

Čím vyniknout? Spojením materiálů a technologií

Produkční společnosti neustále přicházejí s technologickými novinkami a chtějí se blýsknout unikátními výstupy

Text MAREK KONČITÍK
Dago

Klienti samozřejmě oprávněně čekají, že jejich POS bude inovativní, vizuálně odlišný a v obchodech vynikne. Jsou ochotni si připlatit, pokud je POS materiál něčím unikátní a technologie tomu výrazně napomáhají.

Začneme grafickým designem POS. Ten je vytvořen tak, aby co nejvíce korespondoval se značkou zadavatele a podpořil prodej. Běžnou praxí je dnes 3D vizualizace vystavení.

Následuje technický výkres. Každý větší výrobce má technology, kteří ho v CADových softwarech připraví tak, aby korespondoval s vizualizací. Dnes je již výkres natolik detailní, že obsahuje nejen popis materiálů, ale také inovativní technologie, nové typy doplňkových materiálů atd. Výkres je základem úspěšné realizace a jeho dobrá příprava v sobě reflektuje dobrý výsledek. V Dagu běžně využíváme software s 3D kreslením – s modelem jsme schopni otáčet, dávat mu barvy, načíst do něj grafiku. Jednotlivým dílům je možné přiřadit materiály a sílu.

EKOLOGICKÉ STOJANY I MODELAŘINA

3D tisk není horkou novinkou, ale nedávno jsme ho použili pro tisk 3D kartáčku Oral B pro pražskou Alzu a doplnili jej o další technologie. 3D tisk jsme zbrousili a přelakovali autolakem. Výsledkem je krásná a reprezentativní povrchová úprava. Právě nehezky finální výstup je jednou z nevýhod 3D tisku – z mého pohledu je až neprofesionální, ale právě vyleštění povrchu je skvělým řešením.

FSC certifikace znamená důvěryhodný lesní systém. Naši zadavatelé typu Coca-Cola pro vystavení v hypermarketech používají většinou policové stojany. Novým trendem jsou ekologické kartonové stojany, ideálně doplněné i o ekologický tisk. Ten řešíme na takzvaných latexových strojích, které využí-

vají barvy na vodní bázi. Toto je do budoucna ideálním řešením pro všechny, komu záleží na životním prostředí.

Modelařina je dosud málo používanou technologií. V Dagu aktuálně vyvíjíme automobil pro vystavení v obchodech, které je součástí krátkodobé kampaně. 3D tisk či papír nejsou vhodné materiály, proto jsme si auto nakreslili do nejmenších detailů, softwarově jsme ho rozsekali a vyrobili z kartonu. Nakonec jej kytujeme a lakujeme autolakem. Výhodou je tuhost modelu, originalita, věrohodnost a zaměření na detaily. Sériová produkce pak také není problém a velkým benefitem je i rozumná cena.

POUHÝ KARTON NESTAČÍ

LCD displeje s dálkovou správou jsou standardem. Nejsou originální a většina společností, kterým to finanční stránka dovolí, toto řešení již dávno využívá. LCD se senzory však jen tak nevidíme. Jakmile vás senzor zaznamená, spot se změní a například hosteska se může rozpravovat o výrobku a nabídnout vám ochutnávku nebo možnost vytisknout si slevový kupón. Celé řešení je založeno na dotykovém displeji spojeném s tiskárnou, dálkovou správou a integrovaným senzorem.

Kartonové stojany budou mít blikající diody a malé integrované LCD. Impulzní nákup se mění, zadavatelé zvažují, do čeho budou investovat. V tuto chvíli dominuje karton jako materiál, který je levný, ekologický a finančně dostupný. Pro odlišení se často doplňuje k blikající diody, které zákazník vybízejí k nákupu a vyrušují je ze stereotypního nakupování a dále pak LCD displeje, které obsahují informace o produktu, zaměřují se na chuť a lákají základními benefity prezentovaného produktu.



Modelařina je dosud málo používanou technologií. V Dagu aktuálně vyvíjíme automobil pro vystavení v obchodech, které je součástí krátkodobé kampaně

Molitan, pryz a atypické materiály také nejsou k zahazení. Můžeme je například vidět v hypermarketech Tesco, a to na endcapech JOJO, kde vytvářejí originální branding a atmosféru. Pouhý branding z kartonu často není dostatečným řešením.

Technologie a materiály budou i do budoucna stále dominovat. Nejde vlastně ani tak o stroje a samotnou technologii, kterou zadavatel či zákazník neocení. Jde o využití. Pro nás, zákazníky, je to POS materiál, který nás v prodejně láká, ale fakticky jej možná ani nevnímáme. Máme vnímat prezentovaný produkt a ten si odnést. POS materiál je díky těmto technologiím natolik výrazný, že ovlivňuje jak nás, tak naše nákupní chování. 