso de las ventas: Un escaparate bien planificado y diseñado puede tener un impacto directo en las ventas. Además, un escaparate que se actualiza regularmente con nuevas propuestas y promociones puede generar un sentido de urgencia y motivar a los pacientes y usuarios a realizar compras impulsivas.

Vitrina virtual: En la era digital, el escaparate también puede funcionar como una vitrina digital o virtual. A través de la incorporación de elementos interactivos, pantallas digitales, tecnología de realidad aumentada o códigos QR, los negocios pueden vincular su

escaparate físico con su presencia en línea, permitiendo a los usuarios acceder a más información, hacer compras en línea o interactuar con la marca de nuevas formas.

La última tendencia

En el mundo de los establecimientos sanitarios de óptica, los escaparates originales son una herramienta para captar la atención de los pacientes y exhibir de manera efectiva los productos y servicios. Es aquí donde los escaparates originales y la cartelería digital se convierten en una combinación poderosa para potenciar las estrategias de comunicación de la marca gracias al dinamismo del contenido digital y la fácil gestión del mismo.

La cartelería digital se ha convertido en un elemento diferenciador y competitivo en las ópticas por varias razones. En primer

lugar, proporciona una forma innovadora de comunicar tus productos y servicios a través de medios visuales, dinámicos y atractivos. Las pantallas digitales de alta resolución permiten mostrar imágenes, videos y contenido interactivo que cautivan la atención de los pacientes y generan un mayor impacto visual que los métodos tradicionales de cartelería estática.

Una de las principales ventajas de la cartelería digital es su flexibilidad, ya que es posible actualizar y programar fácilmente el contenido de los escaparates, lo que permite adaptarte rápidamente a las tendencias, promociones y eventos especiales. Esto significa que es posible mantener escaparates frescos y relevantes, captando la atención de los transeúntes y brindando una experiencia visual estimulante y actualizada.

Otra ventaja clave de la cartelería digital en las ópticas es su capacidad para personalizar y segmentar el contenido. En este sentido, es posible dirigir mensajes específicos a diferentes audiencias o resaltar productos y ofertas según las preferencias de los pacientes y usuarios. Esto permite maximizar la relevancia y el impacto de los escaparates, aumentando las posibilidades de conversión y venta.

Al utilizar la cartelería digital en los escaparates de la óptica, no solo se agrega un elemento visualmente atractivo, sino que también se brinda una experiencia única a los pacientes. Los escaparates originales combinados con la cartelería digital crean un ambiente moderno y sofisticado que refuerza la identidad de la marca y destaca frente a la competencia.

Por todo ello, la cartelería digital se ha convertido en la tendencia más actual a día de hoy, ya que se trata de un elemento diferenciador y competitivo en las ópticas. Proporciona un medio innovador para comunicar productos y servicios, destacar frente a la competencia y generar un mayor impacto visual. La flexibilidad, la personalización y la capacidad de mantener los escaparates actualizados son ventajas clave de la cartelería digital.

