



ВИТРИНИСТИКА



Витринистика является прикладным знанием и представляет собой технику, связанную с правилами оформления и презентирования товаров или услуг организации.

Успешным бизнесменам давно известно, что правильно оформленная витрина является мощнейшим орудием в продвижении бизнеса.

Отзывы покупателей и клиентов говорят, что от того, насколько эффективно оформлено окно магазина или организации по предоставлению услуг населению, зависит желание обратиться в эту организацию.



УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА

shoe

OBSESSED

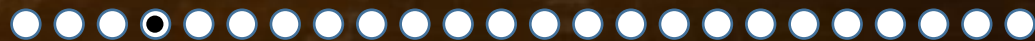


Грамотно оформленная витрина — это визитная карточка магазина.

Такая витрина работает круглосуточно, формируя интерес и положительные ассоциации у потенциальных потребителей, повышая статус магазина и подчёркивая фирменный стиль



ОСВЕЩЕННОСТЬ В НОЧНОЕ ВРЕМЯ





Правильная витрина = приток покупателей

Витрина, оформленная по всем правилам, имеет ряд преимуществ перед иными рекламными инструментами:

- привлекает внимание потенциальных клиентов;**
- позволяет получить максимально полную информацию о категории продукции или услуг той или иной организации;**
- вызывает желание совершить покупку или заказать услугу;**
- рождает желание вновь вернуться в торговую точку.**



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА

Toyota Venza
Встречайте этим летом



www.toyota-dialen.ru

Организатор - ООО «Тойота Мотор»





Витрина создаётся для целевой аудитории

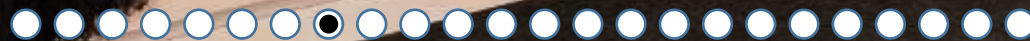
Очень важным моментом при разработке витринного оформления является сегмент, в котором работает торговая точка.

В первую очередь, необходимо четко представлять портрет своего покупателя: мужчина/женщина, возраст, социальный статус, уровень заработка и т.д. Всегда есть группа, которая покупает больше других – это целевая аудитория. Так вот витрину нужно делать, ориентируясь именно на нее. Всегда найдутся те, кому витрина будет не понятна или не понравится. Главное, чтобы она была понятна и нравилась целевой аудитории.



ВИТРИНА В ГИПЕРМАКЕТЕ

Витрины, содержащие информацию о специальных предложениях, акциях, сезонных распродажах — такое оформление витрин, чаще всего, носит временный характер, и немаловажным фактором в этом случае будет возможность быстрой и качественной установки и последующего демонтажа





Как выбрать стиль оформления витрины

Для того, чтобы понять, какой тип оформления витрин выбрать, нужно иметь представление о разновидностях витрин.

Витрины классифицируются по протяжённости или типу расположения в здании — угловые, многоэтажные, и так далее.

Существуют открытые, закрытые или комбинированные витрины.



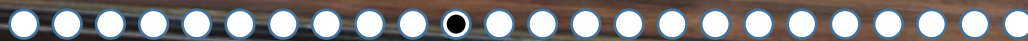


COLE HAAN

представлен продукт, но он обрамлен, как бриллиант, он «сияет» в сезонной витринной концепции. Эти витрины на сегодняшний день считаются самыми коммерческими витринами, если они сделаны по четкому коммерческому алгоритму, подстроенному под сам бренд.

по типу наполнения или оформления

«ПРОДУКТОВО-ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ»



Новый тренд, заложенный люксовым брендом Louis Vuitton, брендом-парадоксом, исключением из правил. Это эпатажные витрины, которые по сути дела не продают продукт, но врезаются в сознание покупателей, запоминаются надолго или навсегда.

Таким образом, бренд «отстраивается» от конкурентов как самый эффектный, самый современный и модный. Безусловно, «витрина-эмоция» работает на определенную целевую аудиторию.

Сюжетные витрины отличаются более широкими художественными возможностями — оригинальность идеи и качество исполнения играют тут решающую роль, и, если Вы решили оформить витрину подобным образом, доверяйте такую работу только профессионалам.

по типу наполнения или оформления

«ВИТРИНЫ-ЭМОЦИИ»



ОБУВЬ

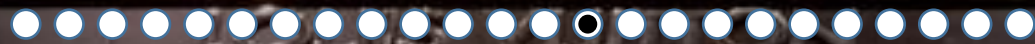
Из чего формируется стоимость услуг по оформлению витрин

- количество оформляемых окон
- для какого объекта осуществляются работы
- сложность реализации проекта
- используемое оборудование и материалы
- размеры и формы витрины



ОРИГИНАЛЬНАЯ ИДЕЯ

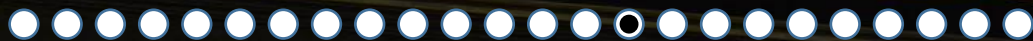
Удачная идея и эмоции сегодня очень важны для продвижения любого бренда, вне зависимости от ценового сегмента, в котором вы работаете. Поэтому всегда помните об этом и работайте в этом направлении при создании сезонных и праздничных витрин.



АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Разумеется, что при оформлении витрины специалистами учитываются и величина потока покупателей, геолокация объектов, информация о том, к какому классу относится организация (недорогая, средняя, люкс), торговые марки и бренды, представленные организацией.

также предлагается сезонное оформление на период - осень/зима, весна/лето.

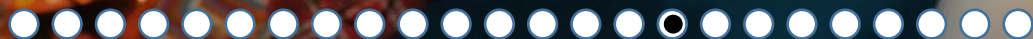
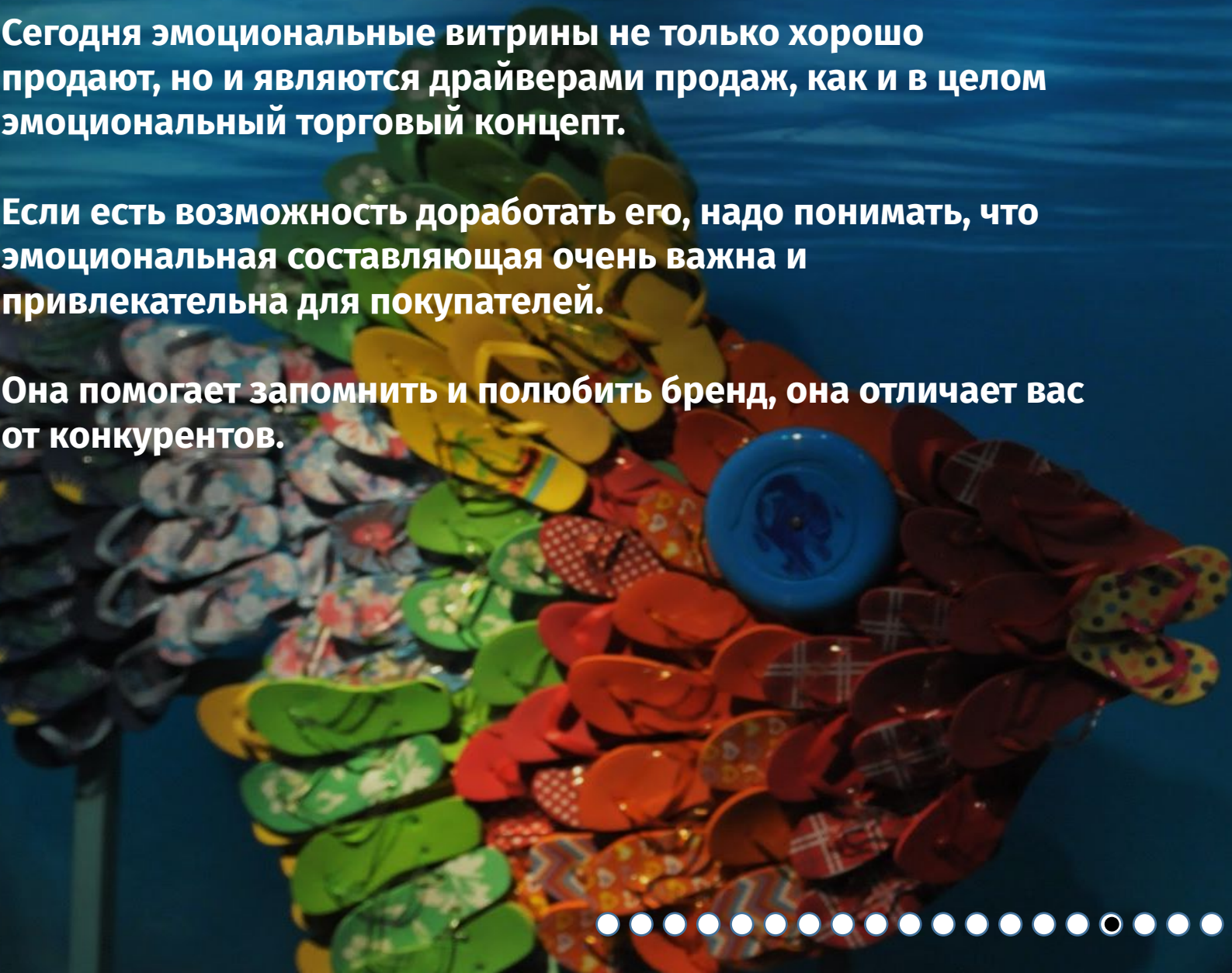


СТАВКА НА ЭМОЦИИ

Сегодня эмоциональные витрины не только хорошо продают, но и являются драйверами продаж, как и в целом эмоциональный торговый концепт.

Если есть возможность доработать его, надо понимать, что эмоциональная составляющая очень важна и привлекательна для покупателей.

Она помогает запомнить и полюбить бренд, она отличает вас от конкурентов.

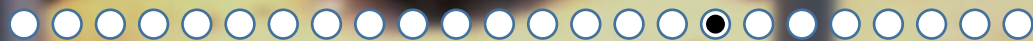


СЕЗОННЫЕ ВИТРИНЫ

Традиционно самыми эффектными и шикарными бывают новогодние, рождественские витрины, они же – самые дорогостоящие.

При планировании витринного бюджета на год необходимо иметь в виду, что новогодние витрины по хорошему должны быть на 30% дороже основных витрин.

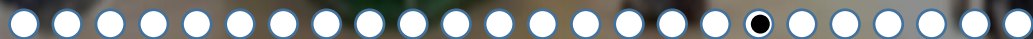
Важно корректировать общий бюджет на витрины, учитывая этот нюанс.



ВНУТРЕННИЕ ВИТРИНЫ

Когда мы говорим об эффективных эмоциональных коммерческих витринах, важно понимать, что витрины – это не только внешние окна торгового зала, но и его внутреннее входное пространство.

Если его правильно оформить, то оно становится торговой витриной и продает, порой, даже лучше, чем наружные витрины.



ВИТРИНА-ДВИГАТЕЛЬ ПРОДАЖ

Оборот магазина прямо пропорционален среднему времени пребывания покупателя в магазине, что подтверждают и практика, и базовые законы визуального мерчандайзинга.

Есть еще закон импульса, который говорит о том, что 65-85% решений о покупке принимаются покупателем импульсивно, на месте продаж.

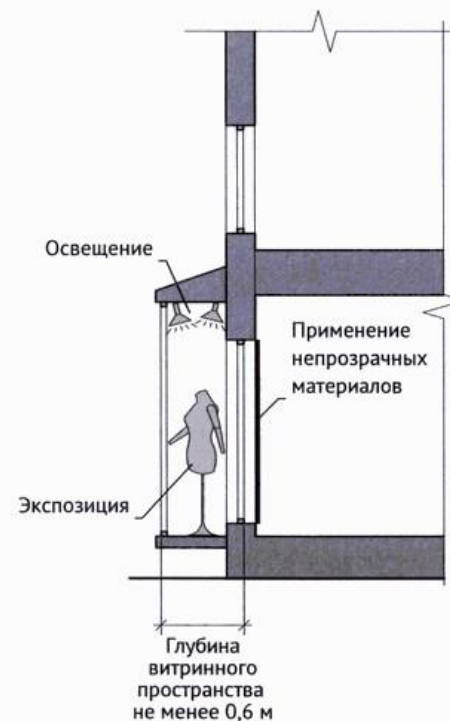
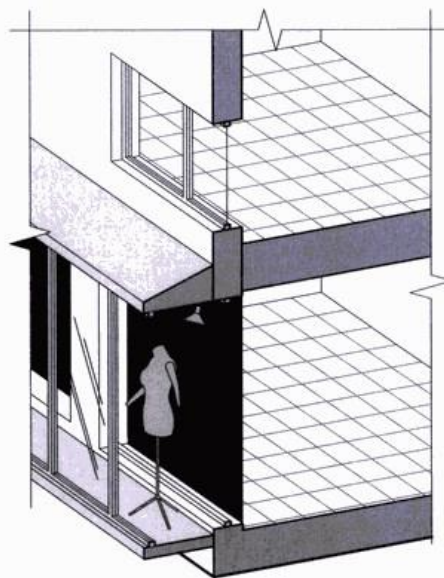
Но прежде чем он примет такое решение, человек должен зайти в магазин, и подтолкнуть его к этому должна правильно оформленная витрина магазина.



практика

ЭТАПЫ ПРОЕКТА

Знакомство с ситуацией Техзадание (бриф) Обмеры



Глубина витринного пространства от первого ряда остекления со стороны улицы (внешней поверхности витрины) до второго ряда остекления со стороны торгового зала (внутренней поверхности витрины) должна быть более 60 см;

Витринное пространство **ДОЛЖНО** быть освещено в тёмное время суток;

Витринное пространство **МОЖЕТ** быть оформлено с использованием товаров и услуг (экспозиция товаров и услуг);

Для второго ряда остекления витрин **МОЖНО** применять непрозрачные материалы, жалюзи и рулонные шторы

Анализ тренда. На данном этапе осуществляется выбор наиболее важных периодов покупательской активности. Проводится изучение работы организации на протяжении определённого периода времени.

С заказчиком проводится согласование набора базовых инструментов и оборудования для создания композиции.

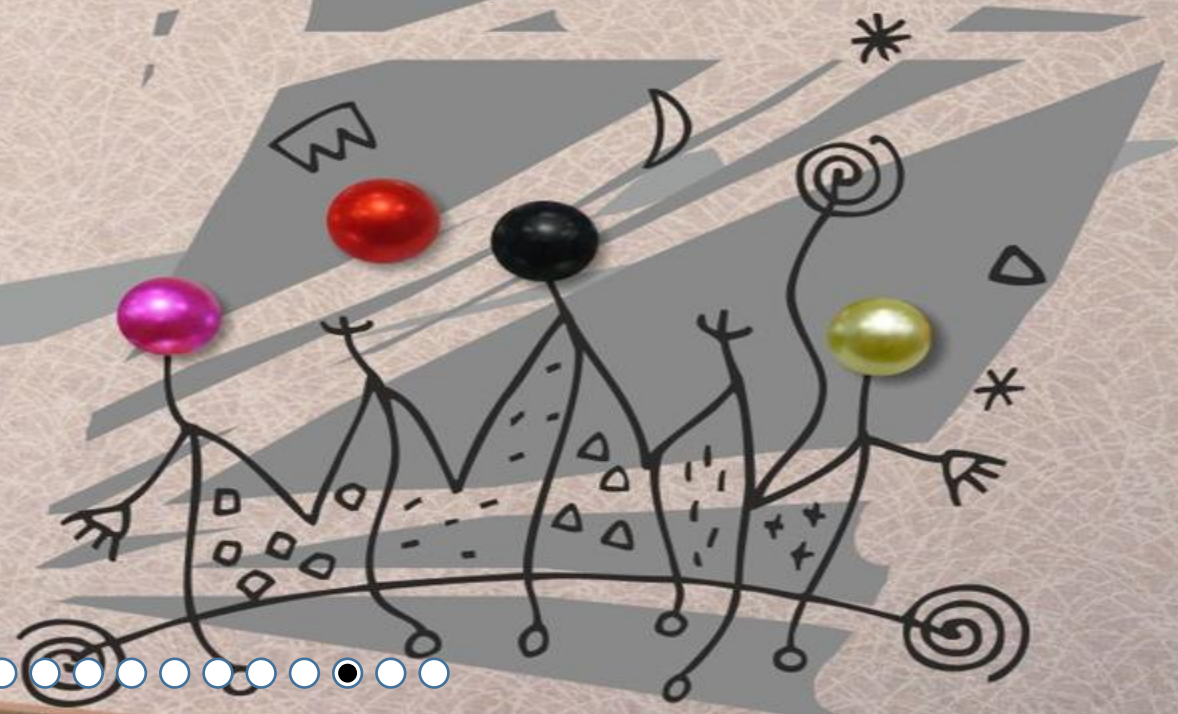
Создание образа. Данный этап предполагает работы по измерению размеров витрин во всей сети магазинов или одного объекта, изучение существующих фасадов. Здесь важно выбрать наиболее подходящий тип и вид используемой витрины, что будет влиять на базовое решение.





Разработка дизайнерского проекта. На этом этапе проводится детальная проработка подготовленного эскиза. Создаются планы, прорабатываются чертежи и делаются расчеты
Проработка визуальных и графических идей.

7. Исполнение макета и реализация



Оформление витрины. Выполнение работ по реализации проекта. Очень важно создать эмоционально мощное орудие, которое сможет обратить на себя внимание потенциальных клиентов.

- 8. Подача проекта,
- 9. Защита (согласование)
- 10. Авторский надзор

	Внешний свет (галогенки)
МАГАЗИН РАЗЛИВНОГО ПИВА СИБИРСКАЯ ПИНТА®	Пластик, для светотени
	Диоды, образ пузырьков. Специалист может составить программу движения огоньков, подобно лампочек новогодней елки.
	Образ волны - море пива
	Слева и справа на торцах, что то типа стекла, а за ним «пиво». Может быть оргстекло слоями, типа грани или как то по др. Может быть просто зеркальная пленка (в стекле кружки тоже есть эффект отражения) При зеркальном подходе есть +, игра пространства и люди могут смотреть на себя и видеть искажения, вроде как пьяные



ALENA
AKHMADULLINA
S-PETERSBURG

ВЫВОД:

Несмотря на, казалось бы, всю простоту оформления окон магазинов и организаций, процесс создания идеальной витрины не прост. В отличие от других видов рекламных инструментов для продвижения бизнеса, именно данный ПРОЦЕСС является наиболее сложным и требующим профессионализма.

