



HERRAMIENTAS PARA DISEÑAR COMERCIOS CON FUTURO

Por carlos aires

Todo empezó hace mucho tiempo con
Adam y Eva, los primeros urbanitas...





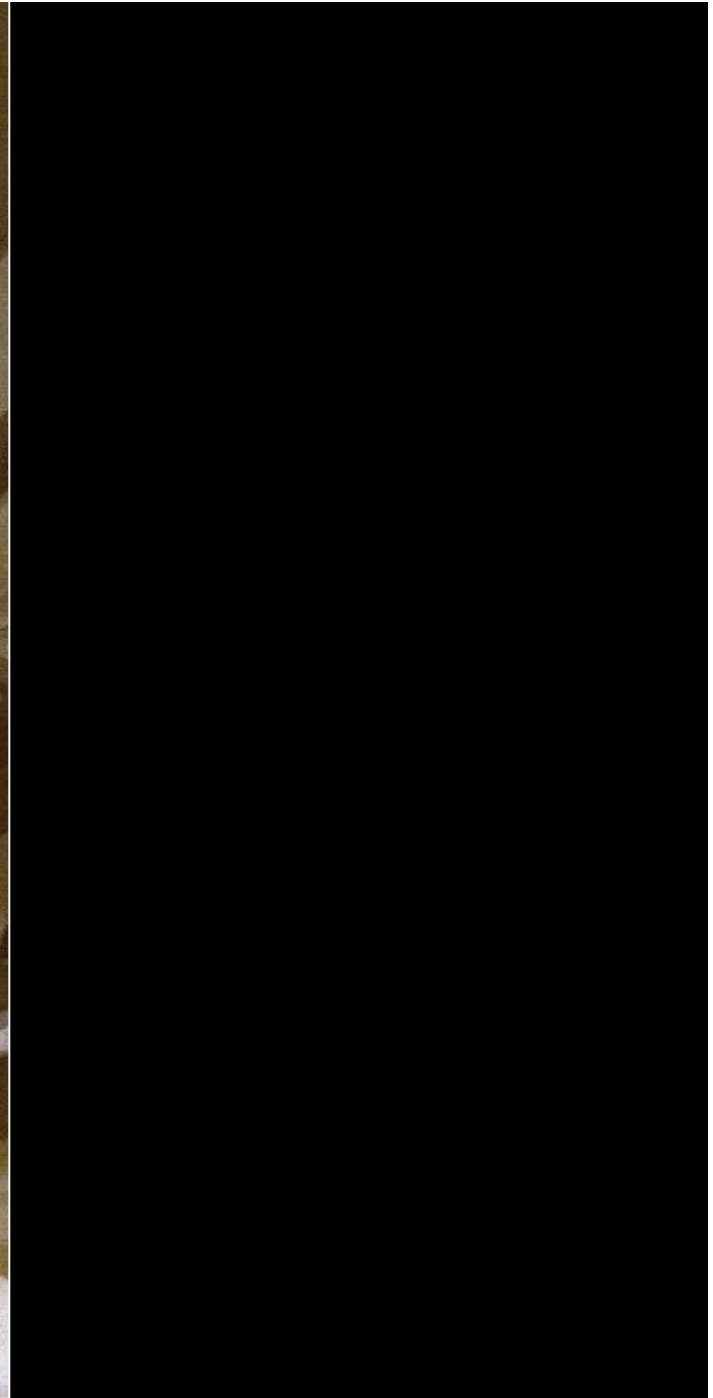
DISEÑAR UN COMERCIO
ES UN ARTE.

El arte de la secucción





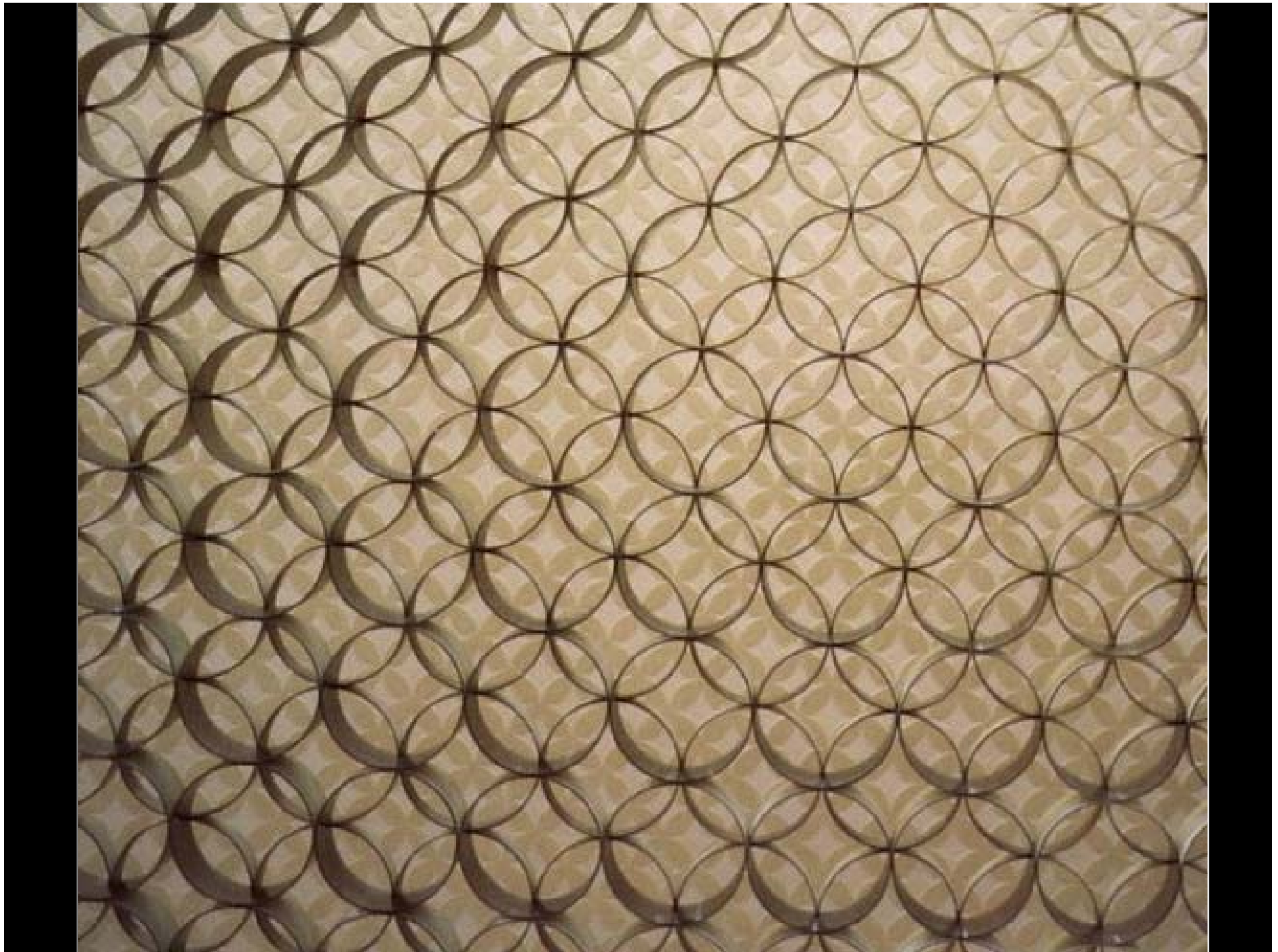
de Stuart Weitzman en Nueva York, donde el interior
capta todo sentimiento de culpa que cualquier adicto a
los zapatos pueda sentir al entrar:



**TODO ESTA BAJO TU
CONTROL.**

**Y ESA DEBE SER TU
PRINCIPAL RECOMPENSA**







**DISEÑAR UN COMERCIO
CONSISTE EN REALIZAR UNA
COMPOSICION DE ESTILO**

PRODUCTO

MARCA

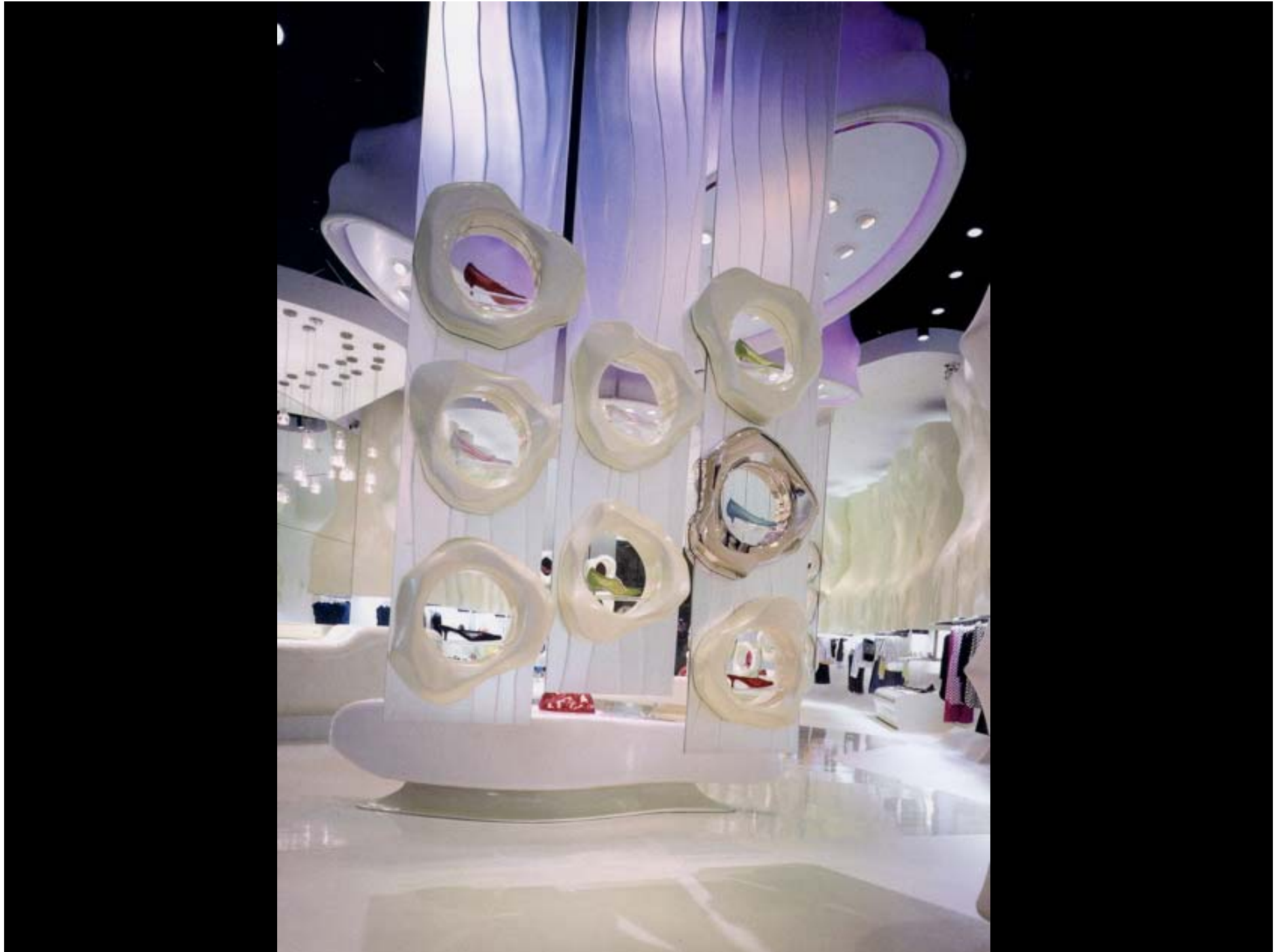


ESPACIO

PUBLICO

Esquema por Carlos Aires







UN COMERCIO ES TRIDIMENSIONAL:

Espacio, luz, color, formas,
ambientes, confort,
movimiento y claridad van
de la mano.



EI ESPACIO COMO ATRIBUTO

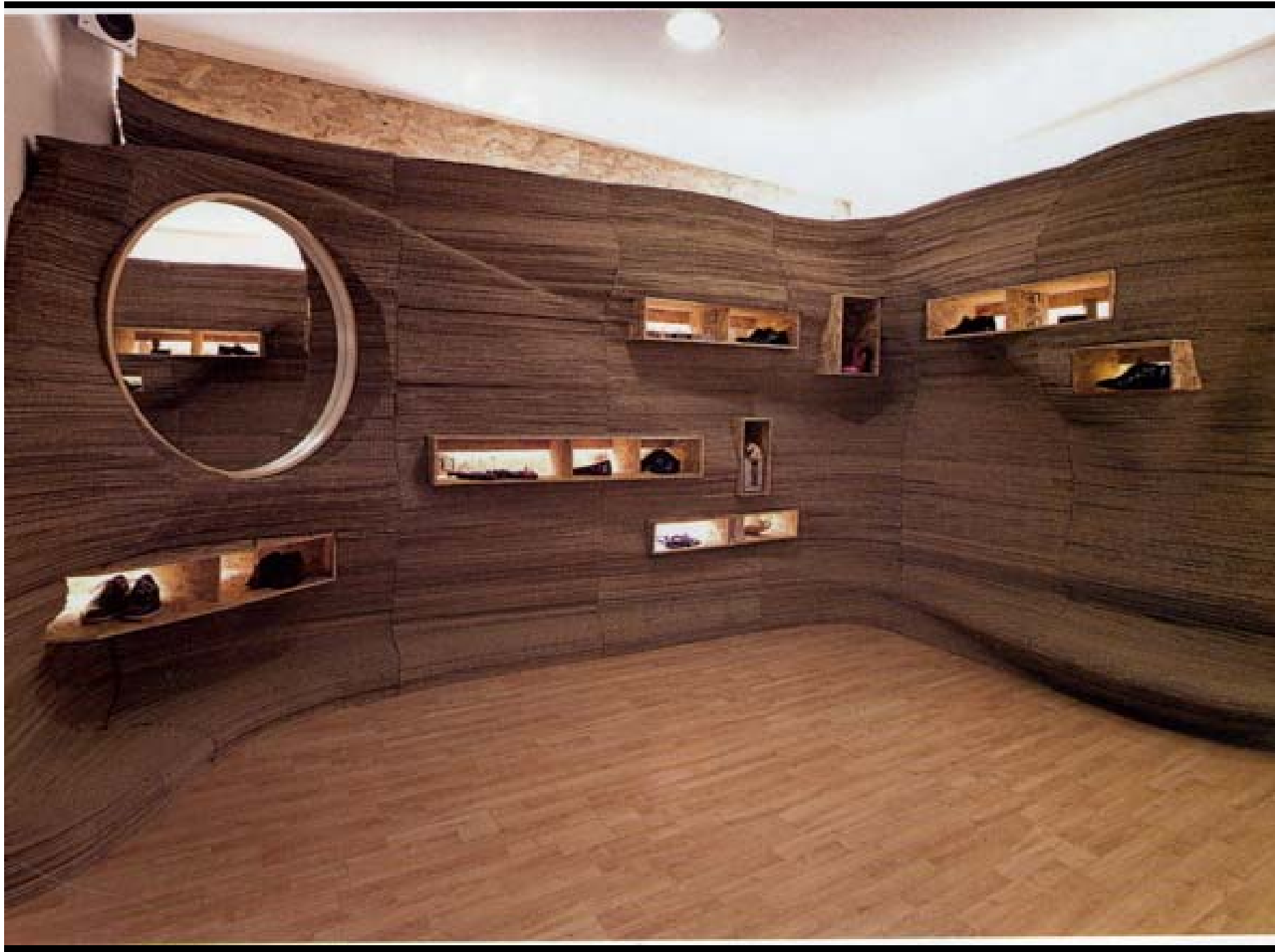








**LOS MATERIALES
COMO SENSACIONES**

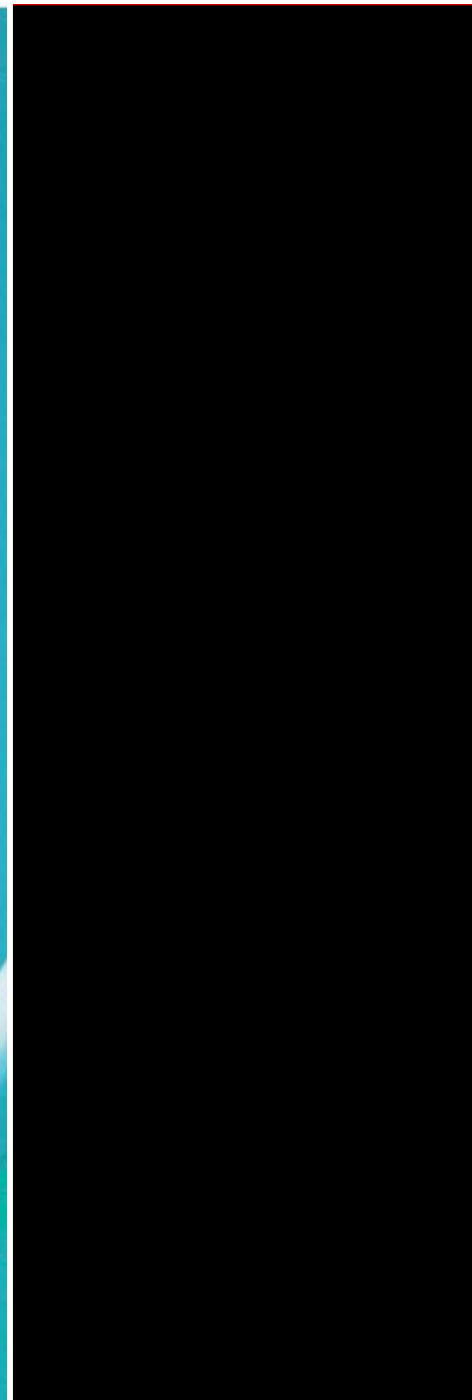








VEMOS PORQUE HAY LUZ















**DISEÑO A
PARTIR DEL
COLOR
DE NUESTRO
PRODUCTO**



SEPHORA
SEPHORA



SEPHORA
SEPHORA





**CUIDAR LAS ZONAS MAS
IMPORTANTES DE UN
COMERCIO**



SEPHORA



SEPHORA
SEPHORA













El espacio, la intensidad de luz, color y sonido afecta directamente a la percepción de calidad y precio.

**UN BUEN DISEÑO ESTA
INTIMAMENTE LIGADO A
LAS VENTAS**



www.marketing-jazz.com