

Visual Merchandising

Sesión sincrónica 4



Bienvenida y agenda

1. Práctica de bienestar
2. Explicación en contexto real
3. Análisis de las prácticas en la industria
4. Receso
5. Recapitulación del bloque 1
6. Explicación del tema con ejercicios prácticos
7. Cierre



Práctica de bienestar

Práctica #10

Nombre: **Las fortalezas que se muestran en historias**

Descripción: Reflexionarás sobre las fortalezas de carácter que aplicaste en una situación.

Antes de comenzar el ejercicio, ¿sabes cuáles son las fortalezas de carácter? Consulta la descripción de las 24 fortalezas de carácter en la siguiente liga:

<http://www.viacharacter.org/www/Character-Strengths/VIA-Classification>

Luego de que leas cuáles son las fortalezas de carácter, realiza lo que se pide a continuación:

- Describe detalladamente mediante un texto, una anécdota en la que hayas llevado a cabo alguna acción de la mejor manera posible, o bien, que hayas actuado por encima de lo ordinario. Procura enfocarlo al entorno laboral. Puede ser cualquier suceso que te haya marcado por la manera en que te desarrollaste.
- Señala en tu descripción, ¿qué ocurrió?, ¿qué papel jugaste en el suceso?, ¿qué acciones llevaste a cabo que fueron de utilidad para ti y para los demás?
- Luego de que hayas terminado de escribir, lee tu texto y subraya las palabras y oraciones que te den una idea sobre cómo usaste cualquiera de las 24 fortalezas de carácter.
- Observa y clasifica cuáles son las fortalezas que usaste en tu anécdota. Reflexiona sobre el impacto que éstas pueden tener en tu desempeño cotidiano.

El siguiente enlace es externo a la Universidad Tecmilenio, al acceder a él considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.



Temas

Tema 10. Psicología del color

Tema 11. Básicos del diseño del Visual Merchandising

Tema 12. Iluminación



Explicación en contexto real

Dentro de los básicos del diseño de visual merchandising, una de las tendencias que se ha desarrollado más en la última década es el neuromarketing o el marketing sensorial. Hoy en día, los grandes emporios del retail tienen perfectamente estandarizado y dominado estas prácticas replicando elementos comunicativos tales como:

El olfato (aroma de la tienda).

El oído (musicalización o ambiente auditivo).

El tacto (uso de texturas y temperaturas).

La vista (la iluminación y colorimetría).

¿Puedes identificar en el ejemplo estos elementos replicables?, recuerda que, el objetivo principal es crear una experiencia poderosa que incentive al consumo.



Análisis de prácticas en la industria

Una de las prácticas más comunes dentro de la iluminación es el uso de luz fría para locaciones como los hospitales y las oficinas en donde se amerita estar despierto, con un ritmo constante y alto enfoque.

¿En qué espacios comerciales se podría utilizar este tipo de iluminación?



Análisis de prácticas en la industria

¿Por qué la luz cálida se utiliza en restaurantes y cafeterías?, ¿en qué espacio dentro de tu tienda deberías utilizar este tipo de luz?

Las exposiciones de arte, por su parte, utilizan luces directas para enaltecer una escultura y/o exposición.

¿Cómo deberías hacer uso de este conocimiento en tu negocio?



Receso



Recapitulación del bloque 1

- ¿En qué se basa la psicología del color y cómo se puede utilizar esta a favor de la implantación del visual merchandising?
- ¿Cuáles son los básicos a contemplar dentro del visual merchandising y cómo impactan en los hábitos de consumo del cliente?
- ¿Cuáles son los principales tipos y estrategias de iluminación y cómo se pueden considerar dentro de una planeación de visual merchandising?



Explicación de temas con ejercicios prácticos



Investigando y argumentando la psicología del color

1. Ingresa al buscador de internet de tu preferencia.
2. Busca y localiza una marca que utilice tanto en su identidad gráfica como en su visual merchandising un color en específico.
3. Argumenta mediante la psicología del color el porqué de su uso y cómo este afecta al consumidor al que va dirigida la marca.

Explicación de temas con ejercicios prácticos



Analiza la iluminación de la tienda

Se reunirán en equipos:

1. Observen la fotografía del ejemplo de visual merchandising.
2. Identifiquen los tipos de luz que se utilizan.
3. Argumenten mediante la teoría de iluminación por qué cada espacio comercial está siendo iluminado de dicha forma.

Cierre

- La psicología del color es una de las teorías que deben ser contempladas dentro de la planeación y diseño tanto de la identidad de marca, como del visual merchandising, esta debe estar alineada a los objetivos comerciales a los que se dirigirá la empresa.
- Los básicos a contemplar dentro del visual merchandising, permitirán que consideres las tendencias mercadológicas actuales y tus exposiciones tengan congruencia y cohesión.
- La iluminación es un factor imprescindible para controlar las conductas del consumidor, por lo que debe utilizarse siempre a favor para incentivar la compra y basándose en el conocimiento estratégico de cada tipo de luz.



¡Gracias por tu atención!



Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.