

МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

**ВСЁ,
ЧТО ДОМА
ПРИГОДИТСЯ**

+7 (495) 363-50-32/33

info@hhexpo.ru

www.hhexpo.ru

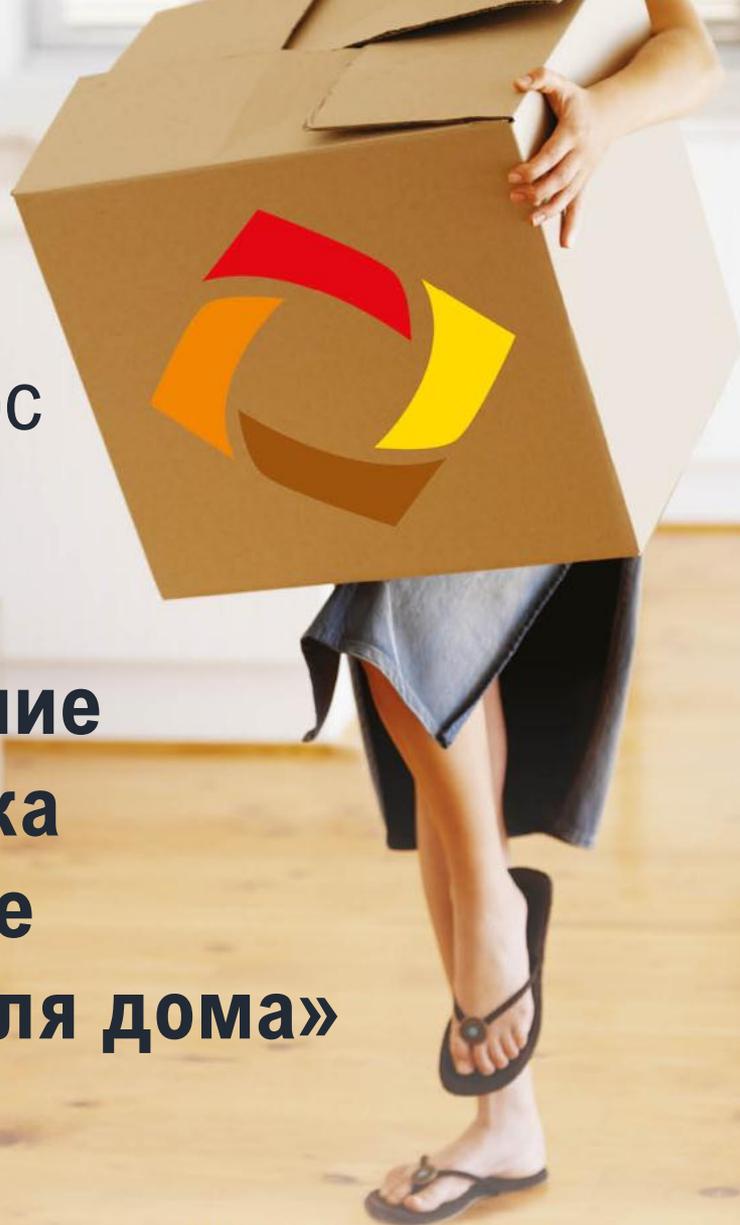
6-й конкурс

**«Лучшее
оформление
и выкладка
в магазине
товаров для дома»**



HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА • ПОДАРКИ



Участники конкурса



HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ПОДАРКИ • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

№	Компания	Магазин	Город	Концептуальный подход к оформлению витрины	Лучшая композиция товаров в торговом зале	Лучшая выкладка на полке
1	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Казань, ТРК "Тандем"	•		
2	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Нижнекамск, ТРЦ "Сити Молл"	•		•
3	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Альметьевск, ТРЦ "Панорама"	•		
4	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Набережные Челны, ТРЦ Омега	•		
5	БС дизайн ООО	БС дизайн	Екатеринбург, БС дизайн		•	
6	ТЦ Заволжский	ТЦ Заволжский	Тверь, ТЦ "Заволжский"		•	•
7	Сантонит	York	Минск, Dana Mall	•	•	
8	Сантонит	ЦСК	Петрозаводск, ЦСК		•	
9	Сантонит	Обойкин	Санкт-Петербург, ТЦ Villa		•	
10	ОАО «Универмаг «Центральный»	ЦУМ. Всё для дома	Могилев, ЦУМ. Всё для дома		•	•
11	Studio Luxor	ТЦ Антей	Екатеринбург	•		

Номинация «Концептуальный подход к оформлению витрины»

№	Компания	Магазин	Город	1 место	2 место	3 место
1	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Казань, ТРК "Тандем"	•		
2	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Нижнекамск, ТРЦ "Сити Молл"			
3	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Альметьевск, ТРЦ "Панорама"			
4	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Набережные Челны, ТРЦ Omega			•
5	Сантонит	York	Минск, Dana Mall		•	
6	Studio Luxor	ТЦ Антей	Екатеринбург			

000 «Домашняя Коллекция»

Салон Домашняя Коллекция, ТРЦ «Панорама», РТ, г. Альметьевск, ул. Ленина, д.100

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины

Привлечь взгляды посетителей, удивить ассортиментом, доставить эстетическое удовольствие оформлению

Почему выбрана такая тема витрины

Тема «Цветы» - роскошь и аромат летних цветов, «Лето» выбрана в соответствии с сезоном, погодой, настроением.

На что сделаны основные акценты

Акценты сделаны на композиционность, на цветовую гамму, на общую задумку оформления. Особенная концентрация на предмете, как предмете уникальном, эксклюзивном.

Ценовой уровень продукта

Средний и выше среднего



ООО «Домашняя Коллекция»

Салон Домашняя Коллекция, ТРЦ «Омега», РТ, г. Набережные Челны, просп. Сююмбике, 2/19

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	Привлечь взгляды посетителей, удивить ассортиментом, доставить эстетическое удовольствие оформлению
Почему выбрана такая тема витрины	Тема выбрана в соответствии с сезоном, погодой, настроением.
На что сделаны основные акценты	Акценты сделаны на композиционность, на цветовую гамму, на общую задумку оформления. Особенная концентрация на предмете, как предмете уникальном, эксклюзивном.
Ценовой уровень продукта	Как правило: в одной композиции представлены разные ниши продукта. Это и эконом класс и до класса люкс. Цель – уникальность!



ООО «Домашняя Коллекция»

Салон Домашняя Коллекция, ТРК «Тандем», РТ, г. Казань, пр. Ибрагимова д.56

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины

Тема «Тропики», лето, отпуск, море

Почему выбрана такая тема витрины

Отпуска, приятный отдых и покупки

На что сделаны основные акценты

Летнее настроение, текстиль, декор

Ценовой уровень продукта

Средний и выше среднего



ООО «Домашняя Коллекция»

Салон Домашняя Коллекция, ТРЦ «Сити Молл», РТ, г. Нижнекамск, просп. Химиков 18

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	Привлечь взгляды посетителей, удивить ассортиментом, доставить эстетическое удовольствие оформлению
Почему выбрана такая тема витрины	Тема выбрана в соответствии с сезоном, погодой, настроением.
На что сделаны основные акценты	Акценты сделаны на композиционность, на цветовую гамму, на общую задумку оформления. Особенная концентрация на предмете, как предмете уникальном, эксклюзивном.
Ценовой уровень продукта	Как правило: в одной композиции предоставлены разные ниши продукта. Это и эконом класс и до класса люкс. Цель – уникальность!



Santonit

Минск, ТЦ Dana Mall

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины

Представить покупателям группу товаров «Текстиль»

Почему выбрана такая тема витрины

Подборки в тематике отпускного сезона

На что сделаны основные акценты

Готовые решения для спальни

Ценовой уровень продукта

Высокий

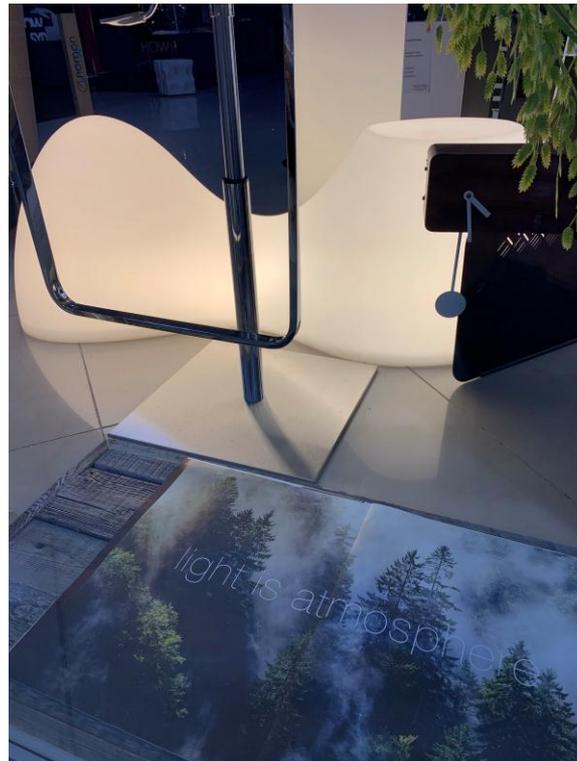


Studio Luxor

ТЦ «Антей», г. Екатеринбург, ул.Малышева53, 5 этаж, офис 509

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	Познакомить клиентов с современными тенденциями в мире дизайна и декорировании интерьера
Почему выбрана такая тема витрины	Витрина разделена на две части, в каждой из которых есть своя тематика. Тема первой витрины это-современная классика, которая сейчас очень популярна. Одним из трендов в данной теме, является стол с каменной столешницей, который сейчас представляют все ведущие фабрики Италии, а также постельная цветовая гамма в интерьере. Тема второй витрины это-уединение с природой и комфортная среда для проживания к которой сейчас стремиться каждый.
На что сделаны основные акценты	Основные акценты сделаны на сочетаемость различных текстур (камень, дерево, металл)соединенных общей цветовой гаммой
Ценовой уровень продукта	Ценовой уровень продукта варьируется от дорогого к более бюджетному. Этим хочется сказать покупателю о том, что в независимости от стоимости каждого предмета используемого в интерьере можно создать уютную атмосферу в доме с правильными акцентами.



Номинация «Лучшая композиция товаров в торговом зале»

№	Компания	Магазин	Город	Место 1	Место 2	Место 3
1	БС дизайн ООО	БС дизайн	Екатеринбург, БС дизайн		•	
2	ТЦ Заволжский	ТЦ Заволжский	Тверь, ТЦ "Заволжский"			
3	Сантонит	York	Минск, Dana Mall	•		
4	Сантонит	ЦСК	Петрозаводск, ЦСК			
5	Сантонит	Обойкин	Санкт-Петербург, ТЦ Villa			•
6	ОАО «Универмаг «Центральный»	ЦУМ. Всё для дома	Могилев, ЦУМ. Всё для дома			

ООО «БС дизайн»

620014, г. Екатеринбург, ул. Сакко и Ванцетти, 47

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции	Привлечение внимания покупателей
Почему выбрана такая тема композиции	Акцентировать внимание на оформлении гардеробной комнаты
На что сделаны основные акценты	На мебель
Ценовой уровень продукта	Премиум



ОАО «Универмаг «Центральный»

Комплекс «ЦУМ. Всё для дома», Респ.Беларусь, г. Могилев, б-р Непокорённых, 26-2

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции	Эмоция покупателя, стимулирующая к покупке и заставляющая вернуться снова
Почему выбрана такая тема композиции	«Серьёзное отношение к чему бы то ни было в этом мире является роковой ошибкой. – А жизнь – это серьёзно? – О да, жизнь – это серьёзно! Но не очень...» Необычная атмосфера, в которую покупатель с удовольствием окунается и в которой хочет задержаться, позволяет видеть привычные вещи в непривычном ракурсе. Использование выкладки товаров, способной привлечь внимание как к конкретному товару, так и к целой товарной группе, создающей настроение и пробуждающей интерес. Даже самые уставшие и безразличные не останутся равнодушными и не смогут уйти без покупки. Формат готового решения позволяет видеть целостность интерьера и акцентировать внимание на деталях.
На что сделаны основные акценты	Динамичность деталей композиции, коллекционность выкладки, микс товаров, контрастность, декорация, презентация дополнительных аксессуаров.
Ценовой уровень продукта	Средний



ОАО «Тверской торговый дом «Заволжский»

ТД «Заволжский», г. Тверь, ул. Горького, 6

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Демонстрация товара основного (посуда для приготовления) и сопутствующих предметов интерьера для завершения образа.

Почему выбрана такая тема композиции

Сезон отдыха на природе + новые дизайнерские решения 2019

На что сделаны основные акценты

На посуду для приготовления, наборы для шашлыка, садовую мебель.

Ценовой уровень продукта

Средний, средний+



Santonit

Минск, ТЦ Dana Mall, магазин York

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Представить покупателям группу товаров «Текстиль»

Почему выбрана такая тема композиции

Коллекционные подборки

На что сделаны основные акценты

Готовые решения для спальни

Ценовой уровень продукта

Высокий



Santonit

Петрозаводск, Правды 4, ЦСК

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Почему выбрана такая тема композиции

На что сделаны основные акценты

Ценовой уровень продукта

Представить покупателям группу товаров «Текстиль»

Подборки по стилям

Готовые решения для спальни

Средний, высокий



Santonit

Санкт-Петербург, ТЦ Villa, Обойкин

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Представить покупателям группу товаров «Текстиль»

Почему выбрана такая тема композиции

Коллекционные подборки

На что сделаны основные акценты

Готовые решения для спальни

Ценовой уровень продукта

Высокий



Номинация «Лучшая выкладка на полке»

№	Компания	Магазин	Город	Место 1	Место 2	Место 3
1	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Нижнекамск, ТРЦ "Сити Молл"			•
2	ТЦ Заволжский	ТЦ Заволжский	Тверь, ТЦ "Заволжский"		•	
3	ОАО «Универмаг «Центральный»	ЦУМ. Всё для дома	Могилев, ЦУМ. Всё для дома	•		

ООО «Домашняя Коллекция»

Салон Домашняя Коллекция, ТРЦ «Сити Молл», РТ, г. Нижнекамск, просп. Химиков 18

Лучшая выкладка на полке

Габариты полки (длина * ширина) Ширина наших полок 120см, глубина 40см, что позволяет размещать стандартный размер коробок с бельем. А это очень выгодно подчеркивает презентабельность и уникальность каждого, отдельно взятого КПБ. И огромный полет оформления и украшения аксессуарами.

Количество размещенных товаров Количество размещаемых товаров на полке, приближены к максимуму. Это и постель и вазы, статуэтки, цветы, шкатулки, полотенца и т.д. Но все нужно учитывать: и сочетаемость и эстетику.

Перечень товарных категорий Наш магазин представляет товар для домашнего уюта и всего необходимого, без чего не собирается интерьер. Основное это КПБ, далее полотенца, скатерти, аксессуары, одежда для дома, косметические средства по уходу, ароматы для помещений, пледы, покрывала.

Описание принципов выкладки Принцип выкладки заключается в совместимости между категориями товара, который мы предоставляем. Это и по габаритам и по цветовому решению и по сочетаемости между собой. Обязательно подходим с художественным восприятием окружающего, особым видением сочетаемости товаров, чтобы гармония была уже с первых шагов. С первой минуты рождается образ и целый концепт, рассказ о чем-то.



ОАО «Тверской торговый дом «Заволжский»

ТД «Заволжский», г. Тверь, ул. Горького, 6

Лучшая выкладка на полке

Габариты полки (длина * ширина)

Полка 1: 80*55 см / Полка 2: 100*60 см

Количество размещенных товаров

Перечень товарных категорий

Посуда для приготовления и сервировки + обрамление композиции статуэтками, иск. зеленью.

Описание принципов выкладки

Цветовое сочетание



ОАО «Универмаг «Центральный»

Комплекс «ЦУМ. Всё для дома», Респ.Беларусь, г. Могилев, б-р Непокорённых, 26-2

Лучшая выкладка на полке

Габариты полки (длина * ширина)

Стол - 80*80, высота 69,50. Шкаф - ширина 310, высота 250

Количество размещенных товаров

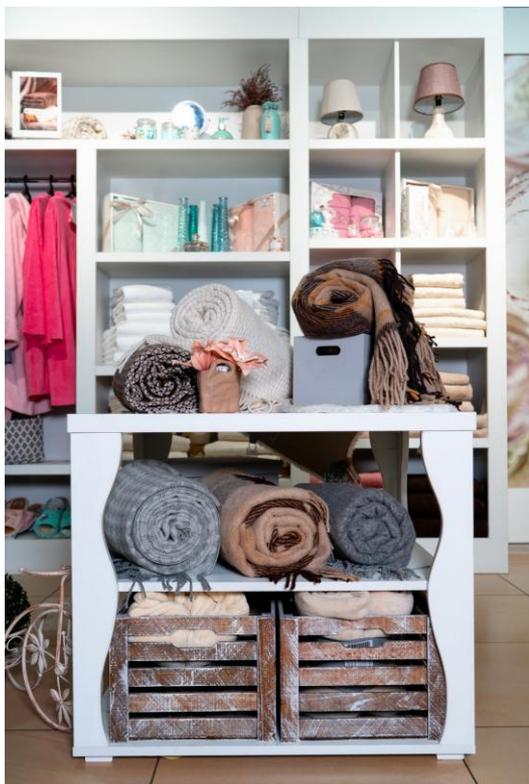
6

Перечень товарных категорий

Полотенце / Плед / Подушка / Короб для хранения / Свеча декоративная / Светильник / Цветы искусственные / Ваза

Описание принципов выкладки

- Доступность и наглядность товара для покупателя.
- Баланс заполняемости полок с предоставлением возможности покупателям рассмотреть товар.
- Представление наибольшего количества ассортимента.
- Соседство более дорогого ценового сегмента с менее дорогим.
- Комплектация выкладки: по цветовой гамме и группе назначения.
- Гармоничность и целостность композиции.



Итоги конкурса 2019

ОСЕНЬ

№	Компания	Магазин	Город	Концептуальный подход к оформлению витрины	Лучшая композиция товаров в торговом зале	Лучшая выкладка на полке
1	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Казань, ТРК "Тандем"	1 место		
2	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Нижнекамск, ТРЦ "Сити Молл"	•		3 место
3	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Альметьевск, ТРЦ "Панорама"	•		
4	Домашняя коллекция	Салон Домашняя коллекция	Набережные Челны, ТРЦ Омега	3 место		
5	БС дизайн ООО	БС дизайн	Екатеринбург, БС дизайн		2 место	
6	ТЦ Заволжский	ТЦ Заволжский	Тверь, ТЦ "Заволжский"		•	2 место
7	Сантонит	York	Минск, Dapa Mall	2 место	1 место	
8	Сантонит	ЦСК	Петрозаводск, ЦСК		•	
9	Сантонит	Обойкин	Санкт-Петербург, ТЦ Villa		3 место	
10	ОАО «Универмаг «Центральный»	ЦУМ. Всё для дома	Могилев, ЦУМ. Всё для дома		•	1 место
11	Studio Luxor	ТЦ Антей	Екатеринбург	•		



HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ПОДАРКИ • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР