

projekt i realizacja LOKIS

Wnętrze sklepu

Sukces jest celem wszystkich naszych działań

Dobrze projektowane sklepy wyznaczają wielkość sukcesu firmy. W czasach trudnych, gdy właściciele marek tracą wydatki na promocję, Visual Merchandising jest optymalnym narzędziem budowania tożsamości marki. Mażna wydać krocie na reklamę, przekonując klientów, że powinni zaufać naszej marce, a następnie bezpowrotnie stracić te pieniądze, gdy adresat obietnicy poczuje się zawiedzony – styłem 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 iłem dla zmieniających się kolekcji. To już przeszłość. Wnętra, które ma sprzedawać trendy, musi być zaprojektowane w rytmie trendów.

Absolutnym „topem wnętrzarskim”, utrzymującym się od kilku sezonów, jest nadawanie ścianom faktury kamieni elewacyjnych i różnych rodzajów łupka. Dopełniona wyszukaną łopatką stwarza wnętrze eleganckie, ekλεκtyczne, szlachetne. Natomiast połączone z płaszczyznami o wyglądzie surowego betonu dają 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. Doskonaliśmy, modnym materiałem „tworzącym” wnętrza jest szkło i pleksi w różnorodnych wybarwieniach. Zastosowane umiejętności 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 wyrażenie odświeżenia wizerunku marki jest koniecznością.

Doskonale 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.

w rytmie trendów

Użycie kilku designerskich lamp, przesłan sznurkowych, zmiana kolorystyki, wyklejenie części płaszczyzn i dopełnienie ich odpowiednio dobraną tapetą znacząco zmienia wnętrza, 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 „wysoką półką”, stosując specjalne systemy oświetlenia, ekskluzywne dodatki, aranżując przestrzenie wypoczynkowo-decyzyjne wyszukanyimi meblami, artystycznym szkłem, „palacowymi” tapetami.

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

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

Jołanta Kwaśnik LOKIS



projekt i realizacja LOKIS

projekt i realizacja LOKIS

