

# Przewodnik po

Światło zaprasza do wnętrza, tworzy jego atmosferę, może być przyjaznym doradcą klienta i pomocnikiem sprzedawcy. Warunek? Musi być odpowiednie do celów, jakie sobie stawiamy.

Dobrze oświetlone wnętrza to harmonia światła ogólnego i punktowego. Butik Piastowski ze Słupska

We wnętrzu sklepu odzieżowego oświetlenie pełni podobną rolę jak tkanina w kreacji – jest jednocześnie tłem i akcentem. Powinno pomóc w atrakcyjnym przedstawieniu kolekcji jednej marki, lub kolekcji zbudowanej z kilku marek. I choć w pierwszym przypadku ma zadanie zdecydowanie łatwiejsze, to zawsze jest przewodnikiem po kolekcji. Niewłaściwie dobrane automatycznie staje złym doradcą klienta. Warto więc poznać zasady, które pomogą wydobyć na światło dzienne atuty kolekcji.

**10 zasad, ważnych przy doborze oświetlenia, punktuje dziś pani JOLANTA KWAŚNIK, specjalistka aranżacji i zabudowy powierzchni handlowych, współwłaścicielka firmy LOKIS.**



**1. Zaakcentuj oświetleniem niepowtarzalność, oryginalność marki.** Firmy, których programem jest „uowodnienie innością” wykorzystują światło do zaakcentowania niezwykłości wnętrza. W salonach sieciowych powtarzalność systemu oświetlenia kolekcji jest jednym z elementów identyfikujących markę.

**2. Pamiętaj o korzystnej relacji między korzyściami a nakładami.** Nie warto oszczędzać kosztem jakości i funkcjonalności. Przystępując do projektowania lub modernizacji wnętrza należy pamiętać, iż szczególną rolę w nim odgrywa oświetlenie. Ważne jest, aby było ono zgodne z charakterem prezentowanych kolekcji i upodobaniami tej grupy klientów, do której je kierujemy. Warto zmobilizować projektanta wnętrza do zdobycia informacji o nowinkach, np. o zastosowaniu w aranżacji wnętrza diod świecących (power LED). Ale także o różnicy kosztów między konkretnymi rozwiązaniami – np. oprawy sufitowe, rastrowe, linie świetlne szybkiego montażu, ekonomiczne moduły opraw itd.

**3. Dobierz styl oświetlenia do specyfiki asortymentu, stylu kolekcji i charakteru wnętrza.** Najlepszą szkołą budowania atmosfery światłem są

galerie obrazów dawnych mistrzów i kadry filmów, których atutem są wnętrza i szczegóły. Wystrój wnętrza – np. prostota, przepych, luksusowy minimalizm – determinuje wybór rodzaju oświetlenia. W prostych aranżacjach można zastosować nawet standardową belkę montażową, czyli oprawę świetlówkową bez rastrów. We wnętrzach luksusowych lub butikowych nabierają znaczenia punkty świetlne akcentujące konkretne produkty i wybrane przestrzenie. Formą opraw można podkreślić barokowy, secesyjny albo rustykalny styl wnętrza. Można też postawić na przenikanie luksuru i prostoty, wprowadzając np. zdyscyplinowane, geometryczne formy elementów wyposażenia w połączeniu z efektownymi żyrandolami zbudowanymi z misternie szlifowanych kryształów.

**4. Wyznacz światłem „szlak zwiedzania”.** Moda wymaga modnych wnętrz. Modnych, ale – i przede wszystkim – z perfekcyjnie użytym światłem. Dobrze oświetlone wnętrza musi intrygować, sprawiać wrażenie przestrzennego, z wygodnymi szlakami komunikacyjnymi wyrysowanymi światłem umieszczonym dyskretnie na suficie lub ścianach.

# kolekcji



MONNARI – BLUE CITY w Warszawie

**5. Dobierz intensywność, rozproszenie, barwę światła do potrzeb „scen oświetleniowych”.** Witryna, wejście, ciągi komunikacyjne, regały, wieszaki, przymierzalnie – do każdej przestrzeni należy, w porozumieniu ze specjalistą, dobrać rodzaj oświetlenia. Uniwersalność metalhalogenowego jupitera może okazać się wadą w przymierzalni, a zaletą, gdy chcemy wyeksponować logo marki.

**6. „Wymaluj” światłem witrynę.** Witryna informuje i zaprasza do środka. Połączenie światła statycznego, rozproszonego z dynamicznym, kierowanym, skupionym w punkt umożliwia tworzenie odpowiedniej aranżacji, pozwala wyróżnić te elementy stylizacji, które chcemy szczególnie zaakcentować. Wydobywa witrynę w znaczący sposób z ciągu pozostałych.

**7. Twórz atrakcyjną kompozycję z tła i akcentów.** Każde wnętrza to mozaika miejsc sprzedażowo mocnych – środki ścian, i słabych – okolice wejścia i kąty. Odpowiednim oświetleniem miejsc sprzedażowo silnych i specjalnym doświetleniem „słabizn” możemy podnieść atrakcyjność tych ostatnich. Niezawodne w roli „doświetlaczy” są punkty z mobilnymi, obrotowymi oprawami i metalhalogenowymi źródłami światła.

**8. Buduj przestrzenne, przyjazne wnętrza rozproszonym światłem o „przyjaznej” barwie.** Natomiast miejsca strategiczne – firmowe plakaty, wizerunkową ścianę, manekiny-stylizacje dnia – podkreślaj intensywnym światłem punktowym.

**9. Uczynź światło przewodnikiem po kolekcji, czyli przyjacielem klienta.** Pamiętaj, nastrój harmonii tworzy kompozycja zróżnicowanych światła. Zadaniem jednych jest oświetlenie „ogólne” całego wnętrza, inne koncentrują się na wybranym fragmencie lub produkcie.



MONNARI – AUCHAN w Gdańsku

**10. Nie zapominaj, iż monotonia oświetlenia zepsuje najlepiej zaprojektowane wnętrza.**

Monotonne, nieróżnicowane światło potrafi zatrzeć efektywność najlepszej nawet kolekcji, co w sposób bezpośredni przekłada się na sukces sprzedażowy.

JOLANTA KWAŚNIK

Dzięki odpowiedniemu oświetleniu wszystkie miejsca w sklepie stają się jednakowo atrakcyjne. MONNARI



Dobrze oświetlona witryna działa jak zaproszenie do środka. GREY WOLF w Gdańsku, Galeria MADISON

Rolę światła punktowego najwyraźniej widać w salonach z obuwiem. NORD – Promenada w Warszawie

