ZMIEŃ WNĘTRZE NA LEPSZE
ZACZYNAJĄC OD PODŁOGI

Rozwiązania podłogowe
do sklepów i placówek handlowych

RAPORT OPARTY NA PRZYKŁADZIE HOLANDII

creating better environments

forbo FLOORING SYSTEMS

Efekt nowości nie jest nigdzie tak istotny, jak w sektorze handlowym.

Renowacja wnętrza co kilka lat to nie tylko konieczność, ale również sposób na zwiększenie sprzedaży. Ponieważ jednak zamknięcie lokalu kosztuje, prace remontowe muszą przebiegać szybko. W niniejszej białej księdze przedstawiamy różne rodzaje wykładzin podłogowych, dzięki którym można taki proces przyspieszyć.

Omówimy też istotne aspekty techniczne, jakie należy wziąć pod uwagę planując zmianę wystroju sklepu.

Przyjrzymy się również trendom w branży handlowej, o których warto pamiętać przed rozpoczęciem prac renowacyjnych.

The Society Shop, sklepy z materiałami kreatywnym Pipoos i zakłady optyczne Hans Anders – te trzy przypadkowo wybrane holenderskie sieci sklepów łączy jedno. Ich wyniki sprzedaży znacząco wzrosły po tym, jak odnowiły swoje wnętrze. Sieć The Society Shop, która jest w połowie procesu renowacji swoich punktów sprzedaży, odnotowała 20%-30% wzrost sprzedaży w wyremontowanych sklepach w porównaniu ze „starymi" lokalami. Pipoos przewiduje wzrost sprzedaży o 15% po każdym odnowieniu wnętrza a przedstawiciele Hans Anders Nederland twierdzą, że gruntowna zmiana stylu przekłada się na wyższe przychody już w ciągu kilku miesięcy.

NOWY SKLEP
W 24 GODZINY

FAKT
W nowych sklepach klienci kupują więcej.

TRENDY I OBSZARY NA KTÓRE WARTO ZWRÓCIĆ UWAGĘ

FAKT

W sektorze handlowym szybkość instalacji wykładziny jest kluczowa.

W sektorze handlowym szybkość instalacji wykładziny jest kluczowa. Z przedstawionych powyżej danych wynika, że renowacja wnętrza to dobry pomysł. O czym jednak powinien wiedzieć właściciel sklepu zanim podejmie drobne lub szeroko zakrojone prace remontowe? Głównym czynnikiem jest na pewno szybkość. Im wcześniej zakończy się remont, tym krótszy czas utraty przychodów i tym mniej klientów zniechęconych przedłużającymi się pracami.
Dlatego też zlecenie należy powierzyć zaufanym wykonawcom, którzy doprowadzą je do końca i bez usterek za pierwszym razem i w ustalonym terminie. Przeprowadzone badania świadczą o tym, że wzrost sprzedaży ma związek z wykorzystaniem naturalnego światła, dzięki któremu klienci czują się bardziej swobodnie i mniej klaustrofobicznie, przez co dłużej robią zakupy.

Inwestycja, która się zwraca

Jeżeli to możliwe, szukajmy jak najwięcej okazji do asynchronicznej wzajemności, projektując wygląd naszego sklepu. Innymi słowy: zainwestujmy teraz, żeby czerpać korzyści później. Podejście to jest zupełnie nowe dla wielu właścicieli sklepów, którzy rozpoczęli działalność przed nastaniem ery Internetu, przyzwyczajonych do tego, że klienci przychodzili kiedyś sami do sklepu.
Przykład firmy ubezpieczeniowej Univé to dowód na to, że sprzedaż można zorganizować inaczej. W zeszłym roku otworzyła ona tymczasowy klub w Hadze. Rozkoszując się kawą w wygodnym wnętrzu, członkowie klubu mogą skorzystać z okazji, aby kupić leki, poddać się ogólnym badaniom, sprawdzić stan skóry lub zmierzyć poziom cholesterolu. Wszystkie te usługi są oczywiście darmowe.

WYRÓŻNIAJ SIĘ
I ZASKAKUJ

FAKT

Funkcja sklepów zmieniła się, ponieważ klienci szukają informacji w Internecie.

Od właścicieli sklepów oczekuje się, iż zaproponują coś więcej, szczególnie dzisiaj, w czasach rosnącej konkurencji ze strony sklepów internetowych. Obecnie klienci szukają informacji głównie w Internecie, co oznacza, że funkcja sklepów stacjonarnych zasadniczo się zmieniła. Coraz częściej stają się one punktem świadczenia usług, miejscem spotkań oraz przestrzenią nowych odkryć i doświadczeń. Klienci powinni mieć powód, żeby wybrać się do sklepu, a kiedy już się tam znajdą, coś powinno zachęcić ich do zakupu. Na pewno nie służy temu przewidywalność przestrzeni sklepowej, której należy za wszelką cenę unikać.

Zacieranie granic

Nowym trendem jest również zacieranie granic pomiędzy różnymi branżami (blurring). Przykładem może być sklep, który jest jednocześnie kawiarnią lub kilka małych sklepów detalicznych wynajmujących wspólnie przestrzeń handlową. Pomysł taki zastosowano centrum House of Men w Amsterdamie – w małym magazynie mieści się sklep z odzieżą męską, ale przewidziano tam również miejsce na stół bilardowy i barbershop, aby wzbogacić doświadczenia klientów. Wraz z zacieraniem granic rośnie znaczenie wizualnych stref pomagających klientom zorientować się, gdzie mogą znaleźć dany produkt.

„SZYBKIE" PODŁOGI

FAKT Marmoleum Click i Allura Flex to wykładziny, które można łatwo i szybko zainstalować.

Powróćmy do najważniejszego czynnika, czyli szybkości. Jakie podłogi nadają się do przeprowadzenia szybkiego remontu? Doskonale w tej roli sprawdzą się zarówno płytki linoleum (model odporny na ścieranie), jak i panele winylowe. Forbo Flooring oferuje w tej kategorii proste i szybkie w montażu wykładziny pływające Marmoleum Click. Zaletą wykładziny Marmoleum Click jest to, że można ją zainstalować nawet na niezbyt równych i gładkich podłożach. Jej wadą są natomiast właściwości akustyczne. Odgłos kroków na takiej wykładzinie jest bardziej słyszalny niż na wykładzinie połączonej bezpośrednio z posadzką. Mimo wszystko jest ona cichsza niż podłogi drewniane czy laminowane.

Przewaga Marmoleum polega również na tym, że produkt oferowany jest w ciekawych wzorach w trzech różnych wymiarach, szeroki wachlarz kolorów, a nawet wytłoczenia. Panele linoleum mogą na przykład imitować naturalne drewno.

Płytki można bez problemu połączyć dzięki opatentowanemu systemowi zatrzaskowemu 5G (tzw. Click). Przy grubości płytek wynoszącej 9,8 mm, Marmoleum Click to produkt, który wytrzyma długie lata.

Wykładziny PVC

Innym rozwiązaniem jest wykładzina PVC. Forbo oferuje tutaj Allura Flex, czyli układane luźno płytki i panele (loose lay) o bardzo naturalnych wzorach drewna lub kamienia. Wykładzina Allura Flex dostępna jest w dwóch wariantach jakościowych: z mocną powłoką ochronną 0,55 mm lub ultra mocną powłoką 1,0 mm. Główną zaletą paneli Allura Flex w porównaniu ze tradycyjną wykładziną PCV jest jej montaż, który wykonuje się przy pomocy środka mocującego w płynie, dzięki czemu podłoga jest natychmiast gotowa do użycia. Można ją tez łatwo odinstalować, a uszkodzone panele wymieć. Nie tylko przyspiesza to proces renowacji wnętrza, ale również umożliwia pozostawienie wyposażenia sklepu wewnątrz na czas remontu. Wystarczy zainstalować wykładzinę Flex w jednej połowie lokalu, przenieść meble i pracować dalej nad drugą połową pomieszczenia. Posadzka musi być jednak prosta, aby nie tracić cennego czasu na wylewanie masy samopoziomującej.

W porównaniu z płytkami Marmoleum Click, wykładzina Allura Flex ma znacznie lepsze właściwości akustyczne. Wymaga jednak bardziej równego podłoża.

NA CO JESZCZE ZWRÓCIĆ UWAGĘ
KUPUJĄC WYKŁADZINĘ

FAKT Poza szybkością montażu, trzy najważniejsze czynniki, o których należy pamiętać, wybierając podłogę do sklepu, to akustyka, doświadczenie klientów i pielęgnacja.

Akustyka

Czego oczekujemy od kupowanej podłogi? Warto pamiętać o dobrych właściwościach akustycznych, ponieważ zakupy powinny być dla klientów przyjemnym doświadczeniem, a sprzedawcy muszą dobrze słyszeć, co klient mówi. Drewniana podłoga wygląda wprawdzie pięknie, ale potrafi być bardzo głośna, jeżeli chodzi się po niej w obcasach. Beton również mocno odbija dźwięk.

Czy nie powinniśmy zatem położyć wszędzie wykładziny dywanowej?

Co prawda trudniej je czyścić, ale dobrze pochłaniają dźwięk. A może postawić na podłogę przyklejaną do podłoża na stałe, aby pozbyć się dźwięku głuchych uderzeń? Wykładzina PVC pomaga osiągnąć wrażenie kamienia lub drewna na podłodze, zachowując jednocześnie doskonała akustykę, podobnie jak linoleum o wyglądzie betonu, które wygląda dokładnie tak, jak wylewana podłoga betonowa.

Co za wejście!

Wchodząc do sklepu, klienci zazwyczaj nie wycierają butów. Niezbędne jest zatem zastosowanie dobrego systemu mat wejściowych, jeżeli chcemy, aby w sklepie było czysto. O ile to możliwe, najlepiej wydłużyć system mat również przed wejściem do sklepu (stosując na przykład maty wejściowe Nuway). Jeżeli wewnątrz sklepu brakuje miejsca na system mat wejściowych, można zastosować maty Coral Duro charakteryzujące się zwiększoną chłonnością brudu i wilgoci.

Zaprojektowany specjalnie na potrzeby niewielkich przestrzeni, produkt ten oferuje niezrównane parametry pochłaniania wilgoci i zatrzymywania brudu. Reszta podłogi będzie bardziej sucha i czysta, dzięki czemu oszczędzimy czas potrzebny na dodatkowe odkurzanie i czyszczenie mopem.

PIELĘGNACJA

FAKT 86% kosztów cyklu życia podłogi to koszty jej pielęgnacji.

Wielu właścicieli sklepów poszukuje podłogi, którą łatwo utrzymać w czystości, takich jak np. gładkie wykładziny linoleum czy PVC. Gdy potrzebna jest wykładzina o miękkości i wyglądzie dywanu, a jednocześnie łatwa w czyszczeniu, rozwiązaniem może być produkt hybrydowy, taki jak wykładzina Forbo Flotex. Dzięki warstwie spodniej z PVC i runu wykonanemu z nylonu, wykładzina nie zatrzymuje wilgoci ani brudu i można ją czyścić wodą. Otrzymujemy w ten sposób podłogę miękką z wyglądu i w dotyku, której nie trzeba czyścić z zastosowaniem kosztownej metody natryskowo-ekstrakcyjnej.

Doświadczenie

Jak wspomniano wcześniej, właściciele muszą wyróżnić swoje sklepy na tle innych, zarówno stacjonarnych jak internetowych punktów sprzedaż, aby zapewnić swoim klientom atrakcyjne doświadczenie zakupów.
Wykładzina podłogowa oferuje pod tym względem nieograniczone możliwości. Możemy wybrać wykładzinę z nadrukiem cyfrowym. Podłogi z gotowymi wzorami, takie jak Marmoleum, Eternal i Allura, również znajdą niejedno zastosowanie. Sklep C&A zdecydował się na przykład na specjalne firmowe płytki LVT Allura opracowane na wyłączność dla tego klienta. „Standardowe" kolekcje także potrafią odróżnić sklep od konkurentów. W ANWB zastosowano wzór Marmoleum z oznaczeniami, dzięki któremu klienci łatwo trafią do sklepu, kierując się strzałkami na podłodze.

Wejście do sklepu jest również najlepszą wizytówką. To właśnie tam można umieścić logo, atrakcyjny tekst lub obraz (na przykład na macie wejściowej Coral).
Podłoga potrafi także doskonale wydzielać poszczególne strefy, co staje się coraz ważniejsze w dobie zacierania granic pomiędzy różnymi segmentami branży handlowej. Można w tym celu użyć różnych kolorów i wzorów jednego typu wykładziny lub połączyć ze sobą różne rodzaje podłogi, takie jak wykładzina linoleum, wykładzina dywanowa, LVT, czy PVC. Dzięki temu w łatwy sposób odróżnić można część sklepową od części cateringowej lub ciągu komunikacyjnego od strefy kas.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

FAKT

Właściciele placówek handlowych mogą zastosować rozwiązania zgodne ze zrównoważonym rozwojem, aby poprawić doświadczenie klientów, wyniki pracowników i rezultaty finansowe.

Takimi wnioskami zakończył się raport Światowej Rady Budownictwa Ekologicznego pod tytułem Health, Well-being and Productivity in Retail: The Impact of Green Building on People and Profit (Zdrowie, dobre samopoczucie i produktywność w sprzedaży detalicznej: wpływ budownictwa ekologicznego na ludzi i zyski).

W raporcie tym zawarto przygotowane przez naukowców wytyczne ramowe mające pomóc przedsiębiorcom, którzy chcą, aby ich sklepy były bardziej zrównoważone i zdrowsze. Ramowe Mierniki w Sprzedaży Detalicznej obejmują trzy elementy. Po pierwsze środowisko pracy, czyli czynniki takie jak oświetlenie, jakość powietrza i akustyka. Po drugie, doświadczenie klientów oraz pracowników. Trzecim elementem są wyniki gospodarcze, jakie można osiągnąć dzięki rozwiązaniom z dziedziny zrównoważonego rozwoju. Rozwiązania takie poprawiają wydajność pracowników i ograniczają liczbę nieobecności w pracy z powodu chorób.

Jeżeli chodzi o samych klientów, im bardziej ekologiczny jest sklep, tym więcej kupują i tym dużej w nim zostają. Stają się też bardziej lojalni.

Autorzy raportu nie tylko stworzyli ogóle ramy, ale również zasugerowali kolejne kroki, które można podjąć, aby jeszcze bardziej dostosować sklep do wymogów zrównoważonego rozwoju.

Biuro:
Forbo Flooring Polska
ul. Jeleniogórska 16
60-179 Poznań, Polska
Telefon: +48 61 862 13 82
E-mail: info.pl@forbo.com
www.forbo-flooring.pl

creating better environments

FLOORING SYSTEMS