

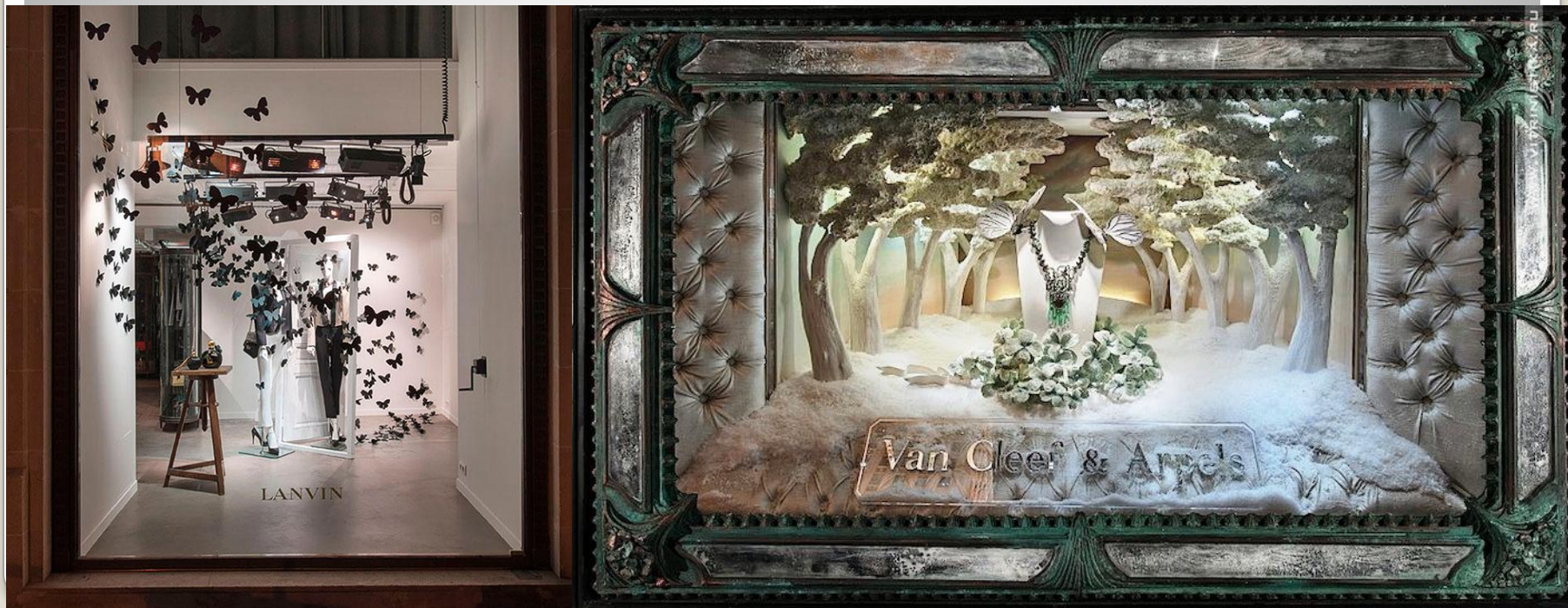
Дизайн магазина

Выполнила Архипова Т.И.

- **Дизайн интерьера магазина** имеет важное значение для процветания бизнеса. Ведь лояльность многих клиентов зависит от того, как выполнен дизайн магазина. В торговом зале, где дизайн магазина продуман до мелочей и выполнен профессионально и без ошибок, покупатель будет легко ориентироваться и быстро находить нужные ему товары. Торговые залы, в которых **дизайн магазина** ориентирован на увеличение спроса, будут привлекать больше целевых покупателей. Дизайн магазина, выполненный по правилам розничной торговли, успешно позиционирует товар и выделяет **интерьер магазина** из общей массы похожих друг на друга концепций.
- Правильно созданный дизайн магазина привлекает новых покупателей, повышает уровень продаж, тем самым достигается главная цель — рентабельность бизнеса.

- Разработка дизайна и оформление магазина магазина длительный и трудоемкий процесс. Проектирование магазинов тесно связано в привлечением консультантов различных отраслей. При составлении проекта необходимо учитывать технологию продаж, стиль, эстетику и функциональность.
- **Дизайн магазина — это создание неповторимого стиля, узнаваемого для клиентов.**
- В зависимости от представляемого товара, каждый дизайн проект магазина имеет свои особенности и нюансы. Эффективный дизайн магазина обязательно должен содержать элементы воздействия на подсознание покупателей. Все технические элементы, формирующие образ магазина в сознании покупателей, должны быть не только качественно исполнены, но и взаимосвязаны. Главное в дизайне магазина - создать удобство для потенциального покупателя: покупатель должен легко ориентироваться в торговом пространстве и товаре. Грамотно разработанный дизайн магазина принесет узнаваемость марке и большой процент лояльных покупателей, от него зависит успешность магазина, прибыль собственника и дальнейшая судьба заведения.

- Витрина, интерьер - это первое, что видит покупатель, проходя мимо вашего магазина. Буквально за секунды вы должны привлечь внимание, вызвать интерес, а потом и желание зайти к вам! И сделать это нужно профессиональнее, интереснее, лучше, чем другие. Интерьер магазина стоит на передовой в войне за покупателя. Отнеситесь к нему максимально серьезно.
- При одинаковом бюджете вы можете получить совершенно противоположные результаты. Для проектирования магазинов нужны профессиональные знания не только из области архитектуры, но и социальной психологии, маркетинга, рекламы и мерчандайзинга.



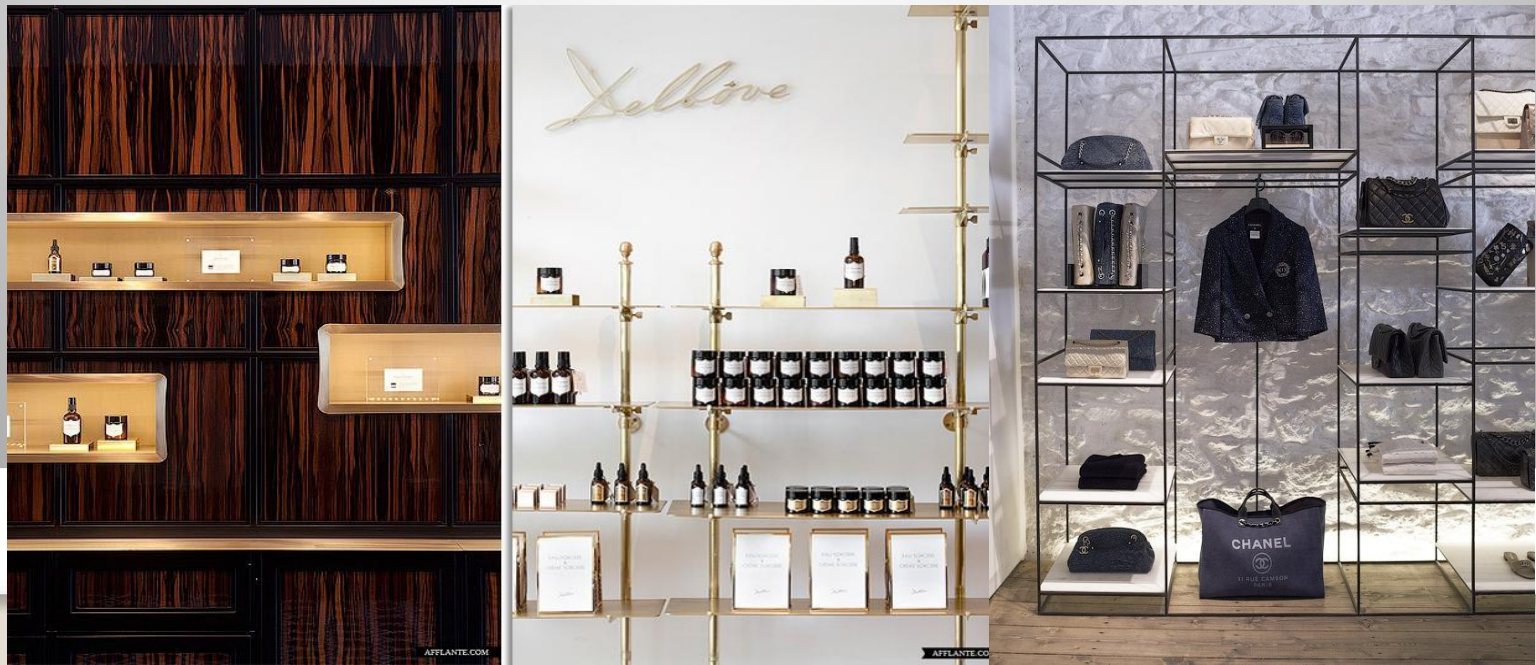
- **Вкладывайте основные деньги в предметы, которые вы можете легко увезти с собой.** Не жалейте средств на предметы и оборудование, которые максимально влияют на эмоции покупателя, и которые вы можете легко увезти. Например, телевизоры, манекены, светильники основной подсветки, стойки кассы, диваны. Эти предметы визуально наиболее значимые, их видно издалека.

- **Дизайн проект магазина должен исправлять недостатки пространства.** С помощью зеркал, света, цвета, архитектурных элементов. Если не удастся спрятать недостаток пространства (например, несущую колонну), ярко подчеркните его и придайте ему какую-нибудь функцию.
- **Освещение** – важно, чтобы оно было не меньше, чем у ваших соседей, а лучше - еще больше (в нормах СанПиН). Следите, чтобы свет не слепил покупателя и продавцов на кассе. Его источник тоже играет огромное значение. Например, металогалогеновые светильники дают мощный, красивый и презентабельный свет, который делает ваш товар визуально дороже и красивей

- **Детали интерьера не должны отвлекать от товара.** Все должно работать только на товар и его рекламу. Покупатель зашел в магазин на несколько минут. За это время интерьер должен успеть подтолкнуть его к покупке. Показать товар с самой лучшей стороны и дать информацию о его главном преимуществе.
- **Интерьер магазина должен соответствовать вашему целевому покупателю.** Не стоит делать шикарный интерьер в магазине, где будет продаваться низкий или средний по стоимости товар. Это отпугнет покупателя. И наоборот.




- **Торговое оборудование, цвет и фактура стен призваны подчеркивать товар.** Они должны максимально гармонично сочетаться с ним по цвету, выделять и подчеркивать его. Недопустимо, чтобы интерьер отвлекал взгляд от товара, перебивал его.
- **Конечно, товар должен быть подобран с хорошим вкусом.** Как вы понимаете, в конечном счете, покупатель выбирает сам товар, поэтому ваша самая главная задача — создать правильный ассортимент. В дизайн-проекте магазина очень важна раскладка товара на полках (мерчендайзинг): создание интересных композиций, подбор по цвету, раскладка по ритму.



- Дизайн магазина должен максимально поддерживать маркетинг компании:
- Максимально показать ваши конкурентные преимущества;
- Спрятать недостатки;
- Максимально сильно отделиться от прямых конкурентов;
- Интерьер должен соответствовать характеристикам вашего целевого покупателя (пол, возраст, социальный статус, род занятий, профессия и т. д.).

- **Вы должны позаботиться, чтобы товар был виден издали.** Например, в магазине одежды имеет смысл повесить качественные большие репродукции с моделями, одетыми в одежду, которая продается у вас. Ведь люди приходят купить не одежду, а свою красоту, респектабельность и привлекательность. Поэтому покупатель больше уделяет внимания, как он может выглядеть, если обратится к вам. Регулярно меняйте репродукции. Тогда магазин будет более динамичным и интересным.



- **И, конечно, дизайн интерьера магазина должен подчеркивать уникальное торговое предложение.** То есть, ваше основное конкурентное преимущество перед другими. Например, это могут быть цена, уникальные коллекции, качественный сервис, оригинальные и интересные услуги.
- **Следите за травмобезопасностью и удобством покупателя.** Недопустимо, чтобы пол был скользким. Глянцевый керамогранит выглядит очень эффектно, но даже при всех современных технологиях он будет скользким. Поэтому, если вы хотите глянцевый пол, сделайте его, например, в шахматном порядке, чередуя с матовым, или расположите его в не проходных зонах.
- **Не перегружайте товаром стены и остальное пространство.** Все должно ясно и четко восприниматься взглядом. Не должно быть ощущения захламленности. Конечно, вы хотите максимально использовать стены для выкладки товара, так как это прямо связано с прибылью. Но помните: чем больше пустого пространства, тем более магазин будет казаться дорогим и презентабельным. Например, если в дизайне магазина одежды товар располагается на  как дорогой бутик.



- **Сделайте интерьер исключительно для вашего целевого покупателя.** Ведите статистику посещений, выявите его характеристики (пол, возраст, социальный статус, род занятий, профессия и т. д.). Интерьер должен быть уютным и дружелюбным. В нашем климате и атмосфере мегаполиса покупатель оценит это. Интерьерные решения должны быть интересны ему. Установите удобные диваны, разложите на столиках интересные тематические журналы и буклеты. Главная задача – оставить у покупателя максимально хорошие эмоции и воспоминания о магазине и задержать его у вас в гостях для покупок.



Спасибо за внимание!