

The Exhibium Group

Facilitadores Externos Para El Comercio Emocional

Nuestra introducción del concepto del “Comercio Emocional” ha generado un gran interés por parte de nuestros clientes. La idea de poder motivar a sus clientes a “desear” lo que usted le ofrece y hacer de su establecimiento un “lugar predilecto” ha captado la atención de todos aquellos a quienes se les ha presentado.

El vertiginoso cambio en las conductas de nuestros consumidores y la necesidad de adaptarnos a ellos no solo validan los conceptos del “Comercio Emocional”, sino que lo hacen la respuesta necesaria para enfrentar los retos.

Estos conceptos de “comercio emocional” no requieren la creación de un nuevo proyecto para ponerlos en práctica. Algunos clientes, convencidos de la importancia del comercio emocional, solicitan la asesoría necesaria para introducir estos conceptos a su operación actual. En cualquiera de los casos, la pregunta inevitable es: Como puede mi empresa introducir los cambios que requiere el “comercio emocional?” Necesita un “Facilitador Externo”.

¿Qué es un Facilitador Externo? Alguien altamente experimentado en todos los factores motivacionales del comercio emocional, que tenga la habilidad de conceptualizar el proyecto en su totalidad y trabajar, si es necesario, con consultores internos o externos para lograr las metas establecidas. En otras palabras, el facilitador necesita experiencia en:

- 1. Planeamiento.** La habilidad de definir el proyecto en términos estratégicos y conceptuales y con conocimientos plenos de todos los factores del comercio emocional es la clave de un proyecto exitoso. Como facilitadores, analizamos la operación existente o el nuevo proyecto, hacemos las recomendaciones necesarias basada en la información obtenida y la observación, definimos los parámetros de proyecto y sugerimos el proceso de implementación. Esto le permite a nuestros clientes coordinar todas las facetas del proyecto a través de un facilitador sin necesidad de involucrarse con todos los consultores internos o externos.
- 2. Ejecución.** La capacidad de supervisar y coordinar la labor de todos aquellos involucrados en el proyecto, determinando si el trabajo se está realizando de acuerdo al plan, es un servicio esencial del facilitador. Adicionalmente, permite hacer los cambios necesarios inmediatamente, evitando las demoras que comúnmente ocurren cuando la ejecución no es acorde a los requisitos.
- 3. Resultados.** El facilitador necesita tener la capacidad de hacer los ajustes necesarios para lograr las metas establecidas al igual que la capacidad de dar seguimiento para mantenerlas. Este servicio garantiza el éxito a corto, medio y largo plazo, y hace posible los ajustes y mejoramientos para aun mayores logros. La capacidad de adaptarse a los cambios de la industria y el mercado, al momento, es la diferencia entre las empresas exitosas y el resto.

¿Cuáles son los factores motivacionales del comercio emocional? El comercio emocional requiere el conocimiento de dos áreas fundamentales:

1. Factores motivacionales técnicos
2. Factores motivacionales personales.

Cuáles son los factores motivacionales técnicos?

Todos los componentes del espacio comercial son analizados y planificados considerando su impacto motivacional y emocional en las personas que los visitan. Incluye:

1. **Arquitectura, Diseño y Decoración.** El impacto, conciente e inconsciente, de estos factores hacen la diferencia entre sentirse bien dentro de la tienda o querer salir lo antes posible. Mientras más tiempo pase el cliente dentro de su establecimiento, mayores las probabilidades de compras.
2. **Iluminación.** Una iluminación adecuada impacta, no solo el producto, sino la actitud de los clientes. Una actitud positiva y placentera es parte integral de la experiencia en su tienda.
3. **Mobiliario.** El mobiliario apropiado para los productos ofrecidos tiene un impacto directo en el éxito de la oferta, ya que el cliente interactúa no solo con la mercancía, sino también con las áreas de exhibición.
4. **Visual Merchandising.** Un factor de suma importancia para el éxito en retail. Cuando la mercancía esta adecuadamente expuesta, motiva a los clientes a desearla. En ocasiones es la diferencia entre el éxito o el fracaso.
5. **Señalética.** La comunicación con los clientes no solo puede motivarlos a desear lo que le ofrecemos, pero es un factor primordial en el establecimiento de la imagen de la empresa. Mientras más claros sean los mensajes, más fácil sea la localización de los productos y más visualización para su uso, más aumentan las probabilidades de que el cliente diga: "lo quiero".

Cuáles son los factores motivacionales personales?

La relación más importante en el comercio emocional es la de persona a persona. Los clientes no se relacionan con entidades o empresas, se relacionan con individuos. Este factor aplica no solo a sus clientes externos, sino también a sus clientes internos, sus empleados. *Sus empleados tratan a sus clientes de la misma manera que ellos son tratados por sus superiores y su empresa.* Los factores motivacionales personales requieren adiestramiento en las siguientes áreas:

1. **Servicio al Cliente.** Todo personal que tenga contacto con clientes internos o externos necesita ser adiestrado en destrezas de servicio. Estas destrezas van mas allá de educación o personalidad. Requieren conocimiento de como reaccionan las personas a ciertos estímulos y como utilizarlos para hacerlos sentir bien. Los vendedores requieren destrezas de ventas diseñadas para que el cliente se sienta bien, desee mas productos sin sentirse "vendido" o "presionado".
2. **Liderazgo / Supervisión.** Estas destrezas aseguran que los empleados se sientan bien tratados por sus supervisores, incrementa la productividad, reduce la rotación y

envía el mensaje a los clientes de que su empresa esta genuinamente interesada en ellos. El liderazgo es esencial para mantener la visión activa en todo momento.

3. **Motivación.** Un ambiente motivante es esencial para el comercio emocional. Cuando los empleados se sienten motivados y apreciados, contagian a los clientes con su entusiasmo los hacen sentir “especiales” en su establecimiento. Como resultado, los clientes hacen de su establecimiento un “lugar favorito”.
4. **Desarrollo Personal / Organizacional.** La habilidad de manejar el cambio y adaptarse continuamente es una necesidad para alcanzar y mantener el éxito empresarial. Tanto los empleados como la empresa necesitan destrezas que le permitan aceptar las dinámicas asociadas con el cambio y el continuo desarrollo personal y corporativo.
5. **Comunicación.** Un gran porcentaje de los problemas de una empresa tiene sus raíces en una pobre comunicación. La comunicación fomenta el trabajo en equipo, evita conflictos y permite transmitir la visión y misión de la empresa de una manera homogénea a todos los clientes internos y externos. El adiestramiento en destrezas de comunicación es un factor integral en el éxito del comercio emocional.

¿Por qué necesito el Grupo Exhibium? Como originadores del concepto del “Comercio Emocional”, nuestro grupo esta altamente capacitado y experimentado en todas sus facetas. Desde el planeamiento estratégico, ejecución y logro de resultados, actuamos como facilitadores externos para el comercio emocional. No piense en nosotros como consultores, sino facilitadores de los factores técnicos y personales que le garantizan resultados exitosos para su empresa.