

Světlo jde ruku v ruce s designem



Osvětlení se velkou měrou podílí na vytvoření atraktivní, úspěšné, a přitom energeticky úsporné prodejny. Moderní obchod musí být osvětlen komfortním způsobem bez oslnění zákazníků a osvětlení musí umožnit vyniknout vybraným produktům. Jen tak lze z pohledu spotřebitele vytvořit lákavější prostředí, kde se navíc bude cítit velmi dobře.

Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz

Správné osvětlení dokáže upoutat pozornost k vystavenému zboží a celkově vytváří atmosféru obchodu. „Světelné řešení je vhodné utvářet pro každý prostor individuálně. Pomocí speciálních světelných zdrojů máme možnost vybrat takovou barvu světla, která dá vyniknout konkrétnímu produktu,“ vysvětluje Daniel Černý, předseda představenstva společnosti Halla. A Vojtěch Motl, managing director společnosti HL Display, doplňuje: „Vhodná volba intenzity, barvy světla a samotného umístění má zásadní dopad na zákaznickovo chování. Správně volené řešení přináší obchodníkům jednotlivých prodejní kategorie až 50procentní nárůst atraktivity s podobným procentuálním vyjádřením na zvýšený dopad prodeje.“

Osvětlení působí na biorytmus

Úspěch prodejny je závislý a stojí na třech hlavních pilířích – správném umístění prodejny, personálním obsazení a vhodném prodejním prostředí. Právě v tomto posledním bodě hraje světlo důležitou roli. „Správná prezentace sortimentu za pomoci nasvětlení dokáže významně navýšit prodej a dostat sortiment do popředí zájmu. Ponuré nebo naopak přesvícené osvětlení může zákazníka odradit. Vhodně zvolený typ osvětlení, správné barvy – to všechno člověka ovlivňuje,“ podotýká Terézia Malá, specialista na osvětlení společnosti RN Servis EU. Kvalita a způsob osvětlení jsou pro nakupování naprosto klíčové. „Špatné osvětlení má přímý vliv jak na nákupní zážitek, tak i na samotný výběr zboží. Tím myslím osvětlení prodejny jako celku. Samozřejmě lze dále pracovat i s lokálním nasvícením produktů tak, abychom některé z nich opticky zvýraznili a přilákali tak k regálu pozornost a podpořili prodej,“ podotýká Michal Súlovec, senior project manager společnosti Dago.

Osvětlení přitom působí nejen na přirozený biorytmus zaměstnanců i zákazníků. „Dobře naplánované osvětlení pomůže zaměstnancům plně využívat jejich potenciál, zvýší jejich pracovní výkon a zmírní únavu, stejně jako zákazníkům, kteří si budou nakupování užívat bez nepříjemných pocitů a v atraktivním prostředí zůstanou déle,“ tvrdí Michael Blažiček, zakladatel společnosti Lumbio. Kvalitní LED osvětlení je opravdu plnohodnotnou alternativou denního světla, které zlepšuje produktivitu a celkovou pohodu. Vytvoří příjemné prostředí s možností vlastního rozvržení barvy a intenzity světla, stimuluje dobrou náladu a zároveň snižuje spotřebu energie a emise škodlivých látek. Velkým trendem jsou svítidla s technologií Tunable White, která umožňují nastavit intenzitu i chromatičnost světla pro uzpůsobení konkrétní činnosti či atmosféře. „Svítidla s touto technologií umožňují svítit podle principů Human Centric Lighting – přizpůsobí se našim cirkadiánním rytmem a simulují



prodejny

přirozené denní světlo. Pomocí řídicích systémů a čidel mohou automaticky upravovat osvětlenost interiéru podle venkovního světla," popisuje Daniel Černý. „Každé řešení má samozřejmě své zákonitosti a pravidla, které je třeba brát v úvahu," upozorňuje Martin Vítek, key account manager společnosti Signify (dříve Philips Lighting).

Kdejaké světlo není vhodné pro každé zboží

Obchodní jednotky mají různé varianty osvětlení – některé prodejny jsou spíše tmavší a důraz je kladen na jednotlivé produkty, aby byly vytaženy z regálu a zákazníka to donutilo si jich všimnout, a jiné září na metry daleko. I proto jsou trendy v osvětlení oproti minulosti na zcela jiné úrovni. Dříve se používala jedna stowattová žárovka a člověk byl rád, že má v prodejně světlo. „Dnes je na trhu velké množství svítidel – od těch pro klasické žárovky, fluorescenční trubice až po moderní a úsporná LED osvětlení," připomíná Terézia Malá. Je důležité rozlišovat mezi osvětlením pultů, záplutí či pokladen a také osvětlení čerstvých potravin – masa, ovoce, zeleniny, pečiva či lahůdek. „Speciální LED osvětlení pro maso, pečivo i ovoce a zeleninu je důležité nastavit tak, aby vynikly přirozené vlastnosti těchto potravin. Díky spolupráci osvětlovacího technika a designéra je dnes ideální propojit špičkový vzhled a perfektní funkčnost použitého osvětlení se samotným designem prodejny," zdůrazňuje Edita Klembasová.

Trendem jsou tak speciální světelné zdroje pro konkrétní barvy či typy výrobků. Halla například nabízí do svých svítidel zdroje Real White pro zachování bílé barvy, Strong Colour pro podtržení jedné konkrétní barvy (pečiva, masa, šperků atd.) či Real Colour umožňující věrné podání barev jako na denním světle. Je však třeba zdůraznit, že i zde

platí všeho s mírou. „Obchodník si musí rozmyslet, co chce zdůraznit, jaká kategorie má zásadní dopad na jeho obrát a ziskovost, nebo je případně jeho destinační kategorií. Kategorie, jako je pečivo, maso nebo kosmetika, si nedokážu vůbec představit bez uvážlivého nasvětlení," podotýká Vojtěch Motl. V kurzu jsou aktuálně i LED systémy kotvené pod policí a nasvětlující zboží kolmo nebo pod úhlem. Tento trend se týká hlavně maloobchodního potravinářského a drogistického retailu. Nutno dodat, že opět je třeba zvolit správný mix stropních, závěsných světel a osvětlení a LED přímo na policí. Podle Michala Súlovce je výhodou, že LED systémy jsou kompatibilní s většinou původních zářivkových svítidel. V případě osvětlení výloh je vhodné vytvořit aktivní světelný systém. „Vysoké hodnoty statického osvětlení dnes již nikoho neupoutají. Změna hodnot osvětlení ve vhodně zvolených intervalech dokáže kolemjdoucí zaujmout, a navíc snížíte energetickou náročnost výlohy," sděluje Martin Vítek. A jak podotýká Michael Blažiček, budoucností bude integrace osvětlení do komplexních automatizovaných řídicích systémů, digitalizace, modularity, flexibility a variability osvětlení přizpůsobujícího se člověku.

I malá prodejna si zaslouží odborníka

„Dodání kompletního servisu, pod který spadá úvodní analýza, zaměření prodejny, návrh a zakreslení nového osvětlovacího řešení, včetně rozvržení světel a výpočtu hladin intenzity osvětlení a oslnění, konstrukční a projektové dokumentace a následné montáže svítidel, je nejlepší svěřit specializované firmě," vysvětluje Edita Klembasová. Ta dokáže navrhnout ideální řešení na míru nejen danému prostoru a produktům, ale i dalším požadavkům klienta, jako jsou například finanční náklady na tuto rekonstrukci. „Mnohokrát se setkáváme

„Vsadte na speciální barvy pro každý druh zboží.“



Vhodně zvoleným osvětlením dojde ke zvýraznění produktů, které by jinak zanikly v okolním šumu. Dnes je pro každý druh zboží speciálně namíchán luminozor na daném LED čipu, tudíž je světlo o požadované barvě vyzařováno již ze samotného čipu a tím není dále omezován světelný výkon. Tak je možné ovlivnit atmosféru obchodu a správnou volbou barvy světla zvýraznit daný produkt. Speciální LED osvětlení se vyrábějí v různém designovém provedení, což je novinka moderního osvětlování.

Edita Klembasová,
marketingová specialista,
Feschu Lighting & Design

s případy, že klient sice remodeluje prodejnu, ale osvětlení bere jen jako nutné zlo. Po odsouhlasení typu svítidel navržených odborníkem by měl následovat výpočet luxů potřebných k osvětlení a následná cenová nabídka," reaguje Terézia Malá.

Specialisté navíc současně znají a dodržují nutné standardy, hygienické a bezpečnostní normy a ergonomické potřeby. „Součástí kvalitního servisu by měla být revize, instalace a konzultace odborníka se spolehlivým přístupem i po realizaci projektu. Je důležité vybrat si důvěryhodnou společnost, která bude schopna dlouhodobě řešit servis i další průběžné optimalizace vzhledem k dynamickému vývoji v tomto odvětví," upozorňuje Michal Súlovec. A jak dodává Daniel Černý, důležitá je variabilita systému, která umožní osvětlení jednoduše přizpůsobit případným změnám v prodejně. „Každopádně přechod ze staré, konvenční osvětlovací soustavy do nové s LED svítidly je důležitým mezníkem ve změně prodejny," uzavírá Martin Vítek.



„ZaPnews mi v pravidelné týdenní dávce přináší důležité informace ze světa retailu. Jsou v elektronické podobě, v kratší verzi než tištěný měsíčník. Proto si při své pracovní vytíženosti vždy najdu čas na jejich přečtení a jsem tím pádem stále v obraze.“

Adriana Matýsková, obchodní zástupkyně, F. W. Tandoori

