ALQUATI colorificio

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

TRADE MARKETING

Progettazione punto vendita in 3D

- Linguaggio del punto vendita
- Immagine esterna ed interna
- Esposizione e Comunicazione Punto vendita
- Dettagli Allestimento

Il linguaggio del punto vendita

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Quando osserviamo il punto vendita con gli occhi del cliente ricordiamoci che ogni cosa presente nel punto vendita, che ne siamo consapevoli o meno, comunica qualcosa al cliente. Cosa comunica dipende da noi.

Tutto quello che comunica il punto vendita viene definito il linguaggio del punto vendita o più in generale atmosfera. Da un punto di vista operativo si può affermare che l'atmosfera di un punto vendita è il risultato dell'operare congiunto di una serie di elementi tangibili e intangibili che contribuiscono a crearne l'immagine.

Troviamo 4 grandi raggruppamenti:

1. Immagine esterna del punto vendita
2. Immagine interna del punto vendita
3. Layout del punto vendita e layout merceologico
4. Display dei prodotti

Ognuna di queste 4 aree concorre a definire la relazione con il cliente e determina quanti acquisti il cliente farà nel nostro punto vendita.

Vediamo alcuni punti nel dettaglio

Immagine Esterna

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Ogni elemento all'esterno del punto vendita, comunica con chi non è ancora entrato nel punto vendita stesso.

Di grande importanza quindi l'attenzione agli elementi strutturali esterni come ad esempio l'insegna, le vetrine, il parcheggio e l'entrata.

Non sempre è possibile agire su tutti questi elementi, ma possiamo focalizzarci su due :

1. L'insegna

2. Le vetrine

Nel dettaglio ...

L' insegna

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

L' insegna è il primo elemento di comunicazione che individua il punto vendita dalla strada. Quindi deve avere il massimo di visibilità. Comunica, ai clienti attuali e potenziali, che lì c'è un colorificio. Identifica l'attività e le categorie merceologiche che tratta.

La Vetrina

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

La vetrina :
sono un'anticipazione del punto vendita. Assolvono dei compiti importanti perché devono catturare l'attenzione del cliente, devono invogliarlo ad entrare e possono comunicare i brand che vengono trattati.
In più è essenziale che trasmettano dinamicità, idee e veicolare messaggi promozionali

Immagine Interna

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

I primi elementi che, contribuiscono a farsi un'idea ed una percezione positiva o negativa del punto vendita sono elementi strutturali quali, pavimentazione, sistemi di illuminazione e climatizzazione, colore dei muri perimetrali, arredamento e Aree multimediali.

Quando un cliente entra in un punto vendita, tutto ciò che vede viene elaborato su due livelli, uno razionale e uno subliminale, che lavora su aspetti più legati all'inconscio.

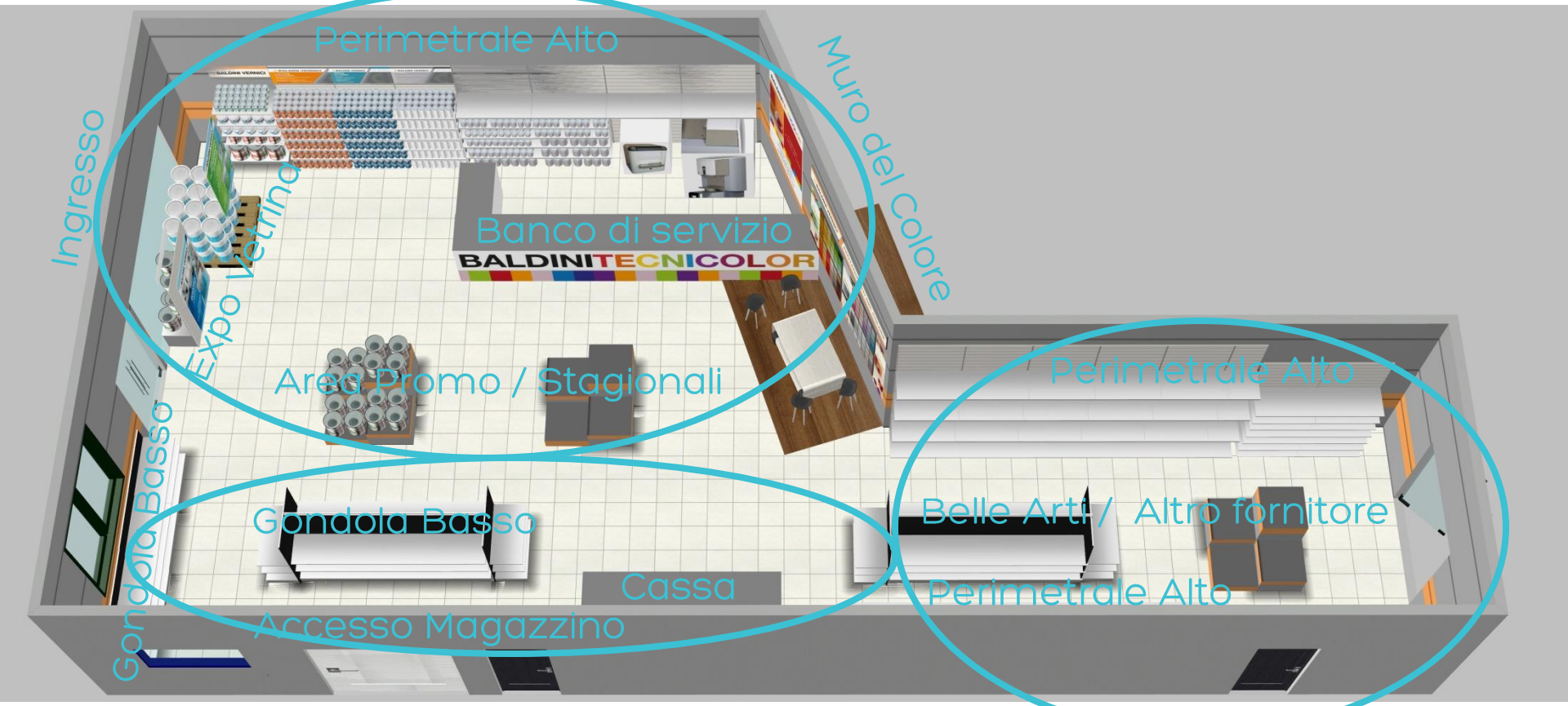
Livello Razionale : Prodotto e Prezzo.
Livello Inconscio : Atmosfera complessiva del punto vendita.

Un punto vendita caotico, maltenuto di difficile lettura, porta il cliente direttamente al banco di vendita per ottenere subito la risposta al suo bisogno.

Un punto vendita accattivante, ben illuminato, con strutture non deteriorate, in cui regna l'ordine e la pulizia, di facile lettura, invoglia il cliente ad aggirarsi tra gli scaffali, a guardare l'assortimento dei prodotti e ne stimola l'acquisto attraverso un sistema di decodifica che non è più solo Prodotto - Prezzo.

Progettualità 3D - Layout PV

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore



- Importante settorializzare

Una corretta progettazione e suddivisione degli spazi commerciali facilita la lettura del punto vendita e aiuterà a trasmettere un'immagine da specialista, aumentando la redditività degli spazi commerciali.

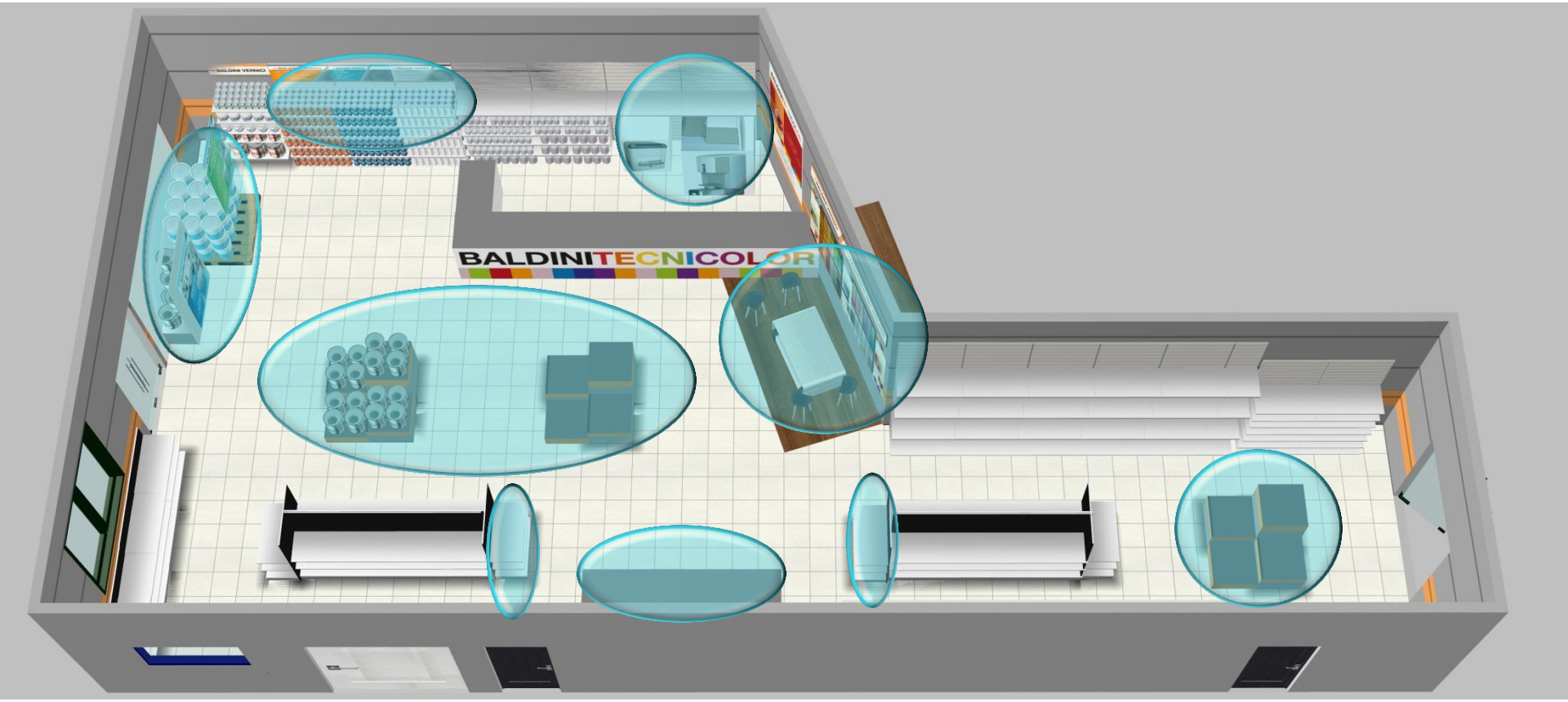
- Comunicare

Comunicare in modo chiaro ed efficiente con i nostri clienti, posizionando cartelli di indicazione (settore, prodotto, promo, prezzo). Li aiuteremo ad orientarsi all' interno del pv, portandoli anche a curiosare tra gli scaffali solo per aver ad esempio visto una comunicazione accattivante.

Progettualità 3D - Focus

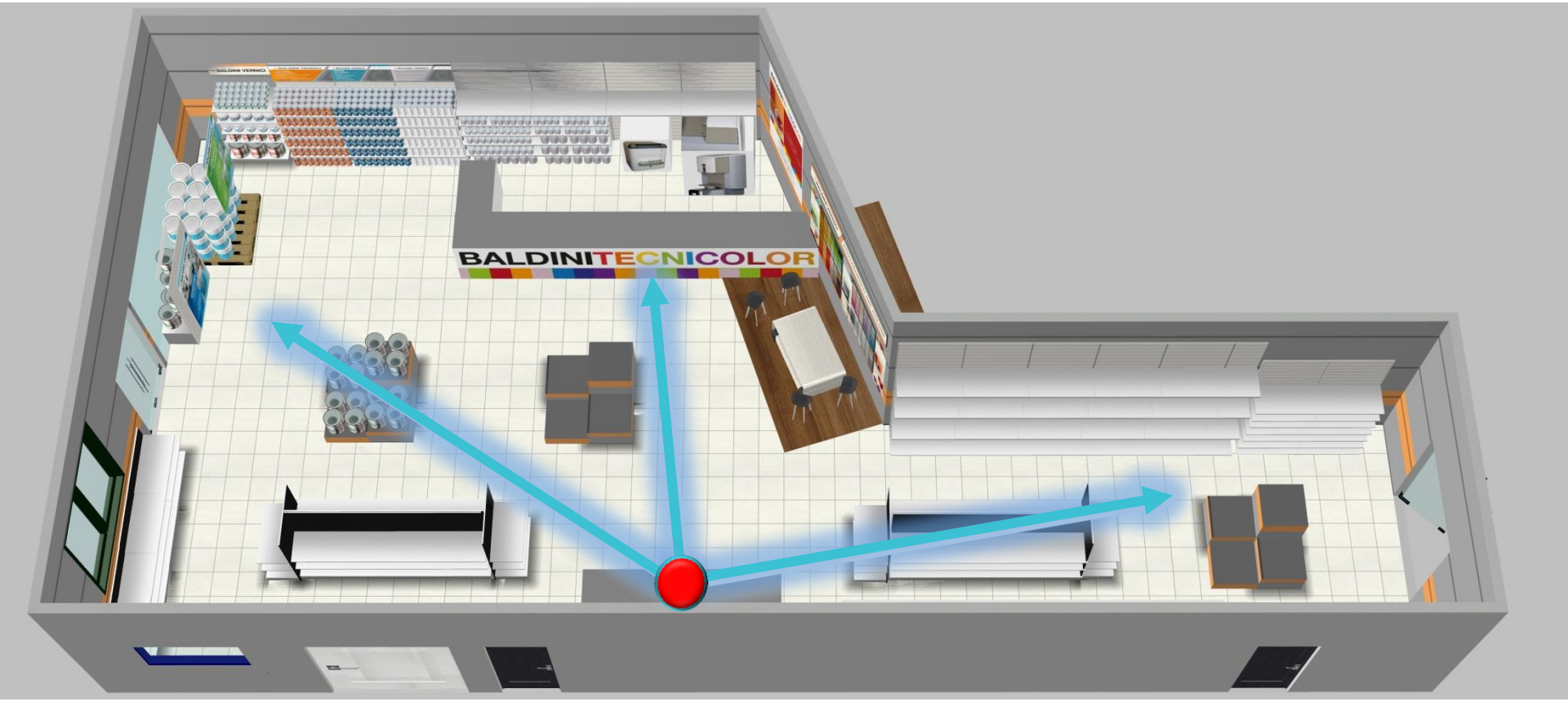
BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

- Porre «attenzione» alle zone evidenziate, faranno la differenza.
- Creare uno spazio accoglienza, una maggior comunicazione e promozione, porterà il cliente a percepire un' attenzione ed un servizio che contraddistinguerà il vostro pv.
- Importante un layout curato, pulito e sempre in ordine, con una chiara comunicazione prodotto accompagnata da una didattica di spiegazione delle categorie merceologiche.



Progettualità 3D - Vista dal banco

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore



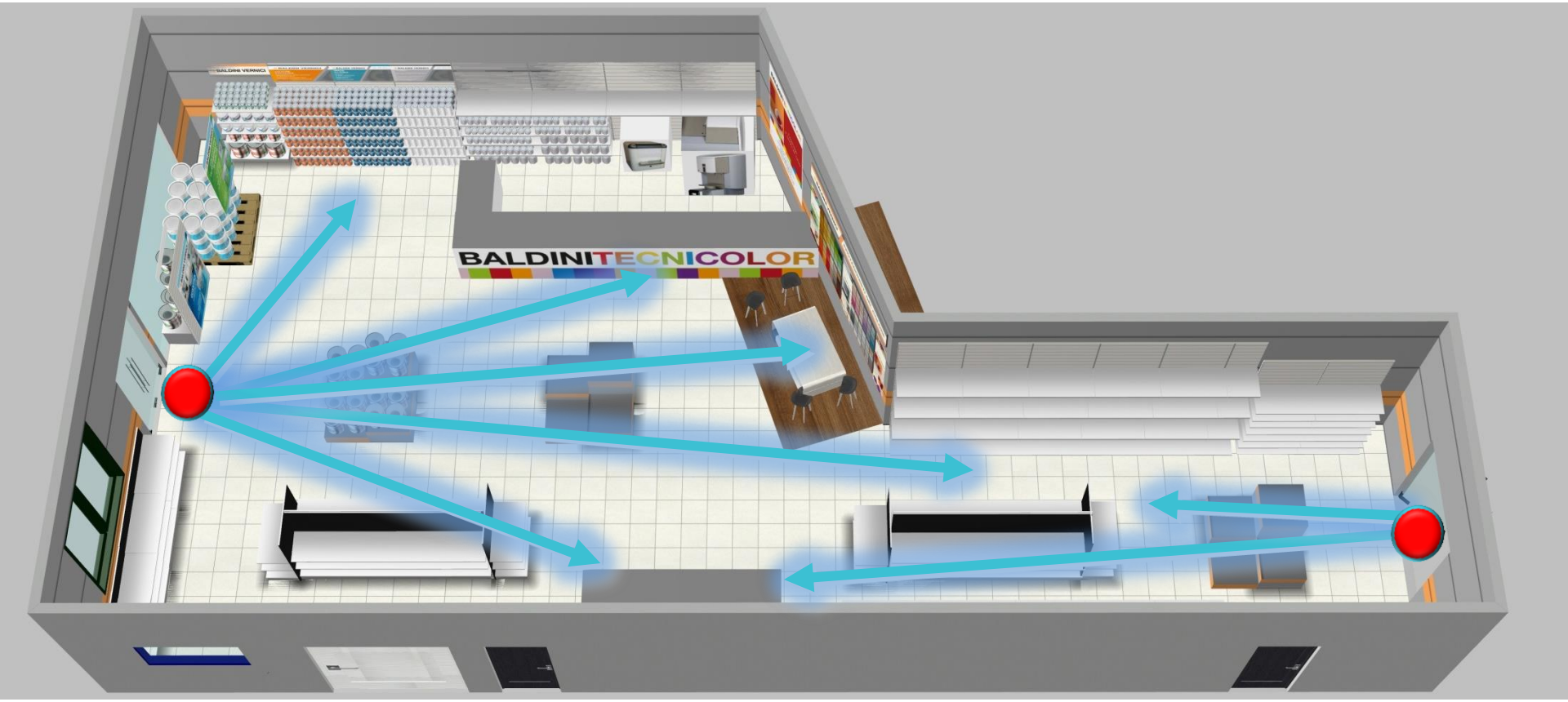
Il banco è stato posizionato In maniera strategica.

La posizione centrale permette di controllare tutto il perimetro del negozio, non lasciando angoli bui.

Le esposizioni e le gondole basse permettono di vedere e dare il benvenuto a chi entra da tutti e due gli accessi

Progettualità 3D - Vista ingressi

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore



Il cliente sin dall' ingresso ha una visione completa del pv in quanto non ci sono barriere.

Le esposizioni e le gondole basse permettono la visuale.

Settorializzando gli spazi comunichiamo in modo chiaro ed efficiente con i nostri clienti.

Il percorso aiuterà il cliente a non dirigersi subito verso il banco ma a «curiosare» nel pv.

Progettualità 3D - Aree

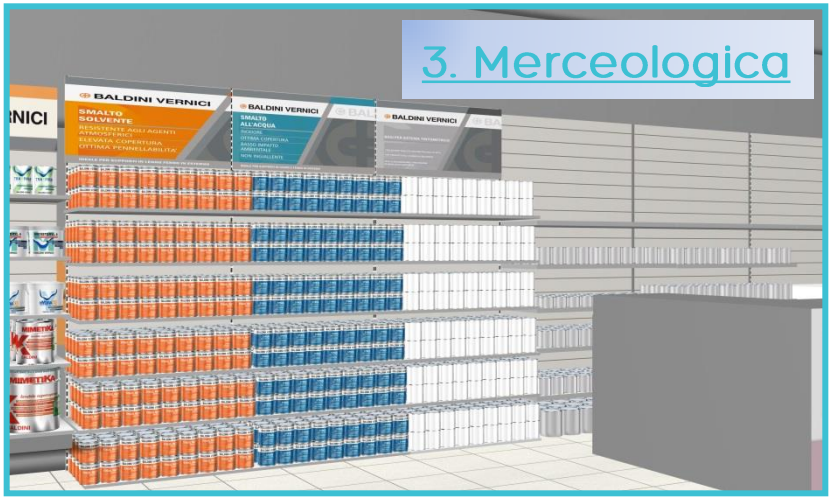
BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Trasformare «gli spazi» in Aree (Promozionale, Espositiva, Merceologica, Servizio) definendo le sequenze logiche di presentazione. Dare la chiara idea di quello che abbiamo da offrire porta il cliente al di là del bisogno immediato, aumentando gli acquisti di impulso. Adottare ogni accorgimento è una leva per valorizzare il punto vendita spingendo così il cliente a tornare.

1. Promozionale

2. Espositiva

3. Merceologica



2. Servizio

Progettualità 3D – Area Promozionale

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

E' una «zona calda» del pv, cioè una zona che genera molto fatturato, va individuata con cura e gestita sempre al meglio.

L'idea per dare un' immagine impattate, chiara e comunicativa è quella di andare a posizionare delle latte vuote con un crowner di comunicazione (taglio prezzo o sconto), così da sfruttare al meglio le potenzialità dello spazio, aumentando il sell-out del prodotto.

- Dare la chiara idea di quello che abbiamo da offrire porta il cliente al di là del bisogno immediato, aumentando gli acquisti di impulso.
- Adottare ogni accorgimento è una leva per valorizzare il punto vendita spingendo così il cliente a tornare.

Progettualità 3D - Area di Servizio

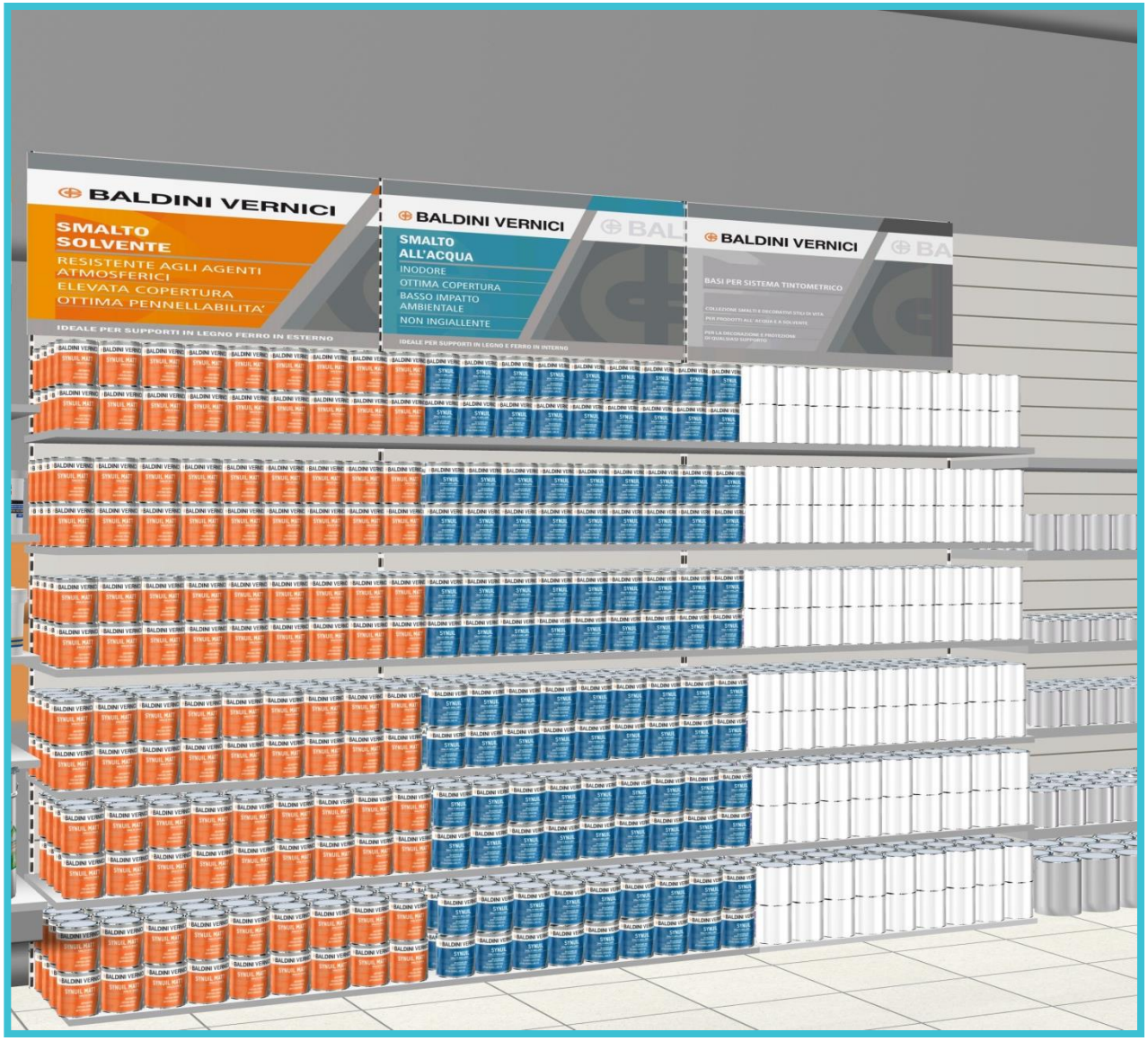
BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Trasmette un'immagine da specialista, aumenta la redditività degli spazi commerciali

L' Area Tintometrica essendo il fulcro del servizio colore contribuisce a trasmettere la specializzazione del colorificio e quindi deve essere tenuta in ordine con una corretta comunicazione che valorizzi e enfatizzi il valore del servizio

Progettualità 3D – Area Merceologica

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore



È importante che il Display sia chiaro ordinato e di facile lettura.

Deve assolvere ad un criterio di coerenza logica

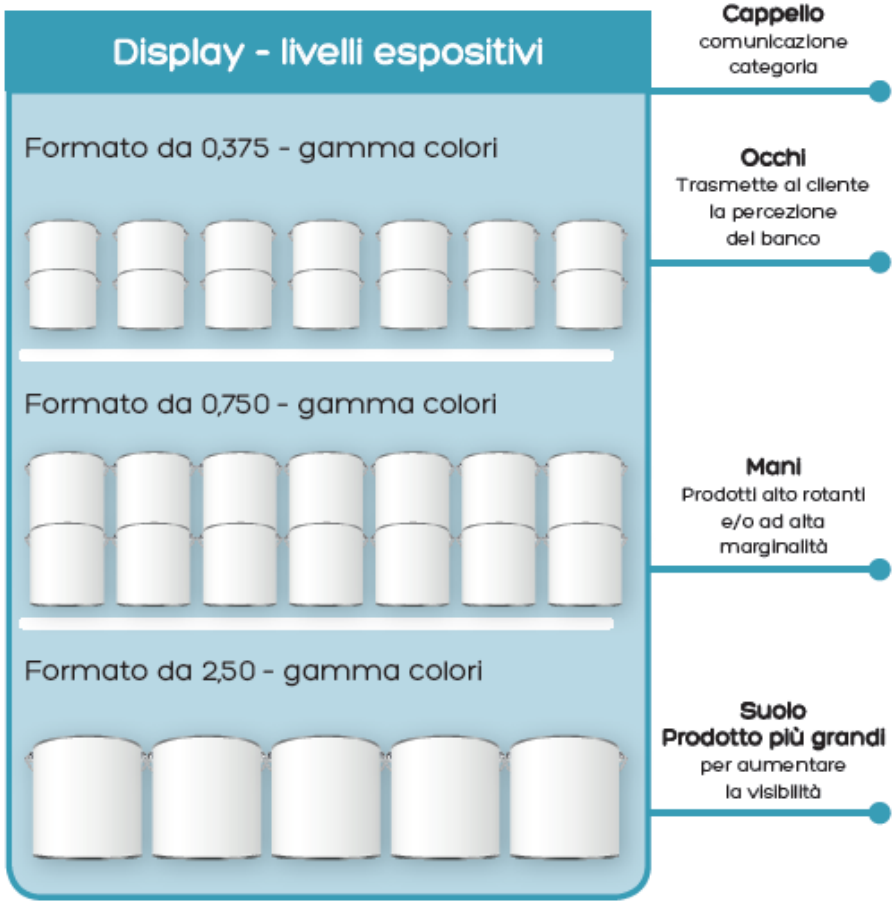
Considerando la categoria merceologica dei prodotti vernicianti consigliamo l'esposizione verticale che presenta i seguenti vantaggi:

1. Maggiore ordine espositivo
2. Maggiore visibilità del prodotto
3. Permette il confronto tra prodotti
4. Armonia del banco (impatto cromatico dato dai pack)
5. Facilità di organizzazione per prezzi e dimensioni.

Progettualità 3D - Display

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Esempio di esposizione verticale: Banco smalti



1. Scegliere una prestazione: smalti.
2. Esporre il prodotto per formato e colore
3. Se c'è lo spazio inserire i complementari come i fondi

La didattica individua la categoria merceologica, i principali plus del prodotto e la destinazione d' uso « ideale per », che serve al cliente per orientarsi nella scelta.

Progettualità 3D - Aree Espositive

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Sono le zone che colpiscono di più il privato, qualificano il punto vendita e le merceologie trattate, rappresentano un area sicura dove il cliente può farsi delle idee.

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Dettagli Allestimento

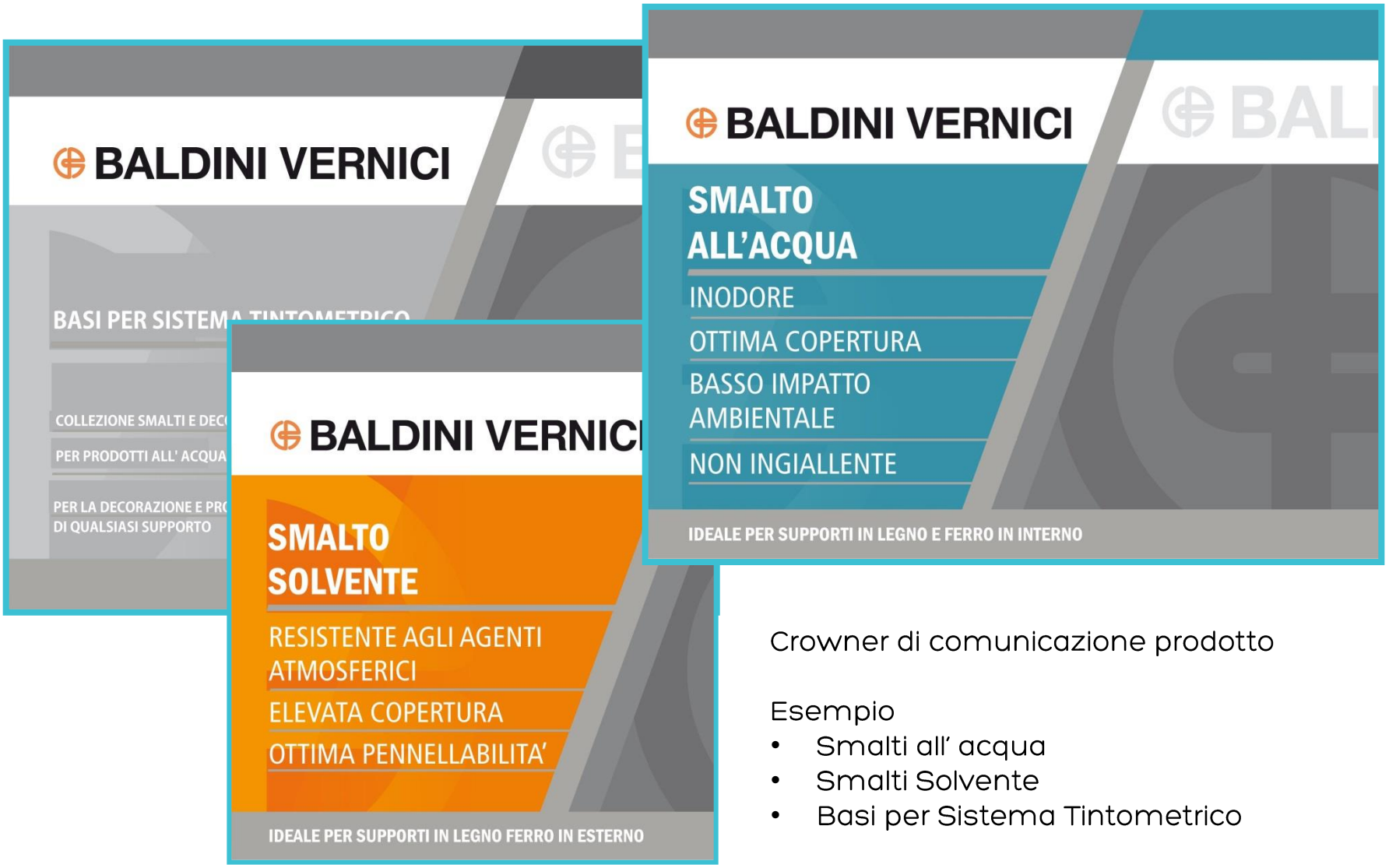
Progettualità 3D – Muro del colore

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Nr° 1 Crowner di firma
Nr° 3 Crowner «ambientazione»
Nr° 1 Muro del Colore - Composto da :
- 4 griglie 97x67 con 24 alloggi ciascuna, in cui vengono inserite le mattonelle colore
- 96 mattonelle colore, ciascuna della dimensione 15x15, fornite con applicazione reale del colore e codice colore stampato sul fronte.

Progettualità 3D - Comunicazione

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore



Crowner di comunicazione prodotto

Esempio

- Smalti all' acqua
- Smalti Solvente
- Basi per Sistema Tintometrico

Progettualità 3D - Servizio Tintometrico

BALDINI VERNICI
Protagonisti del colore

Nr° 1 Crowner di comunicazione servizio tintometrico

Grazie