



· CURSO DE ESCAPARATISMO FARMACÉUTICO ·

MÓDULO 3

**Poner en práctica
los conocimientos**

7

EL BOCETO

Es necesario, para dar forma a nuestra idea, realizar un boceto en el que plasmaremos de forma esquemática el tema a tratar en el escaparate de nuestra farmacia y los elementos que van a intervenir en este.

El boceto debe dar una visión de equilibrio entre el producto, los materiales y elementos de apoyo que vamos a utilizar; para ello es importante el conocimiento de la composición del escaparate.

Seguramente te estés preguntando ¿entonces tengo que ser buen dibujante para hacer un buen escaparate en mi farmacia?

La respuesta es no, no es necesario dibujar bien, simplemente es preciso saber expresar, poseer conocimientos básicos que permitan hacer entender la idea al resto del equipo de la farmacia y para que se sepa interpretar a la hora del montaje. Por supuesto que cuanto mejor sea el dibujo más fácil será transmitir la idea y facilitará el montaje.

Es aconsejable realizar más de un boceto. A veces nuestra idea queda genial en nuestra cabeza, pero al plasmarla en el papel nos damos cuenta que es inviable o muy complicada de realizar. Haz más de un boceto y luego escoge la opción más completa y acertada.

EL PROYECTO

Una vez elegido el boceto, realizaremos un pequeño proyecto, si fuera necesario.

Indicando color, luz y demás detalles.

Uno de los factores más importantes que intervienen en el impacto que hace al cliente fijar su atención en nuestro escaparate, es la correcta utilización del color.

Como decimos es uno de los más importantes, pero si no ocurre también el factor psicologico-publicitario y artístico, sólo se daría una llamada de atención, pero si está vacío de

idea, sugerencia y atractivo, el cliente potencial no entrará en nuestra farmacia.

Hemos nombrado también la luz. El poder de atracción de la luz es enorme, siempre debe tenerse en cuenta y formar parte del escaparate desde el principio..

Según sea el escaparate, el producto y el tema que se trata, necesitaremos un tipo de luz u otra, dirigida, difusa, concentrada en algún elemento, etc... Sin la iluminación correcta el escaparate pierde gran parte de su atractivo.

El escaparatista de la farmacia debe saber además con que cartelería publicitaria (propia o de laboratorio) cuenta antes de empezar con el boceto. Ya que las marcas, sus eslogans y colores pueden ayudarnos a potenciar nuestra creatividad y a plasmar nuestra idea.

ESPACIO DISPONIBLE

Las dimensiones de nuestro escaparate en la farmacia nos condicionarán bastante a la hora de

crear y plasmar una idea.

Los factores que pueden limitarnos son: las dimensiones, el económico y la mercancía a exponer.

En cuanto a la dimensión, es más fácil reducir un espacio con algún marco o decoración, que dar sensación de amplitud en un escaparate pequeño; en cualquier caso no debemos perder la vistosidad.

Debemos conocer las dimensiones antes de preparar el boceto, para así adecuar la mercancía a exponer según el tamaño disponible.

EL PRESUPUESTO

Para realizar el proyecto debemos conocer con qué presupuesto contamos para el escaparatismo de la farmacia.

Para realizar el escaparate debemos tener presente el coste de una serie de factores que enumeraremos.

- TELAS, PAPEL O MATERIAL
PARA FONDOS

- ELEMENTOS EXPOSITORES
O SOPORTES

- ILUMINACIÓN

- RÓTULOS O CARTELES

- PEQUEÑO MATERIAL DECORATIVO

Sería conveniente que fuésemos capaces de analizar el coste y rendimiento, para que el empresario pueda tener una idea mucho más amplia de lo que supone el escaparate, no sólo como medio de publicidad, sino también como elemento motivador directo de las ventas.

El escaparate no es algo que sólo 'viste' la farmacia, si no que le da prestancia en el mercado, lo posiciona en él, atrae al público y es una herramienta de venta con lo cual merece una inversión.

Principales puntos a tener en cuenta:

- PARTE PROPORCIONAL DEL ALQUILER POR EL ESPACIO EN M² QUE OCUPA EL ESCAPARATE.

- PARTE PROPORCIONAL DEL GASTO DE LUZ GENERAL DEL ESTABLECIMIENTO.

- GASTO REALIZADO PARA LA PUESTA A PUNTO DEL MONTAJE DECORATIVO: maderas, tableros, metales, bombillas, etc.

- LA IDEA CREATIVA Y TIEMPO

Debemos buscar la compensación económica de nuestras exhibiciones en el escaparate a base de montajes suntuosos o, por el contrario, de tipo sencillo y económico según el artículo a exponer y el presupuesto.

8

ESCAPARATISMO FARMACÉUTICO

Antiguamente, en el escaparate de las farmacias se exponían los botes de cerámica con indicaciones en latín, ampollas de cristal, etc; pero éste es un recurso obsoleto, que además no ayuda a aumentar las ventas.

Se pueden incluir carteles, o fotografías con ideas atractivas que expresen bienestar, la satisfacción que crea la salud y temas positivos, o con textos claros y breves. Hemos de pensar que en las farmacias ya no sólo se vendemos receta, sino también otros productos que están en la categorización de la farmacia, como cosmética, infantil, rincón del mayor, salud sexual, etc. Y, sobre todo, se debe intentar no mezclar en un mismo escaparate artículos de diferentes categorías de la farmacia.

Al ser una farmacia no debemos incluir material como globos, plásticos y materiales demasiado sintéticos, es mejor optar por materiales más naturales como maderas, flores (secas, que duraran más), cartón, papel o metal fusionan mejor con la idealización que el cliente tiene de la farmacias. Recordemos que vendemos salud y bienestar.



Los escaparates deben estar limpios por dentro y por fuera antes y después del montaje.

No es muy recomendable exponer producto demasiado pequeño, ya que en el escaparate perderían importancia, si el producto es pequeño habrá que poner mucha cantidad para que el escaparate sea efectivo.

Cuando pongas poco producto debes transmitir exclusividad y realizar el escaparate pensando en artículos exclusivos y de lujo, aunque en la farmacia no es muy recomendable ya que el cliente asociaría con un precio muy elevado.

Recuerda que debes transmitir la imagen de tu farmacia al cliente y no sólo la imagen de los laboratorios, así que puedes utilizar todos los servicios que aporta tu farmacia y usarlos paulatinamente en tus escaparatismos farmacéuticos, tú decides que quieres mostrar, siempre de manera elegante y creativa.

LOS CARTELES

Todo escaparate debería estar apoyado con un cartel o rótulo en el que se destaca con palabras o imágenes nuestro mensaje o idea. El cartel será unas veces portador de un eslogan, en otras ocasiones definirá las virtudes o características del artículo y, en muchas ocasiones, también presentará la 'marca'.

Los carteles, por tanto, podemos resumir que deberán destacar algunos de estos factores:

- FUNCIÓN
- MENSAJE
- MARCA

Deberemos recordar el valor que tiene el sentido de la vista para llamar la atención y fortalecer la memoria, ya que recordamos el 10% de lo que se oye y el 35% de lo que se ve. Para la realización de un cartel deberemos utilizar frases cortas y concretas destinadas principalmente a cómo podrá utilizar o disfrutar del producto o artículo, así como los beneficios que le reportará su adquisición. No debemos olvidar despertar el deseo.



REALIZACIÓN DE CARTELES

La ejecución de carteles o su rotulación tiene diversas formas según se realicen 'a mano' o aplicando los diversos materiales prefabricados en sus más variadas formas. No obstante, cualquiera que sea el sistema que utilicemos para su realización, podríamos dividirlos en varios grupos según sean las letras:

- PLANAS
- EN RELIEVE
- CORPÓREAS
- PLEGABLES: Con pegamentos adecuados a la superficie
- IMANTADAS: Contienen un imán que las adhiere a cualquier superficie metálica

Novamosaexcedernosmásencómo realizar carteles , ya que en el sector farmacéutico son los laboratorios los principales interesados en proveedores de cartelería. No obstante si decidieras hacer un cartel propio tiene que transmitir limpieza y ser claro en el mensaje y con un máximo de dos o tres frases, podéis utilizar diferentes texturas pero que transmitan siempre calidez.



9

FONDOS DEL ESCAPARATE

ABIERTOS, SEMI-ABIERTOS Y CERRADOS

Sobre el tema de los fondos del escaparate existen diversos criterios. Hay farmacias que prefieren casi siempre el escaparate totalmente abierto, o sea sin fondo de ninguna clase, a fin de darle vistosidad y luz natural al interior.

Los propios arquitectos y decoradores desean igualmente que los escaparates sean una prolongación de la tienda a causa de que pueda lucirse toda ella y admitan totalmente la luz natural que viene de la calle. Aunque también es conveniente cerrado con cartelería o con las propias góndolas o estanterías de la farmacia, de esta forma no están totalmente cerrados y aún permiten la entrada de luz en la farmacia.

El escaparate semi-abierto que corresponde al tipo de escaparate que, cerrado en su mitad, permite el paso de la luz por la parte alta descubierta y corta la visibilidad interior por la parte tapada.

Por otra parte el escaparate debe estar en concordancia con el producto expuesto y si esta se pierde, llevará la distracción.

El fondo que pongamos en el escaparate enmarca debidamente lo que deseamos destacar

Estamos seguros que a partir de ahora veremos el escaparate desde otra perspectiva, y le daremos la importancia que se merece. Así que os invitamos a que os esforcéis en vuestros escaparates, así como en el interior de la farmacia, y en caso de carecer de tiempo y profesionalidad, no dudéis en contratar a empresas que se dediquen exclusivamente a este cometido.

Para cualquier información podéis contactar con **Bloggermind Community** a través de nuestro correo electrónico: hello.bloggermindcommunity@gmail.com o a través de nuestras Redes Sociales