NACE UN NUEVO PERFIL DE CONSUMIDOR DECO POST-COVID19

Las 3 claves que marcarán el sector de la decoración son: cambios y nuevos usos de los espacios más multifuncionales, adquisición de productos en tiendas online y asesoramiento personalizado a través de canales telemáticos.

22 de Abril 2020.- Como expertos en decoración, los socios fundadores de la marca **PortobelloStreet.es**, David González y Alberto Torres, afirman que la situación provocada por la llegada del virus Covid19 va a marcar 'un antes y un después' en el perfil y el consumo de este sector. El confinamiento que está implicando la pandemia ha destapado diversos aspectos a tener en cuenta con relación a las casas. *"El más evidente es que no tenemos un espacio adecuado para el trabajo y/o estudio. Por otro lado, se ha comprobado la falta de versatilidad de las estancias".*

Como pioneros en la venta online de decoración, también destacan que *"al no poder salir a la calle, las personas han descubierto todo un universo digital de productos y servicios a la venta mucho más interesante, a veces, que el de la tienda física"*.

Según Alberto Torres, "*la idea es que ahora que nos hemos dado cuenta de estos hechos, tenemos que prepararnos por lo que esto pueda durar o bien, por si se vuelve a producir en un futuro"*.

Alberto Torres (izqda.) y David González (drcha.)

Disponer de más tiempo conlleva redescubrir y mejorar la casa

Un viernes de marzo se declara el Estado de Alarma en España y muchas personas pasan de apenas estar en sus casas salvo para cenar y dormir a vivir confinadas 24 horas, de tener unas rutinas marcadas por una permanente carrera contrarreloj a disponer de mucho tiempo libre. En esta nueva realidad doméstica "*te das cuenta de un montón de cosas que te faltan en casa o que no están bien resueltas, y además tienes tiempo para pensar en ellas".* Precisamente ese tiempo es el que permite al usuario poder medir, consultar, buscar, comparar, etc. hasta dar con la pieza o la solución que necesita para mejorar su bienestar en casa.

Y así es como el usuario redescubre su casa y con ello el placer de decorar, distribuir espacios, diseñar, crear nuevos ambientes, etc. fomentando ese nuevo perfil de consumidor de decoración que sabe que ahora la casa ha cambiado, ya que *"debe cubrir todas sus necesidades, tanto de ocio como de estudio, trabajo y salud".*

(sigue…)

El consumo de decoración va a implementar muchos cambios tras la experiencia del confinamiento. Algunos solo implicarán la renovación de determinadas piezas y otros darán pie a obras, proyectos de adaptación y rehabilitación para maximizar el espacio y que precisarán de empresas profesionales expertas, como **PortobelloStreet.es**, aportando soluciones a cada cliente de forma muy individualizada.

Los fundadores de la marca ponen algunos ejemplos de estancias en las que focalizar los cambios y generar espacios polivalentes: los jardines, terrazas o patios ganan protagonismo como pulmón de la casa; los áticos y terrazas se integran en la vivienda para usarse todo el año; en las cocinas se despierta la necesidad de incorporar zona office para dejar el salón más libre; y los dormitorios integran espacios de trabajo/estudio.

En estos últimos ganan adeptos las camas y los escritorios abatibles para ganar espacio. También las librerías con puertas para guardar el material y mantenerlo lejos de la vista.

Consumo futuro: atención telemática y tiendas online

Parece ser que la distancia social como medida de prevención sanitaria se va a imponer en la vuelta a la normalidad, limitando la presencia en tiendas físicas, por lo que la atención y las consultas con los profesionales se realizarán mayormente a través de canales como el mail, las videollamadas o los mensajes de móvil, según preferencias del cliente. *"Lo importante es que éste sienta que nos importa, que estamos comprometidos con sus necesidades y, además, a su gusto"*.

En línea con este aspecto, van a ganar relevancia las tiendas online de decoración, especialmente las que tienen un proyecto de largo recorrido, como **PortobelloStreet.es**, que se estrenó en el sector hace 25 años, y como pioneros remarcan que las claves para que este tipo de negocio digital funcione son *"tener un equipo humano preparado así como recursos logísticos, herramientas de atención al cliente, una oferta diferencial y, lo más importante: credibilidad"*.

Y, en un sector tan visual como el de la decoración y el diseño, no hay que olvidar otras herramientas digitales imprescindibles como son las redes sociales. El cliente busca que le sorprendan continuamente con *"contenidos, ideas, consejos y proyectos y para ello hay que utilizar todas las redes porque la omnicanalidad es la norma imperante de nuestros días"*, opina la marca.

ComuniKate MAS media
+34 607 273 346
masmediabcn@gmail.com
MARTA ALONSO SERRANO www.comunikatemas.com