



## **|** INSPIRACIÓN A TRAVÉS DE LA MARCA

Los conceptos de Wanzl Store crean nuevos mundos de compras





## IR A LA VISITA GUIADA

Experiencia del client  
«made by Wanzl»





■ **Nueva tienda insignia Würth** en Kamp-Lintfort: orientación clara, incentivos de compra colocados inteligentemente y altos factores emocionales: los tres pilares de una experiencia de cliente coherente. Los conceptos de tienda de Wanzl integran los requisitos contemporáneos para el rediseño de conceptos de tienda existentes o recién planificados en un diseño de marca coherente.

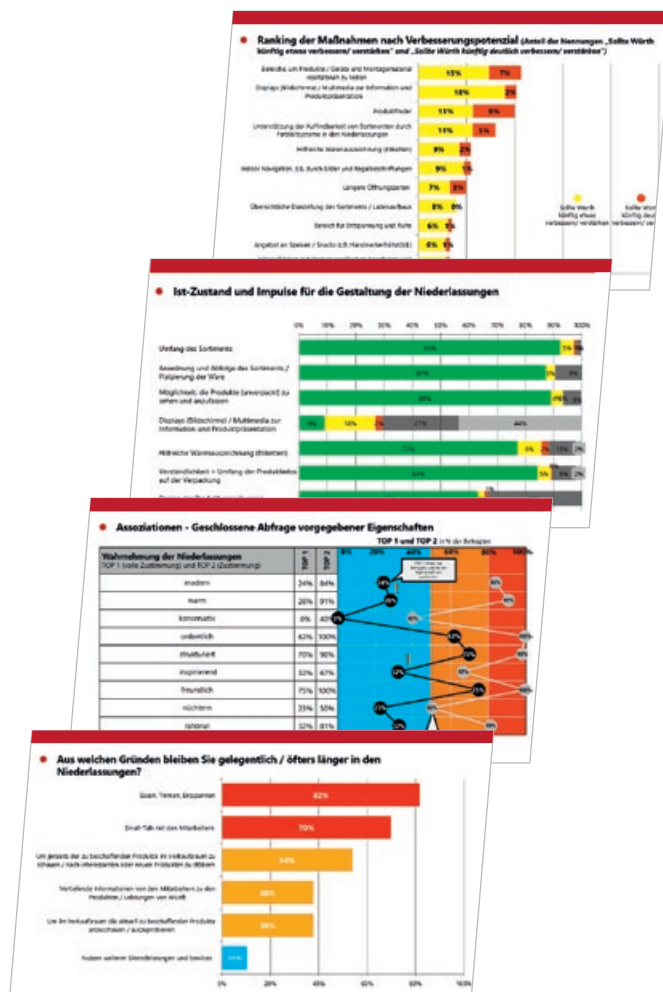
El factor decisivo aquí es que los deseos y necesidades de los respectivos grupos de destinatarios de clientes se registran en un esquema claro. Los determinamos a partir de estudios de investigación de mercado y luego los llevamos a la planificación del diseño. Los productos y servicios se combinan en grupos de productos y servicios orientados al cliente y se incorporan a una animada secuencia de imágenes y experiencias hasta la salida. ¡El cliente no solo busca lo familiar sino que también descubre lo nuevo por sí mismo!

# CONOCER AL CLIENTE

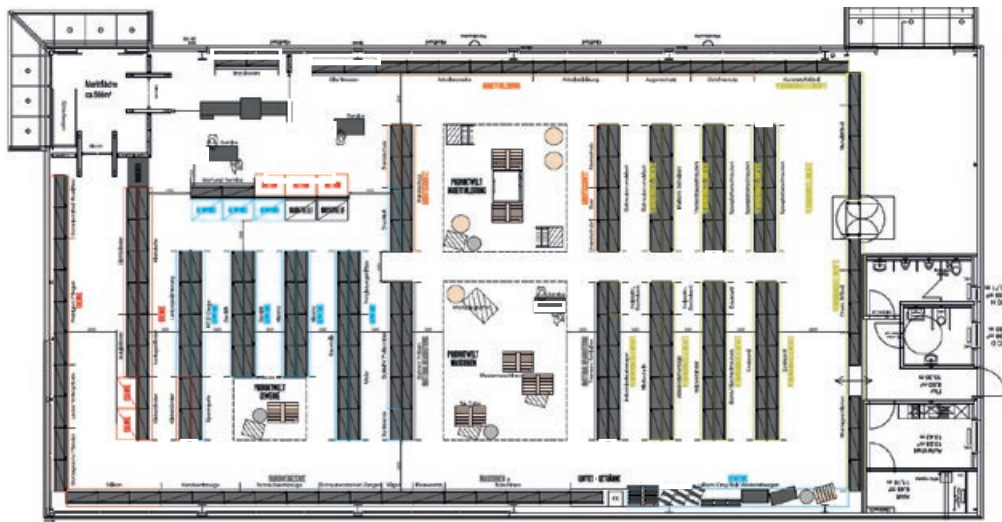
## Amplios análisis, conceptos coherentes

■ **Quien quiera abordar las necesidades** de sus clientes, primero debe conocerlas. En consecuencia, cualquier nueva concepción tiene que ir precedida de un análisis exhaustivo del mercado. ¿Cuáles son las expectativas del cliente sobre el POS? ¿Cómo toma sus decisiones de compra? ¿Cómo se puede complementar el camino hacia los productos buscados con ofertas adicionales?

El análisis de la competencia nos proporciona más resultados: ¿Qué se puede aprender de esto y qué podemos mejorar? En el análisis de la gama de productos, concretamos estos resultados: el cliente ahora tiene a la vista un camino claro desde el estado real hasta el nuevo concepto.











## COMPRAR ES EMOCIÓN

Experiencia del cliente:  
del conocimiento a la inspiración

■ **El nuevo diseño de la filial** de la tienda insignia Würth en Kamp-Lintfort pone de manifiesto los puntos fuertes de un concepto de merchandising visual específico de forma inspiradora. La compra va mucho más allá del habitual «proceso de buscar-encontrar-comprar» y se escenifica como una experiencia holística en la que la intención original de comprar se alimenta con otras ofertas. El concepto del nuevo diseño se centra en la emocionalización de la experiencia («recorrido de compras») combinada con una presentación optimizada para el cliente de la gama de productos y una expansión significativa de los servicios.





Para el rediseño de la filial de Würth, la nueva definición de la relación comprador-vendedor fue el punto de partida del concepto. Würth ha pasado de ser un mero vendedor de materiales de montaje y fijación a un «socio para profesionales de artesanos». De acuerdo con este nuevo rol, los artículos se presentan de la manera más coherente y elegante posible gracias al concepto de «tienda en tienda» o en la zona central de showrooming. Para ello, el diseño de color y forma también está adaptado al diseño elegido por el cliente. ➤





De Würth al «espacio Würth» en pocos pasos: con Wanzl, la transición de un concepto maduro a la implementación es una mera formalidad. Partiendo de los resultados obtenidos de la investigación de mercado, pasando por el análisis de la competencia y el surtido, hasta la planificación de la configuración y el diseño, ofrecemos todos los componentes del producto que necesita para una implementación exitosa.

Elija sus componentes de diferentes programas con una variedad de módulos de configuración que puede combinar de acuerdo a sus propios deseos.

↓ CABEZAS DE GÓNDOLA COMO AYUDA DE ORIENTACIÓN



↑ COHERENCIA COMO PRINCIPIO  
→ ZONA DE ENTRADA: «ARTESANÍA»  
ES EL LEITMOTIV







- ↑ CONCEPTO DE MARCA ATRACTIVO
- ← PRESENTACIÓN CONCENTRADA DE PRODUCTOS, DISPOSICIÓN CON AMPLITUD



- ↑ DISEÑO DE LAS PAREDES BIEN PENSADO



VÍDEO DE YOUTUBE



# ¡VUELVA A VISITARNOS!

Salida para la siguiente entrada

■ El **gris hormigón claro** para suelos y paredes deja mucho espacio para resaltar elementos individualmente. Las presentaciones de productos en un diseño de acero forman un contraste vivo, al igual que las señales de oferta, elementos de marco y minicontenedores en rojo Würth.

La colocación de nuevas mesas de servicio y un bar de bebidas amplía el espacio de comunicación del cliente, ya que garantizan que los visitantes de la tienda puedan hablar con los empleados de la tienda más fácil y rápidamente que antes.



- ↑ DISEÑO DEL ESPACIO PARA LOS ARTESANOS PROFESIONALES
- SALIDA COMO PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE









VISÍTENOS EN  
[www.wanzl.com](http://www.wanzl.com)



## ALEMANIA

**Wanzl GmbH & Co. KGaA**

Rudolf-Wanzl-Straße 4

89340 Leipheim

Phone +49 (0) 82 21 / 7 29-0

Fax +49 (0) 82 21 / 7 29-1000

[info@wanzl.com](mailto:info@wanzl.com)

[www.wanzl.com](http://www.wanzl.com)

## ESPAÑA

**Wanzl Equipamiento Comercial, S.L.**

Polígono Industrial "El Pla"

c/Miquel Torelló i Pagès, 58 Nave 1

Apdo. de Correos 1485

08750 Molins de Rei - Barcelona

Phone +34 (0) 93 / 680 36 50

Fax +34 (0) 93 / 680 36 52

[wanzl.es@wanzl.com](mailto:wanzl.es@wanzl.com) · [www.wanzl.com](http://www.wanzl.com)