

Drukowane dekoracje we wnętrzach wpływają na postrzeganie marki

Tomasz MIĘKUS

O kreatywnym wykorzystaniu technologii wielkoformatowego druku cyfrowego do dekoracji wnętrz powiedziano już wiele. Przykładowe aplikacje, takie jak szkło dekoracyjne z motywem graficznym w kuchni czy fototapeta odporna na chemię czyszczącą to produkty już masowo oferowane przez dostawców usług druku i dobrze znane klientom.

Popularność tych zastosowań w przestrzeniach mieszkalnych czy biurowych jest ogromna, na co wskazuje też dostępność licznych sklepów internetowych, oferujących bogate portfolio produktów do dekoracji wnętrz (także z możliwością samodzielnej edycji), doborem podłoży czy personalizacją grafik. Ale jak kształtuje się wykorzystanie dekoracji wewnętrznych zadrukowywanych cyfrowo w środowisku sklepowym?

Dekoracje sklepowe to jeden z najszybciej rozwijających się sektorów branży wzorniczej i drukarskiej. Zadrukowane cyfrowo dekoracje ściennie, grafiki podłogowe i wydruki artystyczne stają się obowiązkowym elementem promocyjnym w przestrzeniach sklepowych, także towarzyszącym ważnym debiutom rynkowym w sektorze handlu detalicznego.

Ponieważ każda marka stara się tworzyć i dbać o swój unikalny wizerunek, który odróżni ją od konkurencji, doświadczenie klienta musi być wizualnie spójne zarówno w sklepie, jak i poza nim. Kluczem do stworzenia efektywnych dekoracji

74%

profesjonalistów z branży drukarskiej uważa, że w sektorze dekoracji największy potencjał mają dekoracje ściennie, tapety i obrazy lub zdjęcia

Badanie „Décor Survey & Report”
przeprowadzone przez InPrint, 2016

25%

osób w wieku od 18 do 24 lat uważa „atmosferę i doznania” za główne powody, aby robić zakupy w sklepie tradycyjnym, zamiast online

Badanie „The State of Brick & Mortar”
przeprowadzone przez Mood Media, 2017

wewnętrznych jest ich precyzyjne włączenie do wielokanałowej kampanii całej marki, tak aby mogła powstać właściwa atmosfera wewnątrz sklepu – która zainspiruje i zachęci klientów do zakupu.

Tempo zmian zachodzących we współczesnym sektorze handlu detalicznego i elastyczność dekoracji wewnętrznych oznacza także konieczność dostosowania materiałów dekoracyjnych i promocyjnych do szybkich zmian w celu szybkiego odświeżenia czy „zaktualizowania” przestrzeni, np. by dopasowywać promocje do aktualnych oczekiwań klientów lub tworzyć dekoracje odpowiadające porze roku.

Samo zainteresowanie marek wewnątrz jest korzystne nie tylko dla tradycyjnych sklepów detalicznych. Sklepy tymczasowe (tzw. pop-up shops) czerpią garściami z luksusu, jakim jest rozpoczynanie działalności w pustej przestrzeni. Wiele z nich zresztą zostało przeobrażonych w 360-stopniowe doznania, okalające klienta wizerunkową kreacją i promocyjnym przesłaniem marki.

Oczywiście staje się też, że w miarę jak marki poszukują coraz to nowych sposobów na podchwycenie i utrzymanie uwagi klienta, dekoracje wewnętrzne stają się szybko rozwijającym się rynkiem, a druk cyfrowy jest wprost stworzony, by na tym skorzystać.

Poniżej prezentujemy przykładowe aplikacje.

Dekoracje ścienne - tapety

Dekoracje ścienne są skutecznym i atrakcyjnym sposobem na stworzenie przez markę własnej przestrzeni w dynamicznym otoczeniu sklepowym. Zaanektowanie całej przestrzeni ściany daje efekt, który robi wrażenie i zapada w pamięć, a druk cyfrowy gwarantuje perfekcyjne dopasowanie powtarzających się wzorów i odpowiednie pokrycie całej przestrzeni. Połączenie dekoracji ściennych z reklamą drukowaną zwiększa efektywność, przyciągając klientów do przestrzeni, w których znajdują się produkty, oraz sprawiają, że marka pozostaje w pamięci na dłużej niż tylko w momencie zakupu.

Dekoracje ścienne - murale

W przestrzeniach handlu detalicznego rosnącą popularnością cieszą się dekoracje ścienne imitujące murale. Dzieje się tak ze względu na ich zdolność wykorzystywania fotografii w wysokiej rozdzielczości oraz intrygujących komunikatów reklamowych w celu odwrócenia uwagi klienta od reklam konkurencji. Pozwalając na pełne dopasowanie i zachowując odporność na różnych powierzchniach, potrafią przeobrazić zwykłą przestrzeń handlową w immersyjne doświadczenie marki.

Grafiki podłogowe

Każdy centymetr przestrzeni sklepowej jest teraz dostępny dla twórców reklam – od ścian i sufitów aż do podłogi. Grafiki podłogowe – stosowane samodzielnie lub jako element kompozycji reklamowej – przechwytyją uwagę przygodnego „zakupowicza”, dostarczając inspiracji i informacji na temat marki. Mogą również pełnić funkcję znaków ułatwiających orientację w miejscu sprzedaży, kierując klienta do produktu. Żywe i wyraziste, cechujące się wysoką odpornością na zarysowania, mogą być używane przez krótki lub długi czas, wewnątrz i na zewnątrz oraz na różnorodnych podłożach.

Wydruki artystyczne

W ciągu ostatniej dekady obserwowaliśmy w marketingu wzrost popularności wydruków fotograficznych wysokiej

jakości. Był on współmierny z rozwojem technologii umożliwiających reprodukcję obrazów z zachowaniem dużej szczegółowości. Dla marek prowadzących kampanie oparte na obrazach, niewielkie nakłady wydruków artystycznych w pięknych kolorach i zachwycających odcieniach czerni i bieli oznaczają maksymalizację wrażenia klienta w przestrzeniach handlowych lub miejscach organizacji imprez. Wysokiej jakości reprodukcje zdjęć dodatkowo nadają produktom bogatej głębi i ekspresji, które są szczególnie efektywne w przypadku marek luksusowych i aspiracyjnych.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY



Tomasz MIĘKUS

Product Business Developer, Marketing Excellence Product Business Development, Canon Polska

reklama

- matryce do złocenia
- matryce do złocenia z przetłoczeniem
- matryce do tłoczenia 2D i 3D
- matryce strukturalne
- matryce Braille'a
- matryce rotacyjne

Grawer **Polska**
Hot Stamping Dies & Embossing Tools
www.grawerpolska.pl

