**Obsługa klientów 11.05.2020**

1. **Temat: Oświetlenie okna wystawowego**

**Na podstawie podręcznika i poniższego tekstu sporządź notatkę.**

Ekspozycja w oknie wystawowym jest najprostszym i najbardziej skutecznym środkiem reklamy.
Nie posługuje się symbolami i wizerunkami, lecz konkretnymi towarami. Dzięki bezpośredniemu kontaktowi z produktami klient może od razu zdecydować czy zakupi wybrany produkt.

Bardzo ważną rolę odgrywa światło, które oświetla wybrane produkty, ożywia, modeluje, sprawia, że stają się bardziej atrakcyjne. **Światłem można wyodrębniać lub akcentować wybrane części wystawy.**

 Nie powinno się jednak oślepiać nim klientów, lecz umożliwić obejrzenie towarów i zapoznanie się z informacją na ich temat. Prócz oświetlenia samej witryny należy także pamiętać o umieszczeniu zewnętrznego światła uwidaczniającego szyld, logo i wejście do sklepu.

Kolory i dynamiczne światło pozwalają wyróżnić witrynę na tle innych. Jeśli ma ona jednak prawidłowo wywiązywać się ze swojej funkcji, nie można zapominać o podstawowych zasadach oświetlania wystawy sklepowej. Oto one:

* Natężenie światła na witrynie zależy od lokalizacji sklepu. Jeśli jest on położony w słabo oświetlonej okolicy, okno wystawowe należy oświetlić silniej – wówczas nasza witryna będzie najbardziej wyróżniającym się punktem. W sytuacji gdy butik sąsiaduje z innymi równie silnie oświetlonymi sklepami albo w ciągu galeryjnym, warto postawić na kontrasty światłocieniowe.
* Światło na witrynie nie powinno być nadmiernie rozproszone, ponieważ mogłoby odbijać się od szyb. Zamiast tego lepiej zastosować punktowe reflektory.
* Należy pamiętać o tym, że przechodnie mogą oglądać witrynę pod różnym kątem. Nie należy więc koncentrować wyłącznie na jej widoku na wprost.
* Z tego samego powodu, poszczególne elementy ekspozycji, warto podświetlać pod kątem, a nie z góry. To najpewniej spowodowałoby, że na wystawie tworzyłyby się zbyt silnie cienie.
* Światło powinno być kierowane do wewnątrz sklepu, w innym wypadku mogłoby oślepiać klienta.

Oprócz tego warto też być ostrożnym, dobierając poszczególne komponenty wystawy. Te białe lub bardzo jasne mogą odbijać światło. Najbezpieczniej jest stosować ciemne, matowe tła.

Podstawowe wymagania i zasady oświetlania sklepów możemy w skrócie podsumować w następujący sposób:

**1. Przyciąganie uwagi**
Dobre oświetlenie w sklepie powinno wyróżniać go spośród wielu innych sklepów, znajdujących się w bliskim sąsiedztwie. Okno wystawowe oraz wnętrze sklepu ukazuje jego indywidualny charakter.

**1. Zainteresowanie**
Wystawa sklepowa powinna być oświetlona w ten sposób, aby potencjalny klient był zainteresowany tym, co zauważy i, chcąc zobaczyć więcej, został „wciągnięty” do wnętrza.

**1. Kreowanie atmosfery**
Dzięki oświetleniu atmosfera ogólna miejsca sprzedaży oraz sposób w jaki prezentowane są produkty powinna pozytywnie wpływać na zachowanie klienta.

**1. Prowadzenie wzrokowe**
Oświetlenie musi „prowadzić” klientów, ułatwić orientację wewnątrz sklepu.

**1. Integracja**
Wnętrze sklepu określa stosowaną w nim strategię sprzedaży a oświetlenie powinno stanowić integralną jej część.

**1. Elastyczność**
Strategie i trendy zmieniają się gwałtownie, sezony przychodzą i odchodzą. Oświetlenie powinno posiadać możliwość adaptacji do nowych sytuacji, w stosunkowo łatwy sposób.

 **W notatce uwzględnij kolor światła!**

1. **Temat: Zasady aranżacji wnętrza sklepu**

Klienci chętniej robią zakupy w sklepach, w których panuje „przyjazny klimat".

Na atmosferę sklepu składa się wiele czynników, które wzajemnie mogą współgrać lub pozostawać w dysharmonii.

Aranżacja wnętrza sklepu wymaga odpowiedniego dobrania:

☞ mebli i urządzeń sklepowych,

☞ kolorystyki wnętrza,

☞ oświetlenia,

☞ nagłośnienia,

☞ ogrzewania i wentylacji,

☞ systemu zabezpieczenia przeciwpożarowego,

☞ systemu zabezpieczenia majątku (towarów, sprzętu sklepowego) przed kradzieżą i włamaniem,

☞ wyposażenia dodatkowego.

Podczas planowania zagospodarowania powierzchni i wyposażenia wnętrza sklepu należy wziąć pod uwagę następujące czynniki:

* asortyment towarowy,
* powierzchnię lokalu handlowego,
* zasoby materialne placówki handlowej,
* natężenie ruchu klientów,
* liczbę osób zatrudnionych w sklepie,
* formę obsługi klientów,
* zasady ergonomii,
* gusty klientów docelowych.

Pozdrawiam Was gorąco