

## CÓMO ELEGIR EL DISEÑO DE CARTELES PARA TIENDAS

Diseñar atractivos carteles para tiendas es fundamental para cualquier negocio. Es la manera de comunicarse con los clientes y de informarles sobre las ofertas del momento, sobre su actividad, y ayuda a transmitir mensajes importantes para la “historia” del negocio. Por eso es importante tener en cuenta qué queremos contar, cómo queremos hacerlo y de qué forma.

Existen muchas maneras de comunicarnos con nuestro público. Podemos hacerlo a través de póster físicos con mensajes comerciales o utilizando las últimas tecnologías e innovaciones en señalización digital, hoy muy de moda gracias a los últimos avances que incluso permiten incluir experiencias de realidad aumentada. Se pueden hacer muchos tipos de letreros y rótulos para tiendas, y todos ellos contribuirán a que la experiencia del cliente sea mejor y más completa.

### Tipos de carteles para tiendas

- **Carteles exteriores y de bienvenida:** a veces son la única razón por la que las personas entran en un local. Por eso son tan importantes. En los negocios de alimentación, en restaurantes y cafeterías se utilizan para comunicar las ofertas del día, los menús o los productos de temporada. Es el primer contacto que los clientes tienen de nuestro comercio y por eso es importante cuidar el tono, el texto y que esté en línea con lo que queremos contar sobre nosotros. Debe ser informativo, claro y conciso, y si tiene un buen diseño, mucho mejor. Asimismo, el cartel de abierto y cerrado, además, también contribuye a nuestra imagen de marca, y en la era de Instagram podemos utilizarlo para que la gente se haga fotos incluso con un mensaje o una ilustración atractiva.



- **Rótulos informativos:** si tenemos una tienda grande, los rótulos son muy importantes para ayudar al cliente a orientarse en nuestro comercio. Existen muchas formas de hacerlo, en el suelo, en los pasillos o colgado del techo, dependiendo del tipo de tienda que tengas y de cómo encaje más

hacerlo. Eso sí, debe ser auto explicativo, es decir, que, con leerlo, nuestro cliente obtenga la información completa.

- **Promociones y anuncios:** también son importantes, sobre todo si quieres que los esfuerzos que realizas por programar las ofertas sean de utilidad. Aquí el lenguaje debe ser informativo, pero es también persuasivo y convincente. ¿Cómo redactar un anuncio en tiendas? Debe ser conciso, directo e incluir un *call to action* (CTA, o en español, “llamada de acción”) que motive al consumidor a pasar a la acción, como su propio nombre indica.
- **Ten en cuenta a los discapacitados:** es interesante que tengas en cuenta a los invidentes en los mensajes de tus tiendas, por ejemplo, incluyendo en tus carteles el lenguaje braille.

## Diseño y trucos para hacer carteles para tiendas llamativos

El mundo del diseño de posters, anuncios y promociones es casi infinito. Depende de muchísimos factores: los gustos del negocio, el tipo de productos que se anuncian e incluso el barrio o localidad en el que se van a enseñar. La recomendación es siempre aplicar el sentido común, y tener en cuenta algunos factores como los siguientes:

- **Soporte:** a la hora de elegir dónde quieres mostrar la información puedes optar por papel o materiales tradicionales o por las últimas tecnologías en paneles LED o retroiluminados. También existen empresas especializadas en la creación de rótulos hechos a mano, en madera o con preciosas técnicas de lettering.
- **Tipografía:** del tipo de letra que elijamos depende su legibilidad. Si lo escribimos a manos conviene tomarse un tiempo para hacerlo bien, ayúdate con guías externas si es necesario. Si lo imprimes de forma digital y utilizas tipos de letra ya existentes, asegúrate de que se vean bien a distancia, de que las letras tengan el interlineado justo y que los tamaños no se pisen unos a otros.
- **Jerarquía de la información:** un buen cartel debe informar solo por cómo estén dispuestos los elementos. Debes incluir un texto de mayor tamaño a modo de título y que el resto de la información sea más pequeña para indicarle a nuestra vista cómo comprender el párrafo. Esto es básico para no confundir a los consumidores, que pocas veces querrán pararse a leer detenidamente un cartel.
- **Colores:** también aportan información ya que atraen nuestra atención o la distraen. Como es el caso, por ejemplo, de un cartel amarillo sobre fondo negro el cual no queda bien a la vista. El marketing cromático también es importante, y no solo para la tienda, sino también para todo lo que queramos mostrar en ella.

