MANUAL PARA MONTAR EN 10 PASOS TU PROPRIA TIENDA DE REGALOS

Cerdá
LIFE'S LITTLE MOMENTS

Siguiendo este manual podrás montar una exitosa tienda de regalos, ¿quieres saber cómo? Nada más fácil.

Montar un negocio no es sencillo, hay trámites que cumplir y muchos aspectos que contemplar. Hoy vamos a ayudarte a hacer de lo difícil algo realmente fácil. En *Artesanía Cerdá* somos especialistas en artículos de personajes infantiles de licencia y llevamos más de 40 años en el sector del regalo. Disponemos de un departamento de asesoría comercial especializado que se ha cimentado en la experiencia de 4 décadas. Nuestros expertos han contribuido a crear cientos de nuevos negocios centrados en el regalo infantil y las licencias. Hoy ponemos nuestro conocimiento a vuestro servicio.

Sigue los pasos

1. Arranca con un pequeño plan de empresa
2. Prepara documentos y realiza los trámites legales esenciales
3. Desarrolla un Plan de Marketing básico
4. Haz que tu negocio tenga identidad propia y sea muy visual
5. Cuida la disposición de los productos en el local
6. Apuesta por el escaparatismo para vender más
7. Aplica estrategias de marketing para impactar en tus clientes
8. Mantente siempre al día
9. Recuerda: estas son las claves del éxito del negocio
10. ¿En qué proveedor confiarás? únete a los mejores

Arranca con un pequeño plan de empresa

Un plan de empresa es simplemente una hoja de ruta, un documento que va a obligarte a pensar en cuestiones esenciales y gracias al cual evitarás graves errores.

Cualquier negocio, por pequeño que sea, debe contar con un plan que siente los pilares de la futura empresa. Cuando te pongas manos a la obra ten presente que:

- La clave del éxito está en no precipitarse
- Las decisiones deben ampararse en datos objetivos
- El tiempo dedicado al plan de empresa es la inversión más rentable.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

- Debes meditar sobre cuestiones básicas. ¿Qué tipo de tienda de regalos quiero crear? ¿Venderé también artículos de textil o calzado? ¿Cuales son mis objetivos? ¿A qué aspiro? ¿Franquicia o negocio independiente? Una de las cuestiones claves que debes plantearte en este punto es si optas por el modelo de franquicia o prefieres trabajar de forma independiente recurriendo a expertos asesores, fabricantes y distribuidores como *Cerdá*.

- Si tienes dudas infórmate en profundidad. Piensa que existen numerosos recursos online y *blogs especializados* con información muy útil para ayudarte en el proceso de decisión.

- El modelo de franquicia presenta ventajas y desventajas. Como franquiciado deberás abonar un canon inicial y royalties variables.

A partir de este momento la franquicia te transmitirá su "know how" o conocimiento práctico sobre el propio negocio. Con este sistema te vendrá dado todo lo relativo a decoración, marketing o proveedores. Los detractores del modelo señalan que de este modo tu autonomía es menor y pierdes la posibilidad de definir la identidad del negocio, su imagen o el tipo de stock. Los argumentos a favor y en contra van a depender de tu experiencia como empresario tanto como de tu propio carácter.

¡RECUERDA!

La respuesta a todas las preguntas llegará conforme avances en la elaboración del plan. Este informe te permitirá tomar decisiones basadas en argumentos.

ESTUDIO DE MERCADO

Deberás realizar un análisis de la zona, una valoración de los locales disponibles más adecuados y un estudio de tus competidores y clientes potenciales. En general, tendrás que saber cuantas tiendas de regalo existen en la zona en la que quieres operar y cual es el coste medio de los locales. La experiencia de *Cerdá* pone de manifiesto que a la hora de elegir hay que **priorizar bajos bien situados:** en avenidas, centros comerciales, zonas próximas a colegios, parques… etc.

CONSEJOS BÁSICOS:

- **Huye de áreas saturadas con negocios similares al tuyo.**
- **No recurras al bajo heredado o muy barato. ¡La ubicación supone el 50% del éxito!**
- **Elige un local espacioso que te permita exponer adecuadamente el stock.**
- **Observa a las familias del entorno y sus hábitos de compra.**
- **Recuerda que el nivel adquisitivo medio del barrio influirá en tu oferta.**

PLANIFICACIÓN DE ASPECTOS COMERCIALES, OPERATIVA DEL NEGOCIO Y STOCK

¿Qué canales de venta vas a activar? ¿Tendrás también un e-commerce? ¿Usarás estrategias de fidelización? ¿En qué plazos comprarás stock? ¿Qué cantidad comprarás y de qué productos? ¿A qué proveedor? ¿Qué inversión en marketing y publicidad necesitarás? Además del análisis de mercado deberás crear un sencillo plan de marketing, más adelante te mostraremos cómo.

En caso de que decidas impulsar tu negocio usando internet contempla desde el inicio horas de dedicación a tal objetivo, incluso deberías valorar el coste de una web y la contratación por horas de un especialista. La venta online te permitirá ampliar tu área de influencia. ¡No desaproveches el potencial de las redes sociales y haz crecer tu negocio gracias a ellas!

Para obtener información sobre cuestiones relativas a stock, reposición o tendencias te recomendamos contactar sin compromiso con el equipo asesor de *Cerdá*. Podrás perfilar el plan con rigor. Nuestros especialistas recomiendan hacer pedidos reducidos y reponer al ritmo que marque la demanda.

NECESIDADES EN CUANTO A RECURSOS HUMANOS

La venta online o el horario de apertura determinarán las necesidades de personal. Si has pensado gestionar tu propia tienda de regalos puede que sea buena idea contar con alguien más de refuerzo para los momentos de mayor venta. Estudia tus necesidades de personal adicional y las fórmulas de contratación que pueden ser más convenientes.

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

El primer año de puesta en marcha de un negocio es el más complicado. Los beneficios tardan en llegar algunos meses y el desembolso inicial debe ser contemplado. El análisis te permitirá saber qué cantidad fija mensual necesitas para iniciar la actividad y mantener el negocio mes a mes. La búsqueda de financiación te resultará más sencilla si tienes las cosas claras desde el inicio. Debes tener en cuenta tres partidas de gasto diferenciadas:

COSTES ESTRUCTURALES : pago de alquiler o hipoteca del local, luz, agua, limpieza, internet, IVA, costes laborales…etc. Incluye en este apartado todos los gastos en los que vayas a incurrir mes a mes invariablemente.

COSTES DE INICIO DE ACTIVIDAD: incluye impuestos por inicio de actividad y engloba costes temporales o pagos únicos. Añade aquí lo que inviertas en la adecuación del local, la compra de expositores, la adquisición del equipo informático, caja o móviles, así como la inversión en marketing o el diseño de tu imagen corporativa entre otras cosas.

COSTE DE REPOSICIÓN Y STOCK: ten en cuenta que tu tienda de regalos necesita mercancía. Como mínimo comprarás producto en las campañas de Otoño/Invierno y Primavera/Verano. Al margen realizarás reposición de artículos o adquirirás novedades al ritmo que tus clientes marquen. Al montar la tienda deberás hacer una planificación de stockaje prudente. Vestir tu tienda gracias a la asesoría de *Cerdá* te costará menos de lo que piensas.

Nuestros expertos comerciales estudian los pedidos detenidamente para fijar la cantidad mínima viable para el negocio. De este modo se reduce el coste de inicio de actividad y puedes testear el éxito de cada tipo de producto o personaje.

Suma tus costes totales, divídelos entre 12 y obtendrás el mínimo mensual necesario para cubrir tus gastos. Ten en cuenta que es normal que el primer año finalice con saldo negativo. Los beneficios llegan cuando se amortizan la reforma y los costes de inicio de actividad.

Hacer una buena planificación de gastos e ingresos te permitirá avanzar con mayor seguridad y ser consciente desde el primer momento del reto que supone iniciar la actividad. Además con los datos económicos claros te será más sencillo solicitar financiación.

Realizar este tipo de cálculos y gestionar correctamente tu tienda tras la apertura será mucho más simple si usas *plantillas diseñadas por expertos.* Aprovecha los recursos online y descubre cómo lo difícil puede acabar resultando realmente sencillo.

Prepara documentos y realiza los trámites legales esenciales

Si lo tuyo no es la burocracia puedes recurrir a expertos asesores de empresa.

En todas las comunidades autónomas las *Cámaras de Comercio*, el *Servicio Estatal de Empleo SEPE* y las Asociaciones de Empresarios disponen de servicios para resolver dudas y dar orientación.

Dispondrás también de información amplia en el portal del *Ministerio de Economía, Industria y Competitividad* enfocado a la pequeña y mediana empresa.
En general ten en cuenta los siguientes pasos:

3 IMPORTANTES TRÁMITES PREVIOS AL INICIO DE LA ACTIVIDAD

HACIENDA:
alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) y en el IVA, declaración censal de inicio de actividad y obtención del CIF.

REGISTRO MERCANTIL:
si eres autónomo no es necesario, de lo contrario deberás inscribir el negocio -si es una sociedad- en el registro mercantil.

TESORERÍA GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL:
inscripción del empresario en el Régimen de Trabajadores Autónomos o si se trata de una sociedad inscripción de la empresa en la Seguridad Social y alta de los empleados.

¡RECUERDA!

Las recomendaciones incluidas en este documento se muestran a nivel orientativo. Es responsabilidad del empresario o emprendedor estar al día en normativa legal.

Cerdá te recomienda cumplir con todas tus obligaciones tributarias y legales desde el primer día. Esta es la mejor manera de iniciar el camino hacia el éxito.

Las personas físicas, los autónomos, no necesitan un capital mínimo para el inicio de la actividad pero las personas jurídicas, las sociedades, sí. Cuando determines la fórmula legal del negocio ten en cuenta estas exigencias. Para crear una SL necesitas un capital mínimo de 3.000 euros, en el caso de una SA son 60.000. Como empresario individual, en comunidad de bienes o en sociedad colectiva por ejemplo tampoco hay mínimo legal.

Desarrolla un Plan de Marketing básico

No tienes que ser un experto en marketing para elaborar un buen plan. ¡Sigue los pasos que te marcamos y prepara el lanzamiento de tu negocio!

OBJETIVOS: ¿QUÉ GRANDES Y PEQUEÑOS OBJETIVOS TE PLANTEAS?

"No hay viento favorable para el que no sabe dónde va"

Esta frase de Séneca define perfectamente la necesidad de fijar metas. Si tienes claro lo que quieres podrás trabajar para conseguirlo y planificar estrategias adecuadas. Te proponemos fijar un máximo de 5 objetivos alcanzables, aquí te damos ejemplos:

- **Quiero que mi tienda sea conocida en todo el barrio.**
- **Quiero incrementar mis ventas en un 20% cada mes durante el primer año.**
- **Quiero que mi tienda sea popular en la ciudad.**
- **Quiero contar con el mejor stockaje posible.**
- **Quiero tener presencial online.**
- **Quiero tener una clientela fiel... etc...**

CLIENTES

Piensa que todo tu negocio se orienta a atraer, satisfacer y fidelizar clientes. Ten en cuenta que los niños son prescriptores e inducen a la compra. Ahora bien, no olvides que los padres son quienes toman la decisión final. Contempla estas dos realidades a la hora de enfocar tus estrategias de venta y cuando selecciones el stock.

¿QUÉ VALORAN LOS NIÑOS?

Artículos divertidos, con componentes innovadores, multifuncionales, productos con la imagen de sus personajes favoritos…etc.

¿QUÉ VALORAN SUS PADRES?

Productos de elevada calidad, seguros, con un diseño atractivo y combinable… artículos funcionales y que al tiempo cumplan la ilusión del pequeño.

¿QUÉ TIPO DE PRODUCTOS CONTENTAN A AMBOS?

Los artículos de licencia de personajes infantiles -caso de los productos de *Artesanía Cerdá*- tienen un enorme potencial en una tienda de regalos porque consiguen impactar en ambos perfiles de la forma más efectiva:

- **Enamoran a tu cliente final, al niño.**
- **Cumplen las exigencias de los padres.**
- **Se benefician de la promoción que hacen las grandes marcas.**
- **Se adaptan a las modas y las tendencias.**
- **Actualizan permanentemente la imagen de tu tienda.**

En *Cerdá* hemos estudiado en profundidad a tu cliente final. Nuestro catálogo se ajusta a sus aspiraciones, deseos y motivaciones. En tu plan de marketing debes tener en cuenta a quien te vas a dirigir y adecuar tus productos, el lenguaje y la estética del local. ¡Nada es casual!

ESTRATEGIAS Y ACCIONES

Los objetivos que te hayas planteado en inicio serán la guía definitiva para seleccionar y ejecutar las estrategias y acciones de marketing más acertadas. Deberás tener en cuenta la fecha de lanzamiento de la tienda de regalos y trabajar para conseguir una apertura exitosa.

Acciones previas a la apertura

TRABAJA LA IDENTIDAD DE TU TIENDA:
será imprescindible que tengas un nombre, un logo y unos colores identificativos, en definitiva una marca, que expresen tu esencia y con la que crear merchandising y material propio de papelería, cartelería, bolsas… ¡Deja que los expertos te orienten!

Ejemplo: REG@LOS+
Con este nombre sugerimos que también tenemos presencia online y explicamos de forma directa tanto el enfoque del negocio como nuestro aporte extra al sector.

La imagen de tu negocio es tu factor diferencial. Piensa en las grandes empresas y en cómo trabajan su identidad visual. La imagen gráfica determinará también en buena medida la gama cromática del mobiliario y miles de detalles. ¡Impacta a tus clientes potenciales desde el primer momento!

ACTIVA TUS REDES SOCIALES:
un perfil de Facebook y otro de Instagram te ayudarán a darte a conocer desde el principio. Al margen, si tu presupuesto alcanza, haz una web que te sirva de escaparate. Incluye estas direcciones -al menos la de la web- en las tarjetas de visita, las bolsas de la tienda y los elementos de packaging. ¡En Internet hay que ser y estar!

Acciones posibles a corto plazo

Publicidad directa con ofertas de lanzamiento: campaña de buzoneo.

+

Inauguración oficial con promociones para los asistentes.

+

Campaña de publicidad online

+

Creación de tarjetas y folletos de alta de cliente.

Desde el primer día invita a quienes te compren a rellenar el formulario para que te autoricen a enviarles promociones y ofertas por mail o teléfono. De este modo generarás una base de datos propia y legal para realizar acciones de marketing directo.

Acciones posibles a medio y largo plazo

Talleres infantiles de manualidades
una vez al mes (previa suscripción y a cambio de cesión de datos para campañas de mailing de promoción de tus artículos).

Showrooms privados
con ofertas especiales.

Campañas de fidelización
(tarjeta de puntos).

Campañas de mailing

Campaña vuelta al cole
con descuentos canjeables en próxima compra...etc…

Campaña de rebajas.

Mes Disney,
artículos con 10% de descuento...etc.

Patrocina una pequeña fiesta
en el barrio y da a conocer tu marca.

Tras más de 40 años en el sector del regalo *Cerdá* ha transformado su conocimiento en información de alto valor. Estas posibles acciones son propuestas reales, todas ellas se han llevado a cabo con éxito en negocios similares al tuyo. Llega el momento de que apliques algunas técnicas. ¡Piensa, actua y triunfa!

PRESUPUESTO

Calcula lo que vas a gastar en cada acción y en la elaboración de los materiales identificativos y promocionales. Piensa que la inversión en marketing y publicidad es esencial para comenzar a ser conocido en tu área de referencia.

RESULTADOS

Analiza los resultados de las acciones a corto, medio y largo plazo. Diseña nuevas acciones o repite aquellas que hayan sido exitosas. Sin un buen balance de resultados no es posible mejorar en tu relación con el cliente. Apuesta por aquellas acciones que sean efectivas y te aproximen a tus metas.

Haz que tu negocio tenga identidad propia y sea muy visual

¿POR DÓNDE COMENZAR?

Necesitas un nombre identificativo, un logo que plasme en diseño ese nombre y unos colores atractivos y que te definan… todo esto forma parte de la marca y se engloba en la conocida identidad corporativa. Cuando tengas esto definido podrás empezar a pintar, decorar y encargar la rotulación exterior de tu negocio. Te recomendamos dejarte guiar por expertos. Deja a un lado tus gustos personales y piensa en tu público. Los expertos de ***Cerdá*** te recomiendan además aplicar estas máximas:

Una tienda de regalos debe...

inspirar emoción, ¡huye de la excesiva seriedad!

+

ser cálida y estar bien decorada y distribuida.

+

ser espejo de la actualidad y los gustos infantiles.

Al margen recuerda que tu negocio debe ser muy visual pero eso no significa que esté saturado, que resulte confuso o que te excedas con los adornos. **Tu tienda de regalos es un lugar especial, todos los elementos que la definen deben orientarse a acentuar esto. Desmarcate de tus competidores con una imagen distinta que despierte interés.**

Cuida la disposición de los productos en el local

A la hora de reformar el local ten en cuenta que la distribución interior y un correcto posicionamiento de los productos son aspectos indispensables para conseguir vender más. Existen multitud de estrategias de diseño que pueden ayudarte a incentivar la compra. Ten en cuenta para empezar estos consejos:

1. MENOS ES MÁS

- Aprovecha al máximo los metros disponibles del local pero piensa que necesitarás un pequeño almacén para guardar stock y no saturar las estanterías. Los artículos de regalo deberán estar ordenados con lógica para no confundir a tu cliente: área escolar, área textil, complementos, córner con calzado básico..etc.

- No abarrotes los expositores, facilita a tu cliente la visualización de tus productos y evita obstáculos. ¿Para qué colocar tres mochilas con luz de Frozen idénticas apiladas? Mejor desempaqueta una, rellénala y haz que tenga protagonismo. De este modo se apreciará mejor la funcionalidad extra del producto y su bonito aspecto. ¡Estarás dando un mejor argumento de compra a la madre y despertarás la emoción de su niña sin coste alguno!

- El equipo asesor de ***Artesanía Cerdá*** puede ayudarte a resaltar los artículos de forma que tengan presencia y consigan atraer más miradas. ¡Si estás colocando stock y no consigues el efecto deseado consulta a nuestros especialistas!

2.
POTENCIA LA ZONA DE LA DERECHA

Según un estudio realizado por los tenderos americanos Rich Kizer & Georganne Bender, el 90% de los clientes sigue la tendencia de girar a la derecha tras cruzar el umbral de la puerta. Esto significa que esta pared alcanza un gran impacto que deberemos aprovechar situando los productos con mayor potencial ahí. Selecciona para ese espacio artículos de los personajes que más gustan a los niños.

3. CREA RECORRIDOS NATURALES EN LA TIENDA

- Si nuestro cliente se va a dirigir primero a la derecha prepara en el lado izquierdo artículos complementarios. Utiliza el recurso de las isletas no invasivas. Si consigues que tus compradores paseen y descubran por sí mismos tu catálogo estarás más cerca de cerrar una venta.
- Al fondo del local puedes crear una área para tus pequeños clientes con mesas, sillitas, hojas para pintar y lápices de colores. Si los niños se enamoran de tu local y disfrutan en él aumentarán los minutos que pasen con sus papás en tu negocio. A más minutos más opciones de venta, es así de simple.

4. USA LA IMAGINACIÓN

En caso de que tu local tenga una forma peculiar aprovecha este recurso para impactar. Da rienda suelta a tu imaginación y sorprende a quienes entren en la tienda con una distribución algo distinta siguiendo los consejos que ya hemos señalado.

Apuesta por el escaparatismo para vender más

Si ya tienes la imagen de marca del negocio y has terminado de vestir la tienda llega el momento de avanzar hacia el siguiente punto. Comienza a trabajar en el escaparate, un elemento esencial en cualquier comercio.

Piensa que es una tarjeta de presentación y como tal debe ser sugerente, tiene que impactar y al mismo tiempo debe despertar el deseo de compra. Por estos motivos es imprescindible que cuides tanto su diseño y distribución como el tipo de productos y la decoración que selecciones. En este negocio todo debe obedecer a una estrategia. Aplicando las técnicas del **visual merchandising** y los consejos expertos de *Cerdá* conseguirás atraer más clientes.

1.

Crea una línea argumental

¿Qué quieres transmitir en tu escaparate? **Define la temática** y construye una historia comprensible con tus productos y algunos elementos decorativos adicionales. Programa en un calendario cambios mensuales atendiendo a tus estrategias de venta y promociones. Como mínimo deberás realizar un escaparate para cada época del año. Al margen prepara nuevas composiciones para promocionar tus productos coincidiendo con fechas señaladas.
No desaproveches en tu tienda de regalos la vuelta al cole, las Navidades, las rebajas, las vacaciones de Pascua o los grandes estrenos de cine con personajes de los que tengas cartera de artículos.

2.

Cuida la iluminación

Si queremos **centrarnos en el producto** apostaremos por una iluminación tenue en el conjunto del escaparate y un foco de luz blanca hacia los productos a destacar. Si, por el contrario, nuestra estrategia se basa en la creatividad y queremos contar una historia, utilizaremos una iluminación general.

3.

Ubica los productos de forma adecuada

El ángulo de visión del cliente es el factor que debe determinar la situación del producto en nuestro escaparate. Así, el espacio que se encuentra entre 1,50 y 1,70 metros es la zona que más atención recibe y donde deben colocarse los productos más importantes para nosotros.

Asimismo, la **zona central del escaparate** es la que más miradas capta y debe ser trabajada con una estrategia clara. Ten en cuenta, que según su importancia, deberíamos situar nuestros productos en las siguientes zonas por este orden:

Aplica estrategias de marketing para impactar a tus clientes

PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

Los programas de fidelización son la opción perfecta para lograr que las personas que llegan por primera vez a nuestra tienda se conviertan en clientes recurrentes.

TARJETA DE SELLADO

Cada 10€ de compra el cliente obtiene un sello. Al completar su tarjeta de sellado recibirá un pequeño regalo personalizado o un descuento.

OFERTAS PARA CLIENTES VIP

Cuando un cliente se hace el carné de tu tienda, o se registra en un formulario, te deja sus datos y te autoriza a utilizarlos. A partir de este momento puedes enviarle promociones personalizadas por mail y llegar a él más fácilmente.

Ejemplo: ¡Estamos en el mes LadyBug, hazte con los artículos de la superheroína con un 10% de descuento hasta el día 30!

COMBOS Y PACKS INTEGRADOS

Puedes crear packs ofreciendo un precio mejor de conjunto. De esta manera consigues vender dos o más artículos y tu cliente siente que ha aprovechado la ocasión. ¿Qué tal unir al pijama de Mickey las zapatillas de ir por casa del ratón? La imaginación y tu stock serán los únicos límites para diseñar atractivos combos y aprovechar las ventajas de la venta incremental.

PROMOCIONES EXCLUSIVAS

Si hay algo que atrae en masa a los clientes son las promociones. Los famosos 2x1 o 3x2 de las grandes cadenas de hipermercados son útiles en tiendas pequeñas para promocionar productos de bajo coste. De este modo se consigue con una pequeña reducción de nuestro margen dar salida a stock sobrante.

CONCURSOS Y SORTEOS

No lo dudes, programa estas acciones a través de tus redes sociales o en tienda física. Los concursos son un buen recurso para impulsar las ventas de algunos productos o para promocionar tu tienda y conseguir nuevos seguidores o clientes. Dos ejemplos ilustrativos:

CONCURSO:

"Estamos en el mes de los artículos de Star Wars. El mejor dibujo de los pequeños clientes que hayan comprado estas semanas tendrá premio. El ganador podrá elegir entre un pack de la saga compuesto por mochila y estuche o un set de gorra premium y toalla de playa para el verano."

SORTEO:

"Entre todos los clientes del mes que se hayan registrado en el formulario de la tienda sorteamos "El combo lluvia" botas de agua y paraguas de tu personaje favorito."

Mantente siempre al día

Estás montando tu propia tienda de regalos y si algo debes tener presente es que las tendencias van a determinar tu éxito. Debes estar al día para ofrecer a tus clientes aquello que desean comprar en el momento adecuado. En ***Artesanía Cerdá*** somos expertos en artículos de licencia de personajes infantiles y cada año realizamos rigurosos análisis para saber qué van a demandar tus pequeños clientes finales.

Nuestros estudios más recientes -teniendo en cuenta gustos, audiencias y estrenos de cine y televisión- apuntan a que en tu selección de stock no podrán faltar algunos artículos de alta demanda de personajes infalibles:

Preescolar

2-6 años

PERSONAJES

Patrulla Canina, Shimmer & Shine, Mickey y Minnie Mouse, My Little Pony, Trolls, Cars, Frozen, Nella, Peg + Cat, Super Wings...

PRODUCTOS

Mochilas, bolsas, estuches, complementos, paraguas, calzado básico (chanclas de playa o botas de agua) y ropa informal...

Escolar

6-8 años

PERSONAJES

LadyBug, Star Wars, Frozen, Harry Potter, La Liga de la Justicia (Batman, Superman, Wonder Woman, Flash…), Los Vengadores (Iron Man, Capitán América, Hulk, Thor…), Mickey Mouse, Spiderman, Trolls, Zak Storm, Transformers...

PRODUCTOS

Mochilas, artículos de papelería y estuches, complementos básicos como gafas de sol, gorras premium o toallas. Calzado básico y ropa informal.

Adolescentes

+12 años

PERSONAJES

Star Wars, Mickey Mouse, La Liga de la Justicia (Batman, Superman, Wonder Woman, Flash…), Los Vengadores (Iron Man, Capitán América, Hulk, Thor…) Wonder Woman, Transformers...

PRODUCTOS

Mochilas, estuches, complementos de moda, ropa, calzado, gorras…

Este año podrás aprovechar el marketing que hacen las grandes marcas gracias a la celebración de dos importantes aniversarios:

- **Mickey cumple 90**
- **MARVEL celebra su 10th Aniversario**

Tu tienda de regalos llegará a ser un referente si tienes la capacidad de conectar con tus clientes desde el primer momento. ¡*Artesanía Cerdá* puede ayudarte a estar al día!

Recuerda, estas son las claves del éxito del negocio

1. Experiencia de compra sobresaliente

Haz que la experiencia de compra de tus clientes sea excepcional: cuida la decoración, genera espacios agradables, utiliza música ambiental e incluso el aroma de alguna fragancia. Vigila los pequeños detalles. Todo contribuye a generar un gran recuerdo en quien visita tu local. Ten en cuenta que el empaquetado o tu actitud, forman parte de esos intangibles que hacen que nos decantemos por un lugar u otro a la hora de comprar.

2. Capacidad de respuesta y visión global

Tras la inauguración de la tienda de regalos deberás prestar atención a tus clientes. Anota sus peticiones, evalúa la forma en la que se comportan en tu local y valora que artículos tienen más salida según la época del año. Detecta necesidades y trata de satisfacerlas… involucra a tu tienda en la vida del barrio y haz que sea conocida. ¡Mantén siempre una visión global!

3. Activación de las Redes Sociales básicas

Con o sin tienda online te recomendamos tener presencia en la red y mantener un perfil activo al menos en facebook e instagram. Una correcta gestión de tu perfil en ambas plataformas va a ser clave para: informar semanalmente a tus clientes sobre promociones, ofertas, nuevos productos, concursos, eventos o cualquier otra realidad que quieras comunicar.

4. Paciencia, optimismo y control

Hacer realidad un sueño no es sencillo. Cuando se trata de un nuevo negocio los beneficios pueden tardar en llegar. Piensa que el primer año necesitas grandes dosis de paciencia, optimismo y perseverancia para ejecutar con éxito tu proyecto y posicionarte en el mercado. Recuerda, tal y como dijo Walt Disney, que **“si puedes soñarlo, puedes hacerlo”.**

5. Aprovechar la oportunidad

Los artículos de personajes infantiles de licencia tienen un enorme atractivo y van a permitirte aprovechar las acciones de marketing de Disney, Marvel o Universal entre otros. Utilizar en tu tienda esta publicidad indirecta va a ayudarte a dar salida al stock. Siempre que te sea posible programa campañas coincidiendo con grandes estrenos de cine o televisión. Usa el poder de las grandes marcas y utiliza la información que *Cerdá* te suministrará para no perder ninguna oportunidad.

¿En qué proveedor confiarás? Únete a los mejores

Una tienda de regalos necesita proveedores confiables, con rápida capacidad de respuesta y que ofrezcan calidad, diseño y actualidad. Esta es la primera norma básica a tener en cuenta para dirigir tu negocio hacia el éxito.

La recomendación de ***Artesanía Cerdá***, tras 45 años de experiencia en el sector de las licencias, es no arriesgar al realizar tu pedido con empresas poco fiables y de dudosa trayectoria. Además, aconsejamos evitar intermediarios. Estas son las 5 razones por las que te interesa contar con nosotros para vestir tu tienda de regalos:

Tenemos servicio de asesoría

Disponemos de un equipo experto asesor con información actualizada sobre tendencias en artículos de licencia y personajes de moda. ¡Ninguna otra empresa del sector cuenta con este servicio! ¡Deja que te ayudemos a planificar tu stock sin riesgos!

Somos fabricantes y distribuidores

Diseñamos, fabricamos y distribuimos nuestros artículos de licencia. Puedes hacer pedidos directos desde 300 Euros y evitar los costes adicionales de los intermediarios.

La innovación nos define

Creamos productos innovadores con un aporte extra. Disponemos de cientos de opciones novedosas que reflejan nuestro esfuerzo permanente por impactar. Nuestros artículos de licencia hacen soñar y enamoran a los niños. ¡Visita el catálogo y sorpréndete!

Con Cerdá vendes ilusión

Creemos en lo que hacemos, nos apasiona el mundo infantil y todos nuestros artículos se enfocan a conseguir deslumbrar y emocionar a tus pequeños clientes finales. Con *Cerdá* no vendes productos, vendes ilusión y momentos únicos.

Apostamos por la calidad y el diseño

Nuestros productos -mochilas, estuches, textil, calzado o complementos- son diseñados atendiendo a las últimas tendencias en moda y tras rigurosos análisis sobre los personajes infantiles de mayor impacto. Además usamos materiales de máxima calidad y resistencia.

Con el Programa Fidelity de Cerdá premiamos tu confianza

Cada vez que compres obtendrás puntos que podrás canjear por displays y expositores de los personajes de moda.

¡No lo dudes, con *Cerdá* estarás más cerca del éxito al abrir tu tienda de regalos!

www.cerdagroup.com