

“LA LOCA RETAIL EXPERIENCE” CUMPLEAÑOS Y RETAIL... ¿EN QUÉ SE PARECEN?

Albert Lopez, arquitecto en SOMFY

Los cumpleaños y el Retail tienen bastantes cosas en común... En 1970, cuando era más pequeño los cumpleaños en mi casa los preparaba siempre mi abuela. Iba a al mercado, compraba los diferentes productos o ingredientes del pastel (huevos, harina, chocolate, nata, etc.). Después con los ingredientes realizaba un maravilloso pastel casero, soplábamos las velas y lo comíamos en familia. Aún conservamos alguna foto en blanco y negro. En 1985, más tarde mi madre ya no compraba los ingredientes sino que iba a la pastelería a comprar el pastel, y lo que realmente hacía era la fiesta en casa con banderines, bocadillos de Nocilla y foie-gras. Ya teníamos más fotos incluso empezó a hacerse el álbum personalizado del Fotoprix. ¿Qué había cambiado? Lo importante ya no era el pastel de la abuela, ahora lo divertido es la fiesta de la Mamá. En 2010 nosotros como padres no compramos ingredientes ni preparamos fiesta de cumpleaños. Se crea un grupo de Whatsapp donde se dan las instrucciones precisas de hora y lugar. Se busca un lugar parecido a una atracción de Port Aventura donde los niños tienen una actividad de camas elásticas, rayos laser, kars, bolera, etc. En ese nuevo escenario de cumpleaños el pastel y la decoración de la fiesta no es importante... Es secundario. Lo importante es la experiencia de pasarlo bien y disfrutar con los amigos. El cumpleaños se ha convertido en Ocio. Hay fotos en Instagram, Facebook y Whatsapp al momento que nos envían a los padres que después iremos a recogerlos cuando acaben la atracción.

Las tiendas ya no son espacios para comprar productos ni lugares decorados sino que tienden a ser lugares de ocio donde se tiene una experiencia...

Las experiencias se consiguen activando los 5 sentidos. Cuántos más sentidos consigamos activar mayor experiencia tendremos en la tienda. Una banda sonora (oído)... Una imagen o colores de la marca (Vista)... Un perfume que nos recuerda, por ejemplo el Tilo en la Mallorquina (olfato)... Un sabor inconfundible (sabor)... y tocar las cosas, texturas, (tacto). Todos son importantes y lo más difícil es combinarlos de forma armónica para no perder ninguno.

¿Cómo podemos hacer para mejorar el RETAIL y conseguir la experiencia de compra sea inolvidable activando los 5 sentidos? Proponemos una tienda conectada. Para conseguir que cada una de las partes de la tienda actúe para proporcionar esa experiencia de compra en el momento adecuado. La tienda no tiene porqué estar igual por la mañana, mediodía, tarde incluso noche... En cada momento el ambiente, luz, aroma, música e imagen deben ser el que la marca considera más adecuado... y poder conseguirlo con un solo click desde el Smartphone o Tablet.

El “Internet of things” (IoT) tiene la ventaja que podemos escoger a nuestro alrededor que nos gustaría controlar, gestionar y mover en nuestra tienda con nuestro móvil. De esta manera podemos actuar en los sentidos de los consumidores para conseguir el efecto deseado por la marca. Con el sistema Somfy TaHoma se pueden conectar a la tienda lo que necesites y solo lo que necesites de manera simple, fácil, inmediata, e Invisible que le otorga un punto mágico a los efectos deseados.

Una tienda conectada es una tienda donde la experiencia del ocio es más fácil de conseguir y de cambiar en cada momento. Una tienda Somfy TaHoma permite cambiar al momento los escaparates para sean exhibidores de producto o zonas de proyección de videos o imágenes, también permite que se puedan mezclar la luz natural y artificial, posibilita que copiar escenarios de otras tiendas de la misma marca que han funcionado y permite una flexibilidad de iluminación, música, espacio expositor inmediata. Como un Whatsapp.

Quizás algún día se celebren cumpleaños en tiendas de Adidas o Nike o Bershka como una nueva experiencia de ocio y compra. La evolución del los cumpleaños puede ayudar a entender hacia dónde van los gustos del consumidor en las tiendas del futuro...

RETAIL: Lugares de Ocio donde se tienen experiencias.