KATEGORIE **T**

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY

KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY – DESIGN PRODEJEN

POPAI AWARDS









149

ČEZ PORADENSKÉ CENTRUM, KONCEPT POBOČKY

Zadavatel: ČEZ Prodej, a.s.

Materiály: dubová dýha, skleněné přepážky, betonová stěrka, technologie, zeleň

Použití: Olomouc, Jeremenkova 1082/36

Charakteristika: ČEZ potřeboval reagovat na proměnu potřeb zákazníků. Přibývají témata, u nichž lidé potřebují více informací a rádi si pro ně dojdou na pobočku. Cílem bylo vytvořit prostředí, které tyto různé typy návštěv propojí a přiláká i ty, kteří přicházejí bez předem definované zákaznické potřeby.

Výzva: Proměnit tradiční zákaznické centrum ČEZ v nový typ fyzického kontaktního místa. Vytvořit pilotní koncept, který bude možné dále rozvíjet a využít i v dalších lokalitách. Jak jsme z běžného zákaznického místa vytvořili první poradenské centrum ČEZ – a pomocí prostoru, autorského designu a digitálních technologií změnili způsob, jakým zákazník může energetická témata objevovat a řešit?

Řešení: Na projektu jsme pracovali od strategického zadání až po realizaci. Součástí práce byl několikafázový zákaznický výzkum, definování strategie a konceptu, designérský koncept, zákaznická cesta, projektová dokumentace ve spolupráci s Atribut Solutions a autorský dohled nad realizací.

- Navrhli jsme nový retailový koncept Poradenského centra ČEZ, který zachovává standardní zákaznickou obsluhu a současně rozšiřuje funkci pobočky o poradenství, inspiraci a detailnější prezentaci energetických řešení.
- Zákaznickou cestu jsme navrhli pro různé typy návštěv a potřeb – od běžného vyřízení požadavku přes individuální konzultaci až po samostatné objevování možností energetických technologií.
- Prostor jsme rozčlenili tak, aby podporoval různé formy kontaktu se zákazníkem, včetně individuálních konzultací.
- Autorský nábytek byl navržen designérem Stanislavem Holým, který se podílel na celkovém designérském konceptu interiéru. Navrhli jsme stůl konzultantů, diskrétní zástěny i další specifické prvky tak, aby podporovaly způsob práce se zákazníkem a současně vytvářely charakteristický vizuální jazyk nového poradenského centra.
- Technologie jsme pojali jako aktivní součást zákaznické zkušenosti, nikoliv jako dekoraci. Vznikl digitální interaktivní stůl s 3D tagy, který zákazníka během čekání vtahuje do jednoduché hry. Na základě volby typu bydlení či potřeb a následných odpovědí systém doporučí vhodnou kombinaci energetických technologií.
- Digitální stůl funguje zároveň jako samostatný nástroj pro zákazníka i jako pomocník specialisty při konzultaci. Součástí návrhu bylo UX/UI, programování interaktivního obsahu, design nábytku a způsob ovládání pomocí 3D tagů. Pro snížení bariéry prvního použití jsme navrhli také videotutorial a vyvolávací systém integrovali přímo do obrazovky.
- Druhým unikátním prvkem je brandová instalace v čekací zóně, která propojuje značku s regionem. Na dřevěný vrstvený reliéf představující vrstevnicovou mapu Olomouckého kraje je namapován digitální obsah s využitím dat klienta. Projekce představuje konkrétní společenský přínos ČEZ pro region.
- Oba unikátní prvky jsme vytvořili na míru včetně návrhu a výroby, přičemž u digitálního stolu jsme koordinovali také programování interaktivního obsahu a u regionální instalace tvorbu projekčního obsahu.
- Koncept jsme dovedli od strategie a výzkumu přes design a projektovou dokumentaci až k autorskému dohledu nad realizací. Stavební realizaci a výrobu vybavení zajišťoval Capexus.
- Otevření vyvolalo silný zájem regionálních médií. První měsíc provozu ukazuje i zvýšený zájem veřejnosti.