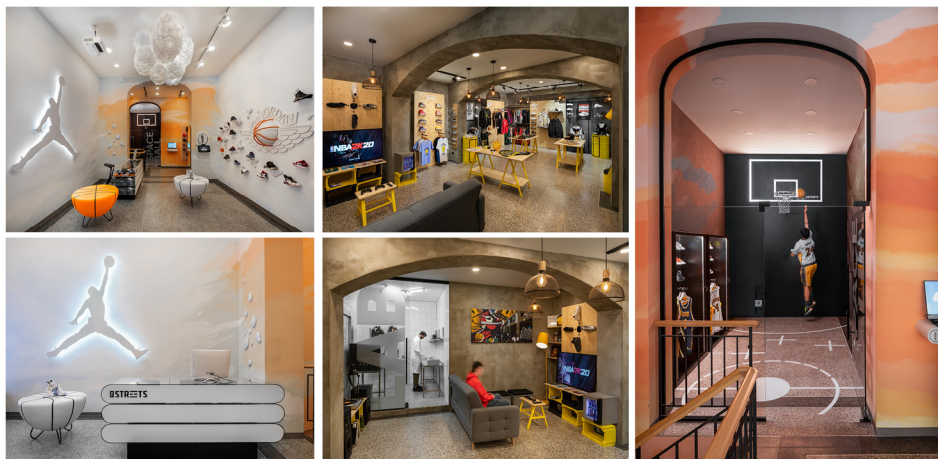




TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY - DESIGN PRODEJEN



POPAI
AWARDS



THE STREETS. OD DESIGNU PRODEJNY PO REALIZACI

- Zadavatel:** RXD s.r.o
Příhlašovatel: WELLEN RETAIL EXPERIENCE
Autor: WELLEN RETAIL EXPERIENCE
Materiály: dřevo, beton, železo, sklo, plexi, PVC, digitální nosiče
Použití: nová flagship prodejna THE STREETS, Martinská 2, Praha 1

70

Charakteristika: The Streets, specialista na basketbalovou a streetswear módu, provozuje kromě e-shopu také kamennou prodejnu v centru Prahy. V polovině roku 2019 vznikla potřeba přesunout ji do atraktivnější lokality na Národní třídě. Naším úkolem bylo v časovém limitu šesti měsíců navrhnutí a následně zrealizovat designový koncept dvoupatrové prodejny, který klientovi pomůže upevnit pozici v rámci kategorie i v rámci komunity. Navrhli jsme autentický prostor pro vyznavače pouliční módy, který dává příležitost nejen k nákupu, ale i k interakci se zákazníkem; prodejna totiž slouží současně jako komunitní prostor. Kreativní koncepce Air&Street odkazuje v prvním patře na ikonickou značku Air Jordan a proměňuje vstupní prostor v pomyslné teniskové nebe. Prostoru dominuje projekční stěna s velkoformátovým podsvíceným 3D logem, tematické nábytkové moduly na míru či interaktivní panel „AIR SCAN“, na kterém zákazník pomocí RFID nebo NFC technologie naskenuje libovolnou vystavenou botu a na displeji může sledovat video, které mu produkt blíže představí. Z nebe se zákazník snese do ulic města v suterénu. „Ulici“ tvoří prvky z betonu, dřeva a železa, např. osvětlený basketbalový koš nebo designové sedáky z barelů. Prodejna generovala v porovnání Y2Y 12/18-12/19 o 28% vyšší prodeje, a to na o 250 % menší ploše. Klient novou prodejnu výrazně upevnil svou pozici v kategorii i mezi dodavateli a získal do prodeje 30 % limitovaného zboží navíc. Komunitní akce navštívilo jen měsíc po openingu 1240 lidí, 87 % rovnou nakoupilo. Ve stejném období zaznamenaly digitální senzory 3890 interakcí se zbožím. Atraktivita prodejny a exkluzivního zboží přitáhla pozornost influencerů, značka tak bez větší podpory roste organicky napříč komunitou. Počet followerů na instagramovém účtu prodejny vzrostl od openingu z 5000 na 12500.