

POS MUSÍ UMĚT ZAUJMOUT, POBAVIT I EDUKOVAT

Z PRODEJEN SE STÁVAJÍ CENTRA ZÁBAVY, SPOLEČENSKÉHO ŽIVOTA I UČENÍ. VŠECHNY TYTO ASPEKTY SE PROMÍTÁJÍ I DO POŽADAVKŮ NA SOUČASNÉ POS PROSTŘEDKY.

Asociace POPAI uspořádala v polovině února seminář, na kterém představila nejúspěšnější projekty v oblasti POS za minulý rok. Realizační týmy i zadavatelé na nich ukázali, jaké trendy v této oblasti panují a jaký přínos mají pro dodavatele, retail i spotřebitele.

ŽÁDNÁ NUDA

Neuvěřitelných 800 m² plochy absolutního vítěze POPAI Awards 2021 Magenta Experience Centra slibuje, že se jeho návštěvník nebude nudit ani na jediném čtverečním centimetru. „Projekt začal vznikat v prosinci dva tisíce devatenáct, a to nad úvahami, jak bude retail vypadat do budoucna. Dívali jsme se na již uskutečněné projekty, nicméně stále nám v nich něco chybělo. Proto jsme se

začali ptát, co vlastně zákazníci od operátorů chtějí,“ říká Radek Janíček, Head of Magenta Experience Centers, T-Mobile Czech Republic. Z průzkumu vyplynulo, že spotřebitelé chtějí být stále více online, a právě operátoři je mohou do tohoto světa přenést a naučit je nové technologie používat.

Ve spolupráci s českými studenty, firmním designérem v Maďarsku a po mnoha dolaďováních vznikl finální koncept, jehož následná realizace proběhla během tří měsíců. Již při prvotních návrzích studentů se objevily zajímavé prvky, jako je živá stěna nebo strop z hydroponicky pěstovaných rostlin. Tyto a další prvky jsou použity v uvítací zóně, zóně pro inspiraci zákazníků, relaxační či konferenční zóně a v místě pro servis a v zázemí pro zaměstnance. Jak se ukázalo,



právě zaměstnanec nebylo lehké vybrat, protože ne všichni splňovali požadavky na to, aby byli dobrými prodáváči, a ještě uměli pracovat s technologiemi. Doba covidová a uzavření prodejen nicméně umožnila část z nich vyměnit, takže dnes v obchodním centru Arkády Pankrác funguje prostor nejen pro prezentaci výrobků a služeb společnosti T-Mobile, ale také pro setkávání, vzdělávání, pořádání akcí pro děti, místo pro kurzy vaření, videoprodukcí či pro další eventy.

OREO S MILKOU

Digitální technologie pomohly k vítězství také čelu s TV obrazovkou Milka Oreo, které se stalo vítězem v kategorii Digitální komunikace POPAI Awards 2021. In-store řešení s digitální obrazovkou se vzdálenou správou nese klíčové prvky dvou značek: Milka a Oreo.



Foto: POPAI

KOMUNIKACE, PREZENTACE & PRODEJ

Myšlenka měla kořeny ve spolupráci se společností Globus ČR, v jejíž prodejně na pražském Černém Mostě již v minulosti fungovala gondola Milka. Ta ovšem prezentovala jen jeden produkt a již nevyhovovala současným požadavkům. „Bylo třeba ji vylepšit a zkombinovat pro produkty Milka a Oreo, abychom mohli rozšířit komunikaci. Kvůli rozdílným typickým barvám, logům a symbolům bylo zapotřebí najít optimální kombinaci a propojit je tak, aby mohl vzniknout moderní nadčasový design. Jedním z hlavních cílů bylo zvýšení viziability a vynechání rušivých prvků, které odváděly pozornost,“ naznačuje Viktória Uzsáková, Junior Brand Manager Milka Tablets CZ, SK, HU Marketing, Mondelez Czech Republic. Vzniklo nové regálové čelo s variabilní výškou polic, které nyní vytvářejí dostatečný prostor pro dostatek promovaných produktů. Použité

materiály nyní umožňují jednoduchou údržbu, což je velký benefit pro retailera, případně pro obchodního zástupce, kterému odpadá další starost. „Nejdůležitějším bodem se stala dálkově ovládaná LCD obrazovka, která umožňuje nasaďit neaktuálnější obsah. Finální gondola je rozdělená na dvě části pro každou značku s typickými brandovými barvami. Na pravou a levou stranu jsme rozmístili hlavní rozpoznávací znaky jednotlivých značek, uprostřed je znak jejich kombinace,“ dodává Viktória Uzsáková. Zejména LCD obrazovka nyní zvyšuje možnost nasazení další komunikace podle sezónní potřeby nebo u limitovaných edicí.

HONEY, HONEY...

Původně jednopaletové vystavení nového produktu – likéru Božkov Republica

Honey – se po následném rozboru konceptu rozrostlo a došlo k jeho úpravě. A právě to Shop-in-shopu Božkov Republica, realizované společností Dago, vyneslo vítězství v kategorii Alkoholické nápoje a tabák POPAI Awards 2021. Jeho cílem bylo odkomunikovat novinku a podpořit její prodej, přičemž koncept měl navazovat na předešlou novinku Božkov Republica, ale zároveň upozornit na medovou novinku. Vznikl jakýsi bar, čímž byl zákazník přenesen do prostředí obvyklé konzumace. To vše se podařilo realizovat v neuvěřitelně krátkém čase, protože zadání od klienta přišlo 7. září a 13. října už vystavení lákalo zákazníky prodejen Albert. „V rámci spolupráce s klientem jsem byla vděčná za prohloubení důvěry, jelikož Stock věděl, jak málo času nám na vývoj zbývá. Nicméně věřil, že jsme schopni v šibeničním termínu vše zvládnout,“ konstatuje Annette

INZERCE

DAGO

**NEW
EDGE
POS
KOMUNIKACE**

Top level kreativa
Bezkonkurenční rychlost
Efektivnější výrobní technologie
Špičková kvalita • All-in-one full service

dago.cz

DAGO CIS Complex In-store Solution SHOPPER FOCUSED POP MEDIA

KOMUNIKACE, PREZENTACE & PRODEJ

Schulze, Project Manager, Dago. Projekt byl instalován v deseti prodejnách Albert, a to 14 dnů. „Velmi pozitivní reakci jsme zaznamenali jak od zadavatele, tak ze strany retailera. Podařilo se dodržet komunikační linku značky a Božkov Republica Honey se stala velmi úspěšnou novinkou,“ podotýká Annette Schulze, Project Manager, Dago.

VY SI TO ZASLOUŽÍTE

Vítězem kategorie Prvky vybavení interiérů obchodů POPAI Awards 2021 se stal koncept značky Lancôme a parfumerie Notino. Vizibilitu značky i zážitek v prodejně podporuje digitální komunikace i digitální technologie, které zákaznicím dodávají pocit jedinečné péče. Shop-in-shop byl realizován loni v Budapešti pro obchodní centrum Arena Mall. Společnost REXY, která jej měla na starosti, musela zvládnout nejen jazykovou bariéru mezi realizačními týmy ze čtyř zemí, ale vyrovnat se také s výběrem lokálních dodavatelů i koronavirovými opatřeními v podobě omezeného pohybu po obchodním centru či karantény. „Mezi očekávání klienta patřila prezentace luxusní



značky, místa, kde se žena bude cítit výjimečně, i Lancôme high tech technologií v podobě tří unikátních technologií, které diagnostikují pleť,“ popisuje Bogdan Erdelyan ze společnosti REXY. Samotná instalace trvala osm nocí a bylo zapotřebí koordinace všech instalačních týmů. Klíčová přitom byla komunikace s klientem, retailerem i obchodním

centrem. Díky tomu mohly být vyslyšeny současné retailové trendy, došlo k propojení on-line a off-line světa, zvýšil se nákupní zážitek pro zákazníka, zvětšila se vizibilita v prostředí konkurenčních značek a vznikl nový prostor pro zákaznice, které požadují poradenství v oblasti péče o pokožku.



DALŠÍ PÁN NA HOLENÍ!

Nepřehlédnutelná in-store realizace představující novou řadu holicích strojků OneBlade se stala vítězem kategorie Elektronika, IT produkty POPAI Awards 2021. Zadání od společnosti Philips bylo zaměřeno na představení novinky s životností nejméně dva roky, s čímž souvisel mimo jiné i výběr materiálů. Namísto křiklavých barev bylo použito LED podsvětlení, přičemž kvůli němu nebyla coby materiál zvolena obvyklá FDM deska, ale sklolaminát. Pro finální povrchovou úpravu bylo použito lakování. Design měl být čistý a měl umožnit produkt nejen představit, ale také vyzkoušet. Podsvětlení pod zvětšenou maketou přístroje láká pozornost zákazníků, odkud přechází nad ni, kde jsou umístěny promované produkty. Nad nimi běží edukační video a nechybí ani cenovkové listy pod produkty a další komunikace