

No basta con que las tiendas sean 'sexies'

En uno de los Desayunos de Trabajo auspiciados por Diffusion Sport donde se reunieron destacados representantes de la distribución nacional, uno de los participantes aludió a la necesidad de que las tiendas tienen que ser 'sexies'. Esa frase, que reclamaba que los puntos de venta del sector deportivo deben remozarse y convertirse en atractivos para el consumidor para así conseguir su entrada en los mismos y abrir la opción a la posible compra, caló en el mercado y en las últimas semanas hemos podido escucharla en boca de varios profesionales de nuestro entorno; tanto del retail como de los proveedores.

Coincidimos plenamente en que es requisito indispensable que los establecimientos de deporte se sometan a un restyling y que se acicalen para conquistar al consumidor. Aunque es verdad que a cierto tipo de público no le importa realizar un viaje en el tiempo, convendremos que quienes disponen de mayor poder adquisitivo y están dispuestos a optar por producto de alta gama reclaman un perfil de comercio adaptado a los nuevos tiempos y donde la experiencia de compra priorice el precio.

No obstante, el conjunto de nuestro sector debería plantearse si el deporte es suficientemente 'sexy'. Es verdad que para determinadas personas esta actividad resulta atractiva; tan cierto como que el nivel de práctica deportiva sigue presentando registros preocupantes; sobre todo entre las nuevas generaciones.

Hace un mes, las calles de nuestros pueblos y ciudades celebraban... ¡Halloween! Las típicas castañadas de antaño han cedido (cinematografía mediante, y con la inestimable ayuda del cambio climático) a ese evento importado de Estados Unidos y que ha calado entre la población más joven.

Si las películas consiguieron promover el tabaco, las casas unifamiliares o los todoterrenos, ¿alguien duda que podrían hacer lo propio con la práctica deportiva infantil y juvenil? Es cierto que debería apelarse a la industria de Hollywood. Teniendo en cuenta que la obesidad en Norteamérica constituye una pandemia no debería hacer oídos sordos a ello. Aunque con el nuevo inquilino de la Casa Blanca todo es posible... <<

AGENDA

JORNADAS DE COMPRA

INTERSPORT

Campaña de textil, calzado y complementos de Nike, Adidas, Reebok y Asics.

Fechas:

Del 11 al 14 de diciembre.

Lugar: Rubí (Barcelona).

BASE-DETALLSPORT

Campaña de textil, calzado y complementos de otoño/invierno 2018-19.

Fechas: Del 14 al 16 de enero.

Lugar: Cornellà de Llobregat (Barcelona).

TWINNER IBERIA

Campaña de textil, calzado y complementos de otoño/invierno 2018-19.

Fechas: Del 18 al 19 de enero.

Lugar: Zaragoza.

CRONOS

Campaña de textil, calzado y complementos FW 2018-19.

Fechas: Del 19 al 20 de enero.

Lugar: Talavera de la Reina (Toledo).

ATMÓSFERA SPORT

Campaña de textil, calzado y complementos FW 2018-19.

Fechas: Del 18 al 20 de enero.

Lugar: Silla (Valencia).

TOTALSPORT

Campaña de textil, calzado y complementos FW 2018-19.

Fechas: Del 21 al 23 de enero.

Lugar: Zaragoza.

INTERSPORT

Campaña de textil, calzado y complementos de otoño/invierno 2018-19 (2ª parte).

Fechas:

Fechas: Del 22 al 25 de enero.

Lugar: Rubí (Barcelona).

FERIA DE DEPORTE DE GALICIA

Fechas:

Del 28 al 30 de enero de 2018.

Horario: De 9:00 a 18:00 h.

Lugar:

Hotel Puerta del Camino. C/ Miguel Ferro Caaveiro, s/n. 15703 Santiago de Compostela (La Coruña).

FERIAS

ISPO MUNICH

Fechas:

Del 28 al 31 de enero de 2018.

Lugar:

Múnich (Alemania).

ISPO BEIJING

Fechas:

Del 24 al 27 de enero de 2018.

Lugar:

Pequín.

EXPO SPORTS

Fechas:

Del 9 al 10 de marzo de 2018.

Lugar:

Barcelona.

SEA OTTER EUROPE

Fechas:

Del 8 al 10 de junio de 2018.

Lugar: Gerona.

OUTDOOR

Fechas:

Del 17 al 20 de junio de 2018.

Lugar:

Friedrichshafen (Alemania).

LA BIBLIOTECA

Sin miedo ni excusas

El miedo es una de las emociones que consigue atenazaros y bloquear nuestra actividad. Mientras, las excusas se revelan como el recurso en el que nos escudamos para evitar hacer aquello que no nos apetece. Ni el miedo ni las excusas deben formar parte del paisaje de cualquier profesional que desea planificar su carrera. **Larry Smith**, autor de este libro de **Ediciones Urano**, nos ayuda de un modo práctico a diseñar el itinerario laboral para alcanzar nuestros objetivos a nivel profesional.

