

Wnętrze sklepu w rytmie trendów

Sukces jest celem wszystkich naszych działań

Dobrze projektowane sklepy wyznaczają wielkość sukcesu firmy. W czasach trudnych, gdy właściciele marek tną wydatki na promocję, Visual Merchandising jest optymalnym narzędziem budowania tożsamości marki. Można wydać krocie na reklamę, przekonując klientów, że powinni zaufać naszej marce, a następnie bezpowrotnie stracić te pieniądze, gdy adresat obietnicy poczuje się zawiedzony – stylem bądź jakością oferty, albo sposobem jej prezentacji.

Wnętrze sklepu to też sprzedawca!

Dobrze zaprojektowany sklep staje się sprzedawcą doskonałym.

Visual Merchandising długo zajmował się opisywaniem związków między estetyką salonów mody a odczuciami klientów, lansując model wnętrza przejrzystego, kompetentnego i na tyle uniwersalnego, aby łatwo i bezkolizyjnie adaptowało nowe trendy. Miało być bezpiecznym, uniwersalnym tłem dla zmieniających się kolekcji. To już przeszłość. Wnętrze, które ma sprzedawać trendy, musi być zaprojektowane w rytmie trendów.

Absolutnym „topem wnętrzkim”, utrzymującym się od kilku sezonów, jest nadawanie ścianom faktury kamienia elewacyjnych i różnych rodzajów łupka. Dopelnione wyszukaną tapetą stwórzą wnętrza eleganckie, eklektyczne, szlachetne. Natomiast połączone z płaszczyznami o wyglądzie surowego betonu dadzą efekt nowoczesnej, industrialnej i dynamicznej przestrzeni.

projekt i realizacja LOKIS



projekt i realizacja LOKIS

Za każdym razem użycie naturalnych materiałów w znaczący sposób uszlachetnia wnętrze i je naturalizuje. Doskonałym, modnym materiałem „tworzącym” wnętrze jest szkło i plexi w różnorodnych wybarwieniach. Zastosowane umiejętnie zwracają uwagę, są świetnym sposobem odświeżenia wizerunku, podkreślają kreatywność marki. Podobnie działają we wnętrzach wielkoformatowe wydruki.

Wiele z istniejących na rynku sklepów wymaga szybkich zmian!

W czasie wszechogarniającego kryzysu wyraźnie odświeżenie wizerunku marki jest koniecznością.

Doskonałym przykładem udanej transformacji są sklepy z elegancką odzieżą damską LARA FABIO. Poprzedni wizerunek salonów był ciepły, przyjazny, poprawny, jednakże zupełnie pozbawiony modnych elementów wykończeniowych, czyniących wnętrza trendy.

Projektanci firmy „LOKIS shop design” wypracowali nowy projekt salonów firmowych, starając się maksymalnie wykorzystać istniejącą zabudowę i elementy wyposażenia.

Użycie kilku designerskich lamp, przesłon sznurkowych, zmiana kolorystyki, wyklejenie części płaszczyzn i dopełnienie ich odpowiednio dobraną tapetą znacząco zmieniło wnętrze, generując przy tym stosunkowo niewielkie koszty.

Nowy wizerunek został natychmiast zauważony, wzbudza duże zainteresowanie klientek, silnie akcentuje klasę i kreatywność marki. Zdecydowanie pracuje na sukces firmy.

Dotychczas o niepowtarzalny, designerski wygląd salonów dbały przede wszystkim marki z „wysokiej półki”, stosując specjalne systemy oświetlenia, ekskluzywne dodatki, aranżując przestrzenie wypoczynkowo-decyzyjne wyszukаныmi meblami, artystycznym szkłem, „pałacowymi” tapetami.

Dziś te metody i narzędzia do tworzenia ekskluzywności zostały zdemokratyzowane, znajdują zastosowanie w sklepach marek popularnych, ale i ambitnych.

Idealny sklep – doskonałe tło dla oferowanego produktu, uwzględniające grupę docelową, dla której jest on oferowany – kreuje wizerunek marki w sposób zdecydowany i jednoznaczny.

Jolanta Kwaśnik LOKIS

projekt i realizacja LOKIS



projekt i realizacja LOKIS



PROFESJONALNE PROJEKTOWANIE I WYPOSAŻENIE SKLEPÓW
 PRODUCENT MEBLI ZE STALI SZLACHETNEJ
 NAJNOWSZE TECHNOLOGIE I WZORNICTWO

Tworzymy dla...

monnari

GREY WOLF

PATROL denim adventure

Lara Fabio

Aryton

GODDESS

VITO VERGELIS

Viceversa

Klasyka

home studio

Eden

Gianna G

ESOTIQ

PABIA

NORD

ROY

Sukces jest celem wszystkich naszych działań.