

La moda como argumento y herramienta de venta

Por Melissa Acosta



visionyoptica®
Asesor

20/20
AMÉRICA LATINA

visionyoptica®

Contenido

1.	La moda como argumento de venta	3
1.1	Creando un diferencial para su punto de venta	4
1.2	La comunicación es la clave	4
2.	Momentos de compra	5
2.1	Leer al cliente	6
2.2	Determinar la necesidad	6
2.3	Ofrecer una solución acorde a su estilo	6
2.4	Cerrar la venta	6
3.	El visagismo	7
4.	Colorimetría	9



#1 La moda como argumento de venta

La industria de la moda es una de las más dinámicas del mundo. En cada temporada se presentan interesantes propuestas para cautivar al consumidor y el sector óptico no es la excepción.

Las monturas oftálmicas y de sol representan solo el 32,3% de las ventas para las ópticas, un valor muy reducido, teniendo en cuenta el gran potencial que tienen estos productos, pues la oferta varía constantemente de acuerdo a las tendencias de moda.

¿Está usted considerando el factor moda para asesorar al cliente e incrementar sus ventas?

Creando un diferencial para su punto de venta

Haciendo el recorrido como cliente, me he encontrado en muchas ópticas que el examen visual es completo y detallado, las instalaciones y exhibición de monturas es excepcional; sin embargo, a la hora de elegir el marco no hay un verdadero acompañamiento. Con esto me refiero a que la selección queda a total discreción del cliente y son precisamente este tipo de servicios, los que pueden marcar la diferencia para su óptica.

Si bien el cliente debe sentirse cómodo con la selección de sus gafas, usted podría darle un “empujoncito” y ayudarlo a elegir lo que mejor va con su tipo de rostro; además le permitirá mostrar monturas de alto valor que quizás puedan aumentar el ticket de esa venta. No quiere decir que sacaremos todas las monturas de lujo, pues siempre debemos escuchar los gustos y necesidades del cliente, pero nunca está demás crear la oportunidad.

La comunicación es la clave

A la hora de vender moda, la clave está en la comunicación. Mostrarles a sus clientes las últimas colecciones de monturas o las tendencias que se impondrán en la temporada, empezará a crear una conciencia e incluso necesidad en su target de estar al día con lo que impone la moda del momento.

Las redes sociales son, por ejemplo, un excelente canal para exponer todas las monturas de moda que integran sus vitrinas. La facilidad para compartir fotos y videos le permiten captar la atención de sus clientes actuales y potenciales, despertando el interés por el producto o servicios.

Para ello, deberá crear un contenido atractivo, que produzca emoción y estimule a su cliente. Por ejemplo, si una marca utiliza la imagen de un actor o cantante famoso, podría compartir esas imágenes en sus redes para que sirvan de inspiración a sus seguidores.



#2 Momentos de compra

Muchos aspectos relacionados a la moda le permiten a usted realizar una mejor lectura del cliente que llega a su óptica. Factores como el estilo de vida o su estilo personal le permitirán hacer una comprensión y posterior asesoría a cada paciente.

Leer al cliente

Determinar su necesidad

Ofrecer una solución acorde a su estilo

Cerrar la venta

1. Leer al cliente:

esto implica que desde el primer contacto visual que hagamos, hay que tratar de descifrar sus gustos. Pero, como la apariencia no lo es todo, durante su conversación con él, deberá tratar de recopilar toda la información necesaria que le permita ofrecer una solución ajustada a sus gustos y estilo de vida.

2. Determinar la necesidad:

siempre hará parte del proceso conocer las razones por las cuáles su cliente llega en busca de un producto o servicio a su óptica. Y aunque el factor principal siempre será la salud visual, puede agregarle el componente fashion para que su cliente no solo esté protegido, sino que luzca radiante con sus nuevas gafas.

3. Ofrecer una solución acorde a su estilo:

esta siempre será una parte entretenida, pero de la que requiere agregar información extra a la asesoría que suele brindar. Cada cliente tiene gustos diferentes, pero que, acompañados de un profesional experto como usted, podrán lucir sus gafas con un toque extra de estilo.

Por lo anterior, a continuación, le comparto dos términos que podría empezar a incluir en su asesoramiento: el Visagismo y colorimetría.



oval



A-triangle



square



V-triangle



diamond



round

#3 El visagismo

El visagismo, nace como método de comunicación y análisis estético para realzar la belleza de cada persona. Este propone estudiar la forma del rostro para darle valor a la belleza con la ayuda de técnicas del estilismo, maquillaje y accesorios.

Cada paciente tiene un tipo de rostro diferente, y de acuerdo a él, determinadas monturas se verán mejor o no. Por ello, tipo de herramientas pueden ayudarle a realizar una selección más acertada para mostrarle a su cliente y que este encuentre el producto que estaba buscando.

Los principales tipos de rostro que encontramos son:

- **Rostro ovalado:** un rostro equilibrado sobre todo en sus medidas generales. La frente es un poco más ancha que la mandíbula. Las mejillas dominan el contorno y la barbilla es más corta que la frente.

Gafas ideales: a las personas con rostro ovalado le sientan bien, prácticamente, cualquier tipo de gafas, ya que las proporciones de su cara son consideradas ideales.

- **Rostro Cuadrado:** este rostro tiene la frente ancha, y los pómulos están en línea con la mandíbula. Cerrar la venta Ofrecer una solución acorde a su estilo Determinar su necesidad Leer al cliente.

Gafas ideales: son favorecedoras las gafas con forma ovalada o redonda, para suavizar las líneas faciales.

- **Rostro Redondo:** tienen un mentón redondeado y corta longitud de cara. La cara es casi circular, con la frente redondeada, las mejillas llenas, la mandíbula y la barbilla redondas también.

Gafas ideales: lo más recomendable son unas gafas que tengan su ancho y alto proporcionado. Se deben evitar monturas redondas, ya que harían aún más circular la forma de la cara.

- **Rostro Alargado o Rectangular:** En este rostro la frente es larga y estrecha, los pómulos altos, la mandíbula estrecha y la barbilla alargada. Lo óptimo es ensanchar el rostro y reducir el largo del mismo.

Gafas ideales: Las personas con rostro rectangular les favorecen unas gafas que consigan acortar la largura que aporta esta forma facial.

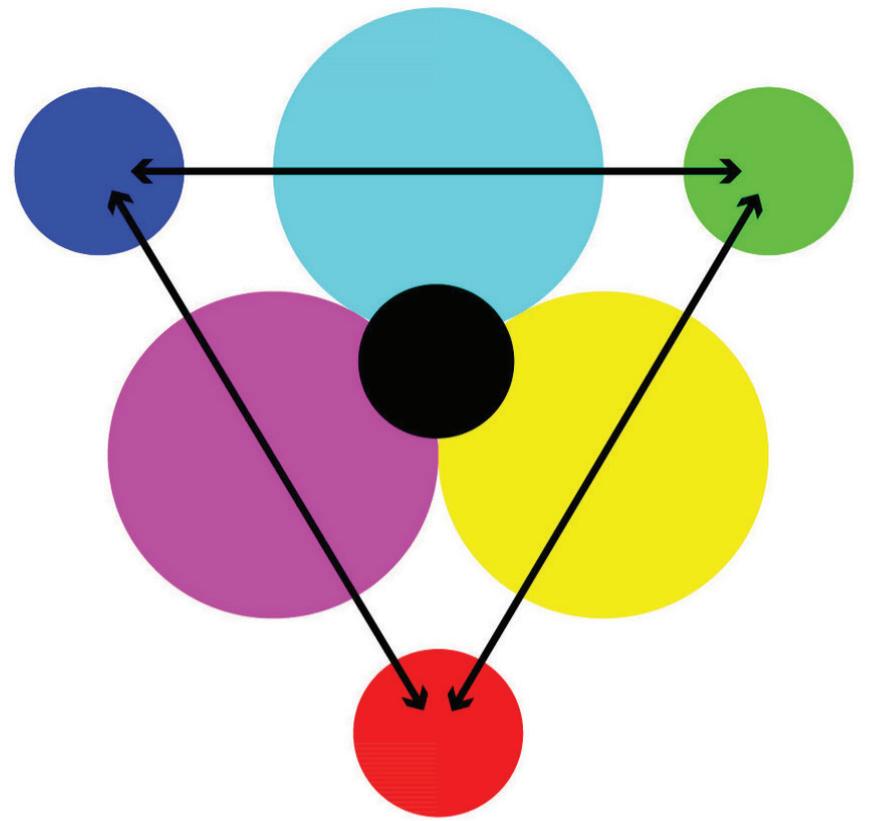
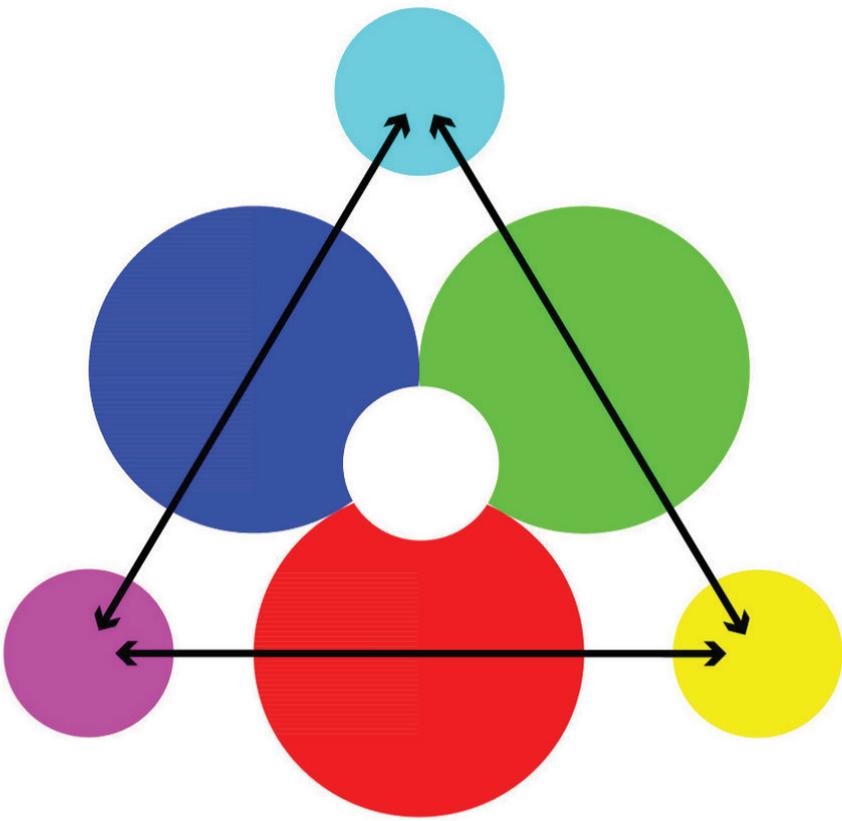
- **Rostro Triángulo:** este rostro recibe también el nombre de pera o de trapecio porque está formado por una frente estrecha, una barbilla grande y, sobre todo, las mejillas y los maxilares bien marcados.

Gafas ideales: deben usar gafas de monturas ovaladas o estilo mariposa para resaltar los pómulos y mantener el equilibrio del rostro.

RGB

ASESORVYO.COM

CMYK



#4 Colorimetría

Si hablamos de colorimetría, es el estudio dentro del asesoramiento de imagen que estudia los colores que favorecen a cada persona. Para brindar una mejor experiencia y asesoría a los pacientes, es posible tener en cuenta los colores predominantes de la persona para encontrar esa montura ideal. En este sentido, el tono de piel, el color de los ojos y cabello definirán qué tonalidad de modelo de lentes le sentarán mejor.

Según el tono de piel

Tener en cuenta el tono de la piel del paciente es indispensable para elegir el color del modelo de las monturas. Los tonos de piel se categorizan en «fríos» o «cálidos».

Para saber qué tipo de colores maneja el rostro del cliente, puedes colocarlo frente a un espejo con una cartulina u objeto de color rosa cerca de su cara. Si el rosa le sienta bien e ilumina su rostro, probablemente su piel sea fría. Por el contrario, si le da un aspecto pálido, es posible que sea cálida. La piel trigueña se considera fría porque tiene una mezcla de matices amarillos.

Según el color de los ojos

Las personas están dispuestas a elegir un par de lentes que tengan una tonalidad similar a la de sus ojos por eso, podrá tener en cuenta el color de los ojos de su paciente para hacer la selección.

Según el tono de cabello

Seguramente no has tenido en cuenta el tono de cabello del cliente para asesorarlo en la selección de monturas, pero este también hará que resalten en mayor o menor medida los marcos elegidos.

Marrón: podrás sugerir monturas plateadas, doradas, bronce y negras. Los tonos tierra como el verde, rojo y dorado se ven bien en cabellos marrones cálidos.

Rojo: monturas ideales con tonos rojizos, marrones, verdes, dorados, plomos y colores cálidos neutros como la crema. Cabelleras rojas con tonalidades frías caen muy bien con el azul, verde y negro.

Negro: Los cabellos negros lucen bien con colores metálicos u oscuros como el negro, bronce, azul y verde oscuro. Dependiendo del tono de su piel, los colores brillantes y saturados como el rojo, azul y morado le harán ver muy bien.

Rubio: si el cabello de su cliente es rubio, monturas con colores como ámbar, durazno, rojo, rosado, verde oscuro y dorado resaltarán muy bien en él.

Cerrar la venta: con toda esta información, la asesoría será mucho más completa, y con seguridad su paciente encontrará el producto que tanto buscaba. De esta manera usted podrá cerrar su venta de manera exitosa y posicionarse en el top of mind de su cliente, lo que con seguridad se traducirá en buenos comentarios para su óptica a su círculo cercano, es decir más clientes y más ventas.



Diferenciación de la óptica como herramienta de **venta**



Con el patrocinio de:

Oro



Plata



Organizan:

