

A Luz Empresarial

A iluminação como ferramenta nas estratégias de vendas

Por Vanessa Cassol

A história da luz é tão antiga quanto à da humanidade. Seja pela descoberta do fogo ou o nascimento de Cristo, quando os visitantes do oriente foram guiados pela estrela de Jesus, a luz tem adquirido vários significados ao longo dos anos. A iluminação como expressão artística é verificada desde os menires, localizados na Grécia Antiga, onde a valorização da luz natural era estudada e integrada à Arquitetura. Atualmente, a luz artificial se expressa elevada e crescentemente no cotidiano das cidades.

A iluminação adequada influencia a percepção do ser humano em relação ao ambiente e o que está à sua volta. Os seres vivos são atraídos pela luz. A luz reflete os objetos e suas cores aos olhos do observador. Esta reflexão traz impacto, nostalgia, alegria, amor, tristeza, enfim, sentimentos, emoção.

Se, portanto, a sensação é produto da luz, os estímulos sensoriais impulsionam o consumidor a comprar ou não um determinado produto. Como ferramenta essencial de estratégia de vendas, a iluminação está diretamente relacionada ao Merchandising, expandindo e consolidando a compra pelo consumidor. Este recurso interfere no comportamento do cliente, seduzindo e impactando-o nos pontos-de-venda.

Além dos critérios técnicos a serem considerados, como níveis recomendáveis de iluminância, o bem-estar é um ponto importante a ser considerado num projeto luminotécnico.



Foto: Divulgação

Os fatores a serem analisados são inúmeros: espaço físico, quantidade de pessoas que usarão o ambiente, identidade arquitetônica, tarefas a serem executadas, objetivos a serem atingidos, mobiliário, orientação solar, consumo energético, equipamentos e tantos outros.

Segundo a *Point of Purchase Advertising International – POPAI*, nos Estados Unidos, a visão é responsável por 84% de resposta a estímulos sensoriais, contra 16% dos outros quatro! Definida como *megatendência*, a iluminação é adotada pelas principais empresas do mundo como uma ferramenta primordial nas estratégias de vendas, pois estudos comprovam que ela influencia diretamente nosso estado de espírito, alterando níveis de produtividade ou relaxamento, bem como aumentando ou reduzindo a motivação e satisfação do funcionário - o que reflete diretamente no consumidor.

A iluminação evoluiu, os conceitos mudaram, os valores se adequaram, as empresas consideram cada vez mais a sensibilidade e se abrem para o novo, para o melhor, para a luz! ◀

A iluminação evoluiu, os conceitos mudaram, os valores se adequaram, as empresas consideram cada vez mais a sensibilidade e se abrem para o novo, para o melhor, para a luz! ◀

Vanessa Cassol é Arquiteta e Urbanista, pós-graduada em MBA de Gestão Empresarial, filiada à Associação Brasileira de Arquitetos de Iluminação, teve acesso a estudos de projetos luminotécnicos de construções na cidade de Londres, como a sede do Banco Lloyd's, entre outras obras.

arqnessa@hotmail.com