



“Están tomando forma los expositores olfativos, al final volvemos a dar experiencias al punto de venta”

Sonia Vieitez

responsable de las estrategias de escaparatismo de VPV

A la hora de escoger un producto cosmético, los usuarios se fijan en los procesos e ingredientes: si es ecológico y natural, si cumple con criterios sostenibles, si tiene alguna certificación que lo certifique como vegano... Pero tan importante como el fondo es la forma, cómo se presenta este producto para que sea ese y no en otro en el que nos fijemos. Ahí, la PLV tiene mucho que decir, aunque con la COVID-19 hayan tenido que reinventarse de manera forzosa. De todo ello hablamos con Sonia Vieitez, responsable de las estrategias de escaparatismo de VPV.

A la hora de vender un producto cosmético no solo influyen sus ingredientes o cómo se ha producido. También influye la forma...

Evidentemente. La marca luego debe de saber transmitir su imagen, qué experiencia va a tener el usuario cuando la pruebe. El packaging, la estrategia en el punto de venta, se hacen primordiales. Al final el posicionamiento es importante

Y aquí es donde entra en juego tu papel, el del escaparatismo o la PLV (publicidad en el lugar de venta)...

Desde mi incorporación a VPV, lo que he visto es la cantidad de estrategias diferentes que se pueden hacer por una marca, desde activaciones en retail a nivel digital, escaparatismo adecuado y acorde con lo que la marca quiere comunicar (no se trata de apilar diferentes elementos en el escaparate)... Elementos de calidad para que el usuario se fije en tu marca.

Dentro de este ámbito, ¿qué corrientes o tendencias destacan actualmente?

Se habla mucho del tema digital, pero como estrategia de llegar al usuario en el punto de venta, en ese campo se ve poco. En el tema digital, desde VPV se pueden hacer verdaderas maravillas, el ROI se recupera rápido. Luego están tomando forma los expositores olfativos, al final volvemos a dar experiencias al punto de venta. También se estila mucho la convocatoria con clientes finales, que ahora con la COVID-19, se ha trasladado al streaming.

La sostenibilidad es también un

factor fundamental para una labor como la tuya. Es decir, además de disponer bien cada escaparate o PLV también hay que utilizar materiales sostenibles...

Desde VPV, trabajamos con materiales reciclados y reciclables, teniendo los certificados de los proveedores de materia prima. En las estrategias sobre sostenibilidad en la empresa, la sostenibilidad figura como como sinónimo de gestión (del riesgo) ambiental, lo que regula la identificación de los aspectos medioambientales como los principales representantes de la gestión sostenible en la empresa, de lo que se deriva la responsabilidad social de las empresas, siendo esta una integración voluntaria, por parte de las empresas,

de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Las empresas socialmente responsables derivan las distintas escalas de valores sociales, morales o ambientales en diferentes ámbitos formando así la sociedad global. En un mismo entorno, las prioridades en relación con estos aspectos cambian a través del tiempo, es por ello por lo que los recursos naturales se protegen con más énfasis en la actualidad que antes.

El mercado online está pujando con gran fuerza debido a, entre otros factores, la pandemia. ¿Cómo ha influido la situación generada por la COVID-19 en este sentido?

Está claro que la pandemia nos ha obligado a reinventarnos, habiendo sectores que lo han pasado muy mal (y algunos lo están pasando actualmente). En nuestro caso nos ha afectado de igual manera y nos ha tocado reinventarnos con acciones en streaming, y haciendo estrategias conjuntas on/off line

¿En qué se diferencia y cuáles son las principales semejanzas en el ámbito de la PLV entre el sector cosmético y cualquier otro?

Bajo mi punto de vista tres áreas. Diseño, forma y estrategia. Ya en el propio sector, también depende que el canal sea el farmacéuticos, el de peluquería o salones de belleza, spas. La imagen en unos u otros es diferente 

LOS TERCEROS SON LO PRIMERO

SOLUCIONES INTEGRALES DE CONTRACT MANUFACTURING

I+D, fabricación, envasado y acondicionado para terceros



LABORATORIOS

- Cosméticos
- Productos sanitarios
- Productos desinfectantes
- Productos de higiene
- Complementos alimenticios
- Acondicionamiento secundario de productos farmacéuticos
- Ensayos de estabilidad y fotoestabilidad en cámaras climáticas (normativa ICH)

www.entema.com

entema@entema.com

+34 93 864 46 96

