

# five to *inspire*

eden<sup>®</sup>

Retail Insights & Inspiration  
11.23



Marmon  
Retail Solutions  
A Berkshire Hathaway Company

# 11.23 insights

one



Technologie  
Jste obsluhováni?  
**Samoobslužné pokladny**

two



Udržitelnost  
Vdechnout nový život  
starým věcem  
**Úklidové a opravárenské služby**

three



Zážitky  
Dostat se do atmosféry!  
**Personalizované dárky**

four



Trendy  
Materiály a estetika  
**Zarámování scény**

five



Žhavá témata  
Vzestup a rozmach značky Sephora  
**Angažovaná krása**

# one

## Technologie - Jste obsluhováni? Samoobslužné pokladny

Ať už je milujete, nebo nenávidíte, samoobslužné pokladny zůstávají, přičemž "nová generace" nyní poskytuje bezproblémový zážitek díky technologii RFID (radiofrekvenční identifikace). Zákazníci již nemusí složitě hledat a skenovat čárové kódy, aniž by si byli jisti, zda použili samoobslužnou pokladnu v daném obchodě správně.

Při vyšších nákladech, které musí prodejny vynaložit na implementaci (označeny musí být naprosto všechny položky), se tato technologie ukázala být natolik úspěšná, že odůvodňuje všechny vynaložené náklady. Samotné prodejny zlepšily správu zásob a zákazníci musí pouze položit své zboží do určeného prostoru, aby bylo načteno - což umožňuje bleskurychlý proces, který vede ke zkrácení doby transakce, zkrácení čekací doby, snížení počtu kontaktních míst a obecně ke zmírnění frustrace v oblasti, která může být pro mnoho maloobchodníků nepříjemná. Důležitost vnímání bude hrát velkou roli při zavádění této technologie ve více obchodech - pokud si zákazník může užít pozitivní zkušenost s inovacemi v jednom obchodě, bude to očekávat i v jiném. Pokud ne, proč ne?

Správně provedené samoobslužné pokladny ukazují to nejlepší z užitečného maloobchodního designu v jedné malé jednotce - skvělým příkladem je OYSHOW ve Westfieldu White City - elegantní, minimální design, kde má vše své místo, od tašek na nosiče po úložný prostor na ramínka, od prostoru pro čtení visaček po digitální informační obrazovku - vše je přesně tam, kde to potřebujete!



# two

Udržitelnost - Vdechnout nový život starým věcem

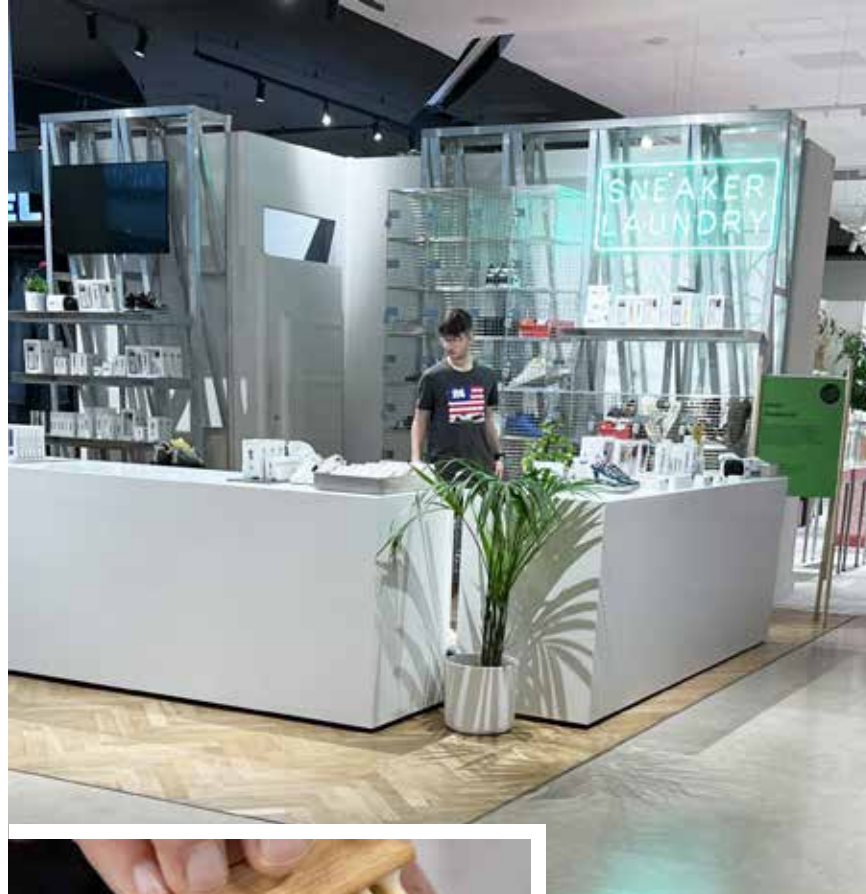
## Úklidové a opravárenské služby

Pokud znáte historickou frázi "Make do and mend", možná jste si všimli, že se v posledních letech objevují iniciativy, které tento postoj připomínají (i když našťastí bez předělového systému!).

V rámci projektu Selfridges Project Earth jde koncese Sneakers ER nejen nad rámec čištění a oprav, ale také přizpůsobení tenisek... při návštěvě Westfieldu White City zjistíte, že výrobce ručních čistících zařízení W'air spolupracuje s London Laundry Club a nabízí širokou škálu možností čištění tenisek od hodinového expresního čištění až po kompletní obnovu.

Všichni máme oblíbené tenisky, které neradi vidíme na smetišti, takže možnost využít tuto službu během nakupování je velmi pozitivní.

Proč se o tom zmiňujeme právě teď? S příchodem zimních měsíců se zvyšuje pravděpodobnost, že naše obuv utrpí v důsledku nepříznivých povětrnostních podmínek, takže je skvělý čas připomenout, že pokud by se tak stalo, tyto služby kromě toho, že jsou k dispozici online, fungují také pro zlepšení vašeho zážitku z prodeje v obchodě - a kdo nemá rád pocit uspokojení, když zabije dvě mouchy jednou ranou?



# three

## Zážitky - Dostat se do atmosféry! **Personalizované dárky**

S blížícími se Vánocemi a myšlenkami na dárky se pro kamenné obchody naskytá velká příležitost přilákat zákazníky prostřednictvím zapojení založeném na zážitcích - možnost vybrat si osobní dárek a fyzicky se ponořit do rozhodovacího procesu má jistě výhodu oproti pouhému zaškrtnutí políček prostřednictvím online zkušeností.

Společnost Il Gusto, která má ve Velké Británii několik prodejen, se snaží poskytnout "divadlo chuti" - a díky bohaté nabídce lihovin (včetně nealkoholických), olejů a octů, v kombinaci s různými možnostmi výběru lahví a personalizovanými sděleními se jí také daří vytvářet "divadlo obchodu".

Zákazník je vyzván, aby si tyto možnosti v klidu prohlédl a poté požádal o pomoc s plněním lahví - ve světě nákupů bez tváře je to samo o sobě stále vzácnější jev - osobní služba poskytující osobní dárek!

Citujeme Il Gusto: "Jakmile si vyberete dárek, můžete si vybrat dokonalou velikost, design láhve a vzkaz, který ho povýší z dárku na poklad." Odcházet z obchodu s takovýmto pocitem je k nezaplacení.



# four

## Trendy - Materiály a estetika Zarámování scény

Sotva se objeví nějaká tradiční oděvní konstrukce, už je v obchodě běžný nárůst minimálních rámců. Tato moderní estetika vytváří definici, umožňuje průchod světla a vyžaduje minimální použití materiálu, takže působí lehčím dojmem a elegantně zvýrazňuje produkt.

Tento trend, který se objevuje v nesčetných materiálech a barvách, od středních pater až po zadní stěny, nabízí také skvělou optimalizaci prostoru - klíč k maximalizaci prodejního prostoru - a flexibilitu díky snadno ovladatelným středním prvkům, které lze měnit stejně snadno jako kolekce, které jsou na nich vystaveny.

Tyto otevřené prostory snadno zahrnují branding a personalizaci; od světelných boxů a digitálních obrazovek až po minimální a účelné umístění "hrdinských" produktů, což vytváří promyšlený prostor, který vybízí k rozjímání - není zde žádný spěch, můžeme se kochat okolím a ocenit, že nejsme zahlceni produkty.

Postpandemický maloobchod se musel přizpůsobit potřebě zákazníků po prostoru a čistotě - přeplněným a klaustrofobickým prostorům se budou vyhýbat, ale pokud jim poskytneme prostor, navštíví je a zůstanou!



# five

## Žhavá témata - Vzestup a rozmach značky Sephora Angažovaná kráska

Příchod značky Sephora na britskou kosmetickou a parfumérskou scénu s velkou slávou nebylo možné ignorovat. Francouzská společnost vlastněná LVMH vtrhla v březnu letošního roku do Westfieldu White City a v rychlém sledu ji 15. listopadu 2023 následuje druhý obchod, který se otevře ve Westfieldu Stratford...

Jak se tedy společnosti, která začala působit v roce 1969, podařilo udržet si význam v proměnlivém světě maloobchodu? Jak to, že obyčejné otevření obchodu přiláká 5 000 lidí, jako se to stalo ve White City?

Odpověď nakonec spočívá v tom, že spotřebitelům dodává vysoce kvalitní výrobky podle trendů, které chtějí (teď!), nicméně pokud by to byl jediný důvod, bylo by toho možné jednoduše dosáhnout online. Je to právě touha společnosti Sephora "překvapovat a potěšit" v reálném prostředí, která přitahuje fyzické spotřebitele - kosmetické bary, interaktivní digitální obrazovky, možnost testovat, experimentovat a učit se, to vše vyúsťuje ve vzrušující koktejl inkuzivity a pohlcení. Přidejte do tohoto mixu používání mobilních aplikací v prodejnách, které spotřebitele propojují s jejich vlastním telefonem, a Sephora uspěje ve spojení se svými spotřebiteli na všech úrovních.

Spotřebitelé nikdy nezapomenou na to, jak se díky zážitku cítili, a Sephora to dokonale chápe.



five to inspire

eden<sup>®</sup>

Inspirovali jsme vás a chcete vědet více?  
**Kontaktujte nás**

[www.eden-retail.com](http://www.eden-retail.com) [info@eden-eu.com](mailto:info@eden-eu.com)

 Marmon  
Retail Solutions  
A Berkshire Hathaway Company