

La opinión de los expertos

¿Por qué un escaparate navideño?

1. ¿Por qué hacer un escaparate especial en Navidad?
2. ¿Qué preguntas previas debemos hacernos antes de pensar la decoración?
3. ¿Cuáles son las características que debe tener un decorado navideño en una peluquería?
4. ¿Qué consejos daría para decorar un escaparate navideño?
5. Esta temporada, ¿qué colores recomendaría?

POR maite aldazabal

La mayoría de peluquerías y salones de belleza desatienden ese espacio que se corresponde al escaparate. Sin embargo, eso significa desaprovechar una oportunidad de generar impacto y atraer nuevas miradas hacia el salón.

La Navidad, época consumista por excelencia, representa una gran ocasión para sacar el máximo partido a esos metros cuadrados. Por ello, hemos hablado con tres expertos en la materia y con tres peluqueros premiados en alguno de los concursos de escaparate que se celebran en muchos municipios en esas fechas.



José Luis Martínez
director de Artidi
(Barcelona)

1. El escaparate de Navidad es cultural y sentimental, no vende por sí mismo. Es imprescindible que el comercio realice, diseñe y monte un escaparate navideño, que comunique con el paseante. La Navidad es una época de compras obligadas, de regalo por compromiso o por obligación.

2. Lo primero es saber el presupuesto disponible y las decoraciones que tenemos en casa o tienen conocidos para utilizarlas en el escaparate. Otra buena opción es hacer un "escaparatismo de fusión"

que consiste en pedir decoraciones a otros comercios para beneficio mutuo.

3. Los elementos decorativos deben ser reconocidos como navideños, pero originales para dar una imagen de modernidad. La originalidad, la novedad y el interés del comerciante por agradar potencian las entradas en el establecimiento.

4. Emplear elementos distintos pero reconocibles como navideños. Por ejemplo recrear un árbol navideño.

- Acondicionar decoraciones diferentes con pinceladas navideñas.
- Una fotografía resulta efectiva siempre y cuando el propietario se sienta identificado.
- Una foto del equipo original o divertida llamará la atención y será un reclamo.
- Emplear elementos como sal, hojas, ramas o piedras.



5. Los blancos, dorados y oro son reconocibles como navideños pero podemos utilizar el marrón, ocre y negro que representan el frío y la oscuridad del invierno combinados con colores cálidos como el rojo o el naranja.

2. En el caso de las peluquerías, como lo que venden son servicios y productos, yo personalmente apuesto por la originalidad para que el escaparate acapare la atención por ser diferente, añadiendo productos de la marca de la peluquería.

3. Lo principal es elegir la tendencia que más te guste y adaptarla a la marca y sus productos. Tener en cuenta el espacio disponible, cuidar el estilo y la armonía para que el conjunto respire la magia de la Navidad.

4. No recargarlo. Decorar con productos y colores que simbolizan el invierno (nieve, osos polares, chimeneas...).

5. Aunque en Navidad tienen cabida los colores típicos brillantes, esta temporada apuesto por colores pasteles y las tendencias neutras y naturales.



Virginia Esber
interiorista (trabaja con
Boris Soler) (Málaga)

1. El escaparate resulta fundamental para un negocio, por ello es importante que estén en sintonía con la época que nos encontramos y si es Navidad, mucho más, por la magia que nos envuelve a fin de atraer la atención e incrementar las ventas.



Pilar Martín
directora de comunicación
de Paul Mitchell España
(Zaragoza)

1. Un escaparate es una oportunidad para crear impacto. En Navidad cuando todos salimos en busca de detalles, nuestro escaparate recibe más miradas que de costumbre. Esto puede aprovecharse para que se perciba nuestro interés y sensibilidad por estar al día.

2. Desde Paul Mitchell proponemos que los salones piensen qué campaña van a llevar a cabo para hacer una comunicación global y planificarla. Es de vital importancia tener bien definido nuestro público objetivo, qué queremos transmitir y qué deseamos conseguir. A partir de

aquí podemos empezar a pensar en qué elementos apoyarnos.

3. En general proponemos centrarnos en un solo mensaje y elegir muy bien la tonalidad de colores para que el resultado final sea efectivo, profesional y elegante. Menos es más. Apostamos por apoyarnos de los productos y servicios que se ofrecen en el salón y complementarlos con las imágenes de temporada y elementos decorativos. Resulta clave cuidar la iluminación, la limpieza y, una vez finalizado, ponernos frente a nuestro escaparate para verlo como un paseante más.

4. Los viandantes deben saber que se encuentran frente a un salón de peluquería.

5. Este año proponemos jugar con la gama de los azules, combinándolo con los platas, metálicos y negro. Por supuesto, como base deberemos comenzar con un tono neutro, un blanco o un gris.