

СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ВИТРИН

В ТРК «ГУЛЛИВЕР»

Магазин начинается с витрины. Витрина – это лицо магазина, важная часть его образа, и, несомненно, главный стимул для покупателей, чтобы зайти в внутрь. Витрину магазина можно назвать его визитной карточкой. Именно витрина производит на потенциального покупателя первое впечатление. Композиция в витрине магазина и её общее оформление может как привлечь внимание, так и вызвать желание пройти мимо. Продуманное оформление витрин и входной зоны магазина также является важной составляющей общей стилистики и позиционирования торгового комплекса и бренда.

Именно поэтому витрины магазинов являются зоной с повышенными требованиями к дизайну и оформлению и в обязательном порядке согласовываются с Отделом маркетинга и рекламы ТРК «Гулливвер».

Порядок согласования витрин с Отделом маркетинга и рекламы ТРК

- 1.** Подготовьте проект оформления витрин
- 2.** Оформите в виде заявки на согласование внешнего вида объекта.
Скачайте форму заявки на сайте www.trk-gulliver.ru в разделе «Рекламодателям».
- 3.** Заполните заявку по образцу, указывая все данные.
- 4.** Заполненную заявку направьте в Отдел маркетинга и рекламы по адресу: vf@gulliver.spb.ru
- 5.** Срок согласования заявки - 3 рабочих дня.
- 6.** Без согласования заявки не приступайте к изготовлению и монтажу.
Внимание! Оформление витрин без согласования подлежит демонтажу.

Зона оформления витрин - это зона повышенных требований к дизайну.

Зона для согласования представляет собой:

- всё витринное остекление
- графические элементы
- короба
- планшеты
- детали вывесок вокруг витринного окна
- цветовое решение
- освещение внутри данной зоны



Внимание!

Арендатор должен самостоятельно следить за чистотой витрины своего магазина. Не допускается наличие пыли, мусора, грязных пятен и разводов на витрине магазина.

Примеры оформления витрин в соответствии со Стандартом ТРК



Правила оформления витрин и входных зон магазина

- 1.** Запрещается наклеивать на стекло любые объявления, выполненные вне концепции общего оформления витрин, в т.ч. написанные от руки или распечатанные на принтере.
- 2.** Запрещается устанавливать ценники и любые объявления (акции, скидки и т.п.) во входных зонах магазина, написанные от руки или распечатанные на принтере.
- 3.** Информация о принимаемых картах, зоне wi-fi, онлайн магазине, приеме на работу, qr-кодах, охранном предприятии и т.п. – размещается только на кассе торговой точки.
- 4.** Все наклейки должны быть наклеены строго с внутренней стороны витрины. Кроме магазинов, расположенных в корпусе Б (1,2,3 этажи), по техническим особенностям витринного остекления.
- 5.** Привитринное оборудование не должно блокировать свободный проход покупателей в магазин. Торговое оборудование в зоне входной группы должно легко перемещаться в случае чрезвычайной ситуации и эвакуации людей. Применяйте принцип «амфитеатра» в расстановке торгового оборудования. Не загромождайте витрины высокими стеллажами. За счёт низкого оборудования у витрин (столы, подиумы и т.п.) достигается отличный обзор всего торгового зала. Не закрывайте фасады магазинов стенами из гипсокартона. Дайте покупателю возможность познакомиться с вашим товаром.
- 6.** Арендатор должен следить за освещением внутри магазина, оно должно быть выстроено таким образом, чтобы привлекать внимание посетителей и быть комфортным для глаз.
- 7.** Для размещения наклейки на витрине магазине необходимо привлекать квалифицированный персонал и специальное оборудование. Размещение стикеров с пузырями недопустимо.
- 8.** Запрещено приклеивать любые объявления на скотч.
- 9.** Товар за витриной необходимо размещать «лицом» к покупателю, а не наоборот.
- 10.** Запрещена реклама третьих лиц (компаний) в витринах магазинов и размещение информации об адресах других торговых точек сети, размещение адреса интернет-магазина.

Недопустимое оформление витрин



Рекомендации к оформлению витрин

1. Цветовая гамма

Соблюдайте три основных правила: использование фирменного стиля вашего бренда, использование фирменных цветов ТРК и сочетаемость выбранных цветов.

2. Основной фон

Правильно подбирайте основной фон. В первую очередь, он не должен забирать на себя все внимание.

3. Освещение

Правильное направление света делает стеклянную витрину магазина продающей. Здесь, как правило, используются 2 базовых типа освещения: акцентный свет / подсветка товара, потолочный / напольный свет.

4. Ценник на витрине

Многие магазины демонстрируют привлекательные цены прямо на своих стеклянных витринах. Это позволяет оповестить людей о грандиозных распродажах, скидках или привлекательных ценах на ваши товары.






5. Привлекайте профессионалов

В первую очередь, это должны быть квалифицированные специалисты, у которых есть опыт, они обладают тонким вкусом и чувством меры. Это способствует повышению ваших продаж.

Рекомендованные цвета комплекса

Изображение логотипа ТРК:  **ГУЛЛИВЕР**

Согласно цветовому коду ТРК «Гулливвер» просим вас при оформлении витрин придерживаться следующих цветов ТРК:

 	Черный или графитовый	} 30%
	Белый или	
 	Красный или бордо	

Или сочетание вышеуказанных цветов.

Внимание!

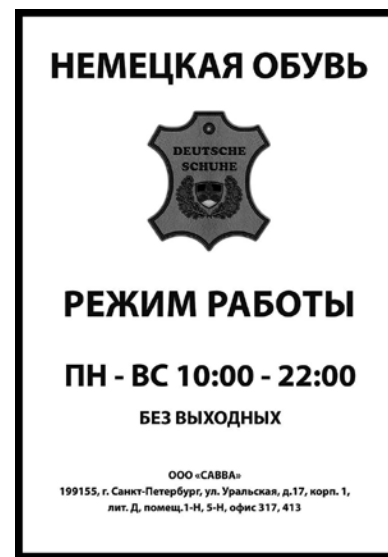
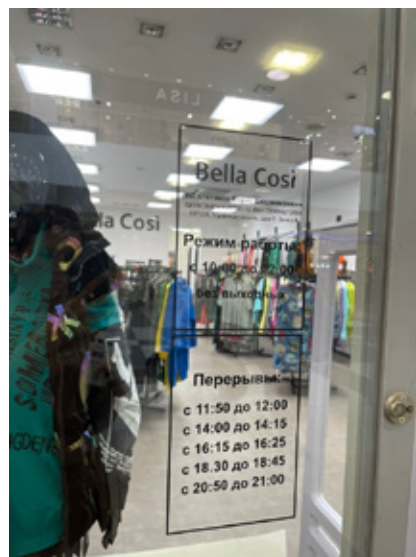
Рекомендации для праздничного, сезонного оформления витрин Отдел маркетинга и рекламы направляет арендаторам дополнительным информационным письмом.

Информационная вывеска (режимник)

Арендатор обязан разместить на витринном остеклении информационную вывеску в соответствии со Стандартом информационной вывески ТРК «Гулливвер».

Скачать можно на сайте www.trk-gulliver.ru в разделе «Рекламодателям».

Примеры оформления



В случае отсутствия стеклянных витрин, информация о режиме работы должна быть размещена внутри торговой точки на специальной подставке или на стене в зоне видимости посетителей и должна быть изготовлена на пластике.

УВАЖАЕМЫЕ АРЕНДАТОРЫ!

ОБРАЩАЕМ ВАШЕ ВНИМАНИЕ, ЧТО ВИЗУАЛЬНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И «ПРОДАЮЩАЯ» СПОСОБНОСТЬ ВИТРИН ВАШИХ МАГАЗИНОВ НАПРЯМУЮ ВЛИЯЕТ НА ВЫРУЧКИ МАГАЗИНА, ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ, НА ПОСЕЩАЕМОСТЬ И ИМИДЖ ТРК «ГУЛЛИВЕР» В ЦЕЛОМ.

УБЕДИТЕЛЬНО ПРОСИМ ВАС СОБЛЮДАТЬ ТРЕБОВАНИЯ И ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ РЕКОМЕНДАЦИЙ, ИЗЛОЖЕННЫХ В НАСТОЯЩЕМ СТАНДАРТЕ ОФОРМЛЕНИЯ ВИТРИН.

С УВАЖЕНИЕМ, АДМИНИСТРАЦИЯ ТРК «ГУЛЛИВЕР»