

## **ПРАВИЛА, ПРИНЦИПЫ И СТИЛИ ОФОРМЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ВИТРИН**

Оформление витрин – настоящее искусство. Сегодня специалисты в погоне за лидерством в данной области разрабатывают все более необычные варианты демонстрации продукции и услуг. Стили и правила оформления меняются со временем и под воздействием новых мировых тенденций. Изначально важно определиться с типом конструкции витрины: открытая, закрытая или закрыто-открытая. Открытые витрины позволяют клиенту увидеть интерьер, не заходя в магазин. Однако следует отказаться от такого типа витрин, если Ваш торговый зал оставляет желать лучшего. Таким образом, Вы только оттолкнете потенциального покупателя от вашего магазина. Закрытые витрины – это такие витрины, которые ограждены от торгового зала специальной перегородкой, из-за которой проходим не видно, что находится внутри.

Таким образом, акцент делается на экспозицию витрину. Но не следует забывать, что стили витрины и торгового зала должны совпадать. Закрыто-открытые витрины отделены от зала перегородкой, которая позволяет частично рассмотреть торговый зал. Таким образом Вы можете привлечь клиента как композицией витрины, так и оформлением торгового зала.

При этом каждый описанный тип витрин подразумевает индивидуальное оформление. В целом, можно выделить ряд правил, которыми нужно руководствоваться при создании композиции витрины, которые подходят под каждый тип:

– Сочетание цветов. Все цвета в композиции должны сочетаться друг с другом, подходить под общий стиль компании. Цвета не должны вызывать негативные эмоции, а наоборот сподвигать к покупке.

– Правильно выбранный фон витрины. Важно понимать, каким бы красивым не был фон, он не должен перетягивать все внимание на себя, основной акцент делается на композицию внутри. Задача фона – привлекать внимание потребителей, а не забирать его.

– Свет. Очень важно грамотно играть со светом, хорошее освещение делает витрину продающей. Выделяют 2 базовых вида света: общий рассеянный и сфокусированный на предметах или деталях. Главный инструмент в световом оформлении — луч света. И не забывайте, что восприятие витрины сильно различается в зависимости от

погоды и времени суток. Кроме того, интерьер витрины должен оттенять модели, расположенные в ней. Если они темные, значит, стена за ними должна быть хорошо освещена и наоборот.

– Ценники. Не стоит забывать про такую маленькую деталь, как ценники. Они должны быть притягательными и яркими.

– Композиция. Уделите внимание тому, чтобы качественно выстроить свою композицию в витрине. Важно учитывать ее форму, глубину, высоту и так далее. Для проверки правильности Вашей композиции попробуйте удалить один элемент из нее. Если вся композиция после этого рухнет, значит Вы сделали все правильно.

– Не бойтесь экспериментировать. Просматривайте журналы по интерьеру и дизайну, посмотрите программы по этой теме. Если вам действительно нравится дизайнерское решение, обязательно реализуйте его на своей витрине. Однако экспериментируя, не переусердствуйте. Доказано, что в век информационной перегрузки минималистские решения более лояльны к публике.

– Как отмечалось ранее, стиль оформления витрины должен сочетаться со стилем оформления торгового зала.

– Привлекайте опытных дизайнеров. Прибегайте к помощи профессионалов своего дела, которые обладают фантазией, вкусом и чувством меры.

Соблюдая эти простые правила в оформлении витрин, можно добиться желаемых результатов за очень короткий срок. Ведь витрина является отправной точкой для принятия решения прохожего: посетить Ваш магазин или нет. А это соответственно влияет на общее количество посетителей и количество потенциальных и фактических покупок.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Секреты оформления витрин [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://m8effect.by/presroom/intervyu/sekrety-oformleniya-vitrin/>

2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е европейское изд / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2015. - 752 с.

3. Акимова, Ольга Маркетинговые коммуникации / Ольга Акимова. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2011.