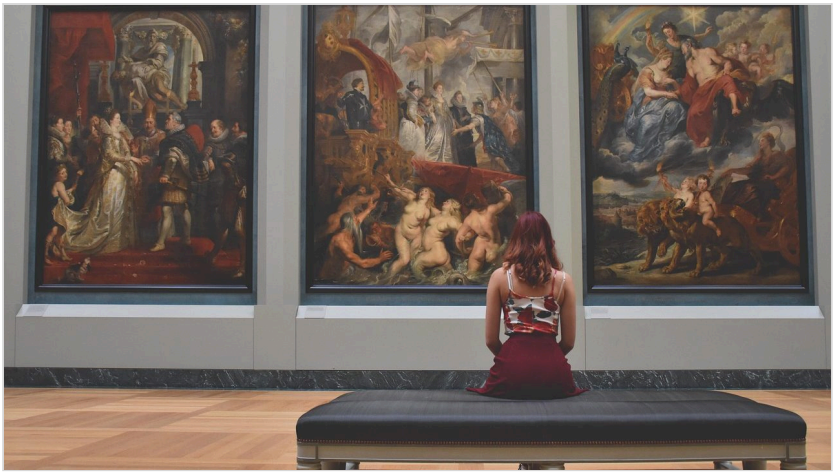
LUMBRE



Organizacion de eventos y talleres en tienda de pinturas

Materia: Eventos y talleres · Academia de Pinturas Especializadas

31/10/2026

Antes de empezar

Objeto extra de la Academia de Pinturas Especializadas: organizacion de eventos y talleres en tienda de pinturas. Desde talleres de pintura para clientes hasta eventos de proveedores, pasando por la logistica, la promocion y el analisis de resultados.

QUÉ APRENDERÁS

- Planificar, organizar y ejecutar eventos y talleres en una tienda de pinturas: talleres para clientes, demostraciones de productos, eventos de proveedores, logistica, promocion y medicion de asistencia.

Organizacion de eventos y talleres en tienda de pinturas

Los eventos en tienda son una herramienta potente para fidelizar clientes, demostrar productos y generar ventas.

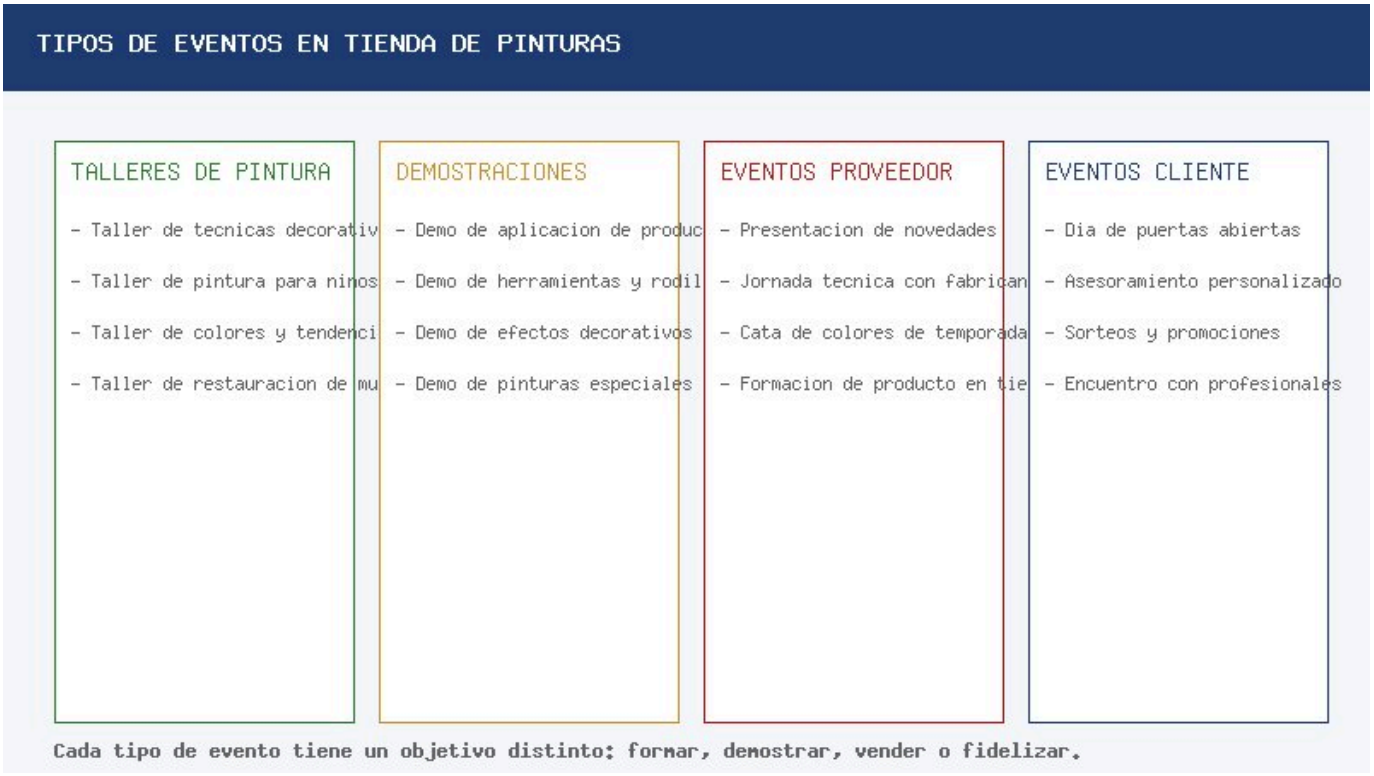
Organizar eventos y talleres en una tienda de pinturas es una actividad que combina **creatividad, logistica y atencion al cliente**. Un buen evento no surge de la improvisacion: se planifica con antelacion, se promociona por los canales adecuados y se mide su resultado.

Existen cuatro grandes tipos de eventos en una tienda de pinturas: **talleres de pintura para clientes** (aprender haciendo), **demostraciones de productos** (ver para

creer), **eventos de proveedores** (novedades y formacion) y **eventos de fidelizacion** (puertas abiertas, sorteos, encuentros).

> **La regla de oro de los eventos en tienda**
>
> Todo evento tiene un objetivo claro: o vendes mas, o fidelizas al cliente, o formas al equipo. Si no tienes claro el objetivo, no tienes claro el evento.

1 · Tipos de eventos en tienda de pinturas



Cuatro grandes categorias: talleres de pintura, demostraciones, eventos de proveedores y eventos para clientes.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE

1. Los cuatro grandes tipos de eventos

Comparativa de tipos de eventos

Tipo	Objetivo principal	Duracion tipica	Publico
Taller de pintura	Aprender haciendo + venta de materiales	2-3 horas	Clientes particulares, familias
Demostracion de producto	Mostrar resultados + generar confianza	30-60 minutos	Clientes con proyecto en mente
Evento de proveedor	Presentar novedades + formar al equipo	1-2 horas	Equipo de tienda + clientes VIP
Evento de fidelizacion	Crear relacion + imagen de marca	2-4 horas	Clientes actuales y potenciales

2 · Logistica y preparacion: el checklist del exito

Dos bloques: antes del evento (planificacion y difusion) y durante/despues (ejecucion y seguimiento).

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE

2. El checklist completo de preparacion

> **El error mas comun**
>
> El error mas comun es centrarse solo en el dia del evento y olvidar la fase de difusion y la de seguimiento. Un evento sin difusion no tiene asistentes. Un evento sin seguimiento no tiene retorno. Las cinco fases son igual de importantes.

3 · Promocion y asistencia: del alcance a la conversion

Embudo de conversion: difusion, interes, inscripcion, asistencia real y conversion en venta.

La promocion de un evento funciona como un embudo: de todas las personas que ven el anuncio, solo un porcentaje se interesa, solo un porcentaje se inscribe, solo un porcentaje viene realmente, y solo un porcentaje compra despues. Cada etapa tiene su tactica:

- **Difusion** (alcance): cartel en tienda, email marketing, redes sociales, prensa local.
- **Interes** (engagement): fotos de eventos anteriores, testimonios de clientes, contenido atractivo.
- **Inscripcion** (registro): formulario sencillo, confirmacion inmediata, recordatorio automatico.
- **Asistencia** (presencia): recordatorio 24h antes, facilidad de aparcamiento, horario comodo.

- **Conversion** (venta): oferta especial para asistentes, muestra de productos, asesoramiento in situ.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE

3. Canales de promocion y su efectividad

> **La tasa de no-show**
>
> En eventos gratuitos, la tasa de no-show (inscritos que no vienen) puede ser del 40-60%. Para compensar: invita al 150% del aforo deseado, envia recordatorio 24h antes, y pide confirmacion la manana del evento. Si cobras entrada (aunque sea simbolica), la tasa de asistencia sube al 80-90%.

4 · Casos practicos: eventos que funcionan

Estos son algunos formatos de eventos que han demostrado funcionar bien en tiendas de pinturas:

Taller "Pinta tu propio cuadro": 2 horas, 10-15 personas, materiales incluidos, precio simbolico (15-25 EUR). Los asistentes aprenden una tecnica sencilla y se llevan su obra. El 60% compra productos en la tienda ese mismo dia.

Demostracion "Efectos decorativos en vivo": 45 minutos, acceso libre, sin inscripcion. Un profesional muestra como hacer efecto esponja, estarcido o patina. Se vende el kit completo de productos al terminar.

Evento de proveedor "Novedades de temporada": el fabricante presenta su nueva gama. Se ofrece degustacion y sorteo. Los clientes se llevan muestras gratis. El equipo de tienda recibe formacion tecnica.

Jornada de puertas abiertas "Tu tienda te necesita": evento anual, un sabado al mes. Actividades para ninos, sorteos, descuentos especiales. Se capta base de datos de nuevos clientes.

Para dominar este tema

4. Estas organizando un taller de pintura para clientes. Cual es el objetivo principal?

☐ Que los clientes se diviertan un rato

☐ Que aprendan una tecnica y que vean el valor de los productos que se usan

☐ Llenar la tienda de gente un sabado

☐ Demostrar que tu tienda es mejor que la competencia

5. Ordena las fases de preparacion de un evento de la primera a la ultima.

Elementos:

- Definir objetivo y presupuesto
- Confirmar ponentes y reservar espacio
- Enviar invitaciones y publicar en redes
- Montaje, registro y fotos del evento
- Email de agradecimiento y analisis de resultados

Fase 1: Definicion	· · ·
Fase 2: Preparacion	· · ·
Fase 3: Difusion	· · ·
Fase 4: Ejecucion	· · ·
Fase 5: Seguimiento	· · ·

6. Relaciona cada canal de promocion con su principal ventaja.

6.	Email marketing	_____
6.	Redes sociales	_____
6.	Cartel en tienda	_____
6.	Contacto personal	_____

Opciones: Canal directo con base de datos existente · Alcance visual y compartibilidad · Maxima conversion en clientes que ya entran · Mayor tasa de respuesta para clientes VIP

7. En eventos gratuitos, la tasa de no-show (inscritos que no vienen) suele ser inferior al 10%.

☐ Verdadero

☐ Falso

8. **Imagina que tu tienda va a organizar su primer taller de pintura. Tienes un presupuesto limitado y un aforo de 15 personas. Describe: que tipo de taller harias, como lo promocionarias, que materiales necesitarian y que oferta especial ofrecerias a los asistentes para que compren productos ese dia.**

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE

9. **Un compañero esta organizando un evento. Marca las frases que contienen errores.**

10. **Enumera las cinco fases de preparacion de un evento en tienda de pinturas, en orden cronologico, desde la planificacion inicial hasta el seguimiento posterior.**

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE

11. **Memoria: fases del evento**

Empareja cada fase con su descripcion.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE

12. **Tarjetas rapidas de eventos**

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE

13. Chequeo: eventos y talleres

Para mirarlo de otra manera

Caso ficticio: taller "Pinta tu propio cuadro"

> Una tienda de pinturas organiza un taller de 2 horas para 12 personas. Cada asistente paga 20 EUR (materiales incluidos). La tienda prepara lienzo, pinturas, pinceles y un guia paso a paso. Al terminar, el 60% de los asistentes compra productos adicionales en la tienda. El taller se publica en Instagram con fotos de ediciones anteriores. Se envian invitaciones por email 3 semanas antes y recordatorio 2 dias antes. El resultado: 12 plazas cubiertas, 7 compras adicionales ese dia, y 4 nuevos seguidores en Instagram que se apuntan a la lista de email.

El truco de la lista de espera

> Si tu evento tiene aforo limitado, crea una lista de espera. Cuando se llenen las plazas, avisa a los inscritos de que hay lista de espera y que si cancelan, avisen con 24h de antelacion para dar la plaza al siguiente. Esto reduce la tasa de no-show porque el inscrito siente que su plaza es valiosa y que alguien la ocuparia si no va.

Referencia curricular

Materia:	Eventos y talleres · Academia de Pinturas Especializadas

Versi\u00f3n interactiva completa (con actividades, v\u00eddeos y autoevaluaci\u00f3n):

https://pinturasespecializadas.lumbre.lat/object/organizacion-de-eventos-y-talleres-en-tienda-de-pinturas

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat