



# Kurkoff

Конструкции и идеи  
островных торговых  
пространств для ТЦ

## «Остров» – общий вид



### Конструкция

В основе конструкции – максимально узнаваемый образ «кастрюли». В себе она совмещает очень броский рекламный вид и высокую функциональность торговой зоны. В подобном «острове» будут сохранены все основные элементы идеи по оформлению салона (Бутырская, 8) + будут добавлены кастрюльные ручки.

### «Ручки»

Ручки «кастрюли» крепятся на противоположные торцы торговых полок. Их две (как у оригинала). Помимо декоративной функции они могут выполнять еще и рекламную – на одну из них может крепиться огромная «бирка» с лого бренда Bergoff. В пространстве ТЦ своими ручками «кастрюля» разворачивается в наиболее выгодную для себя сторону (относительно главного входа, в направлении наибольшего скопления людей).

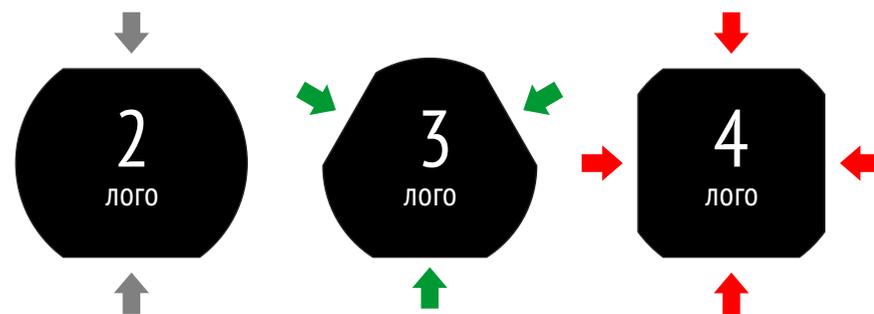


## Лого на ручке крышки



### Количество логотипов

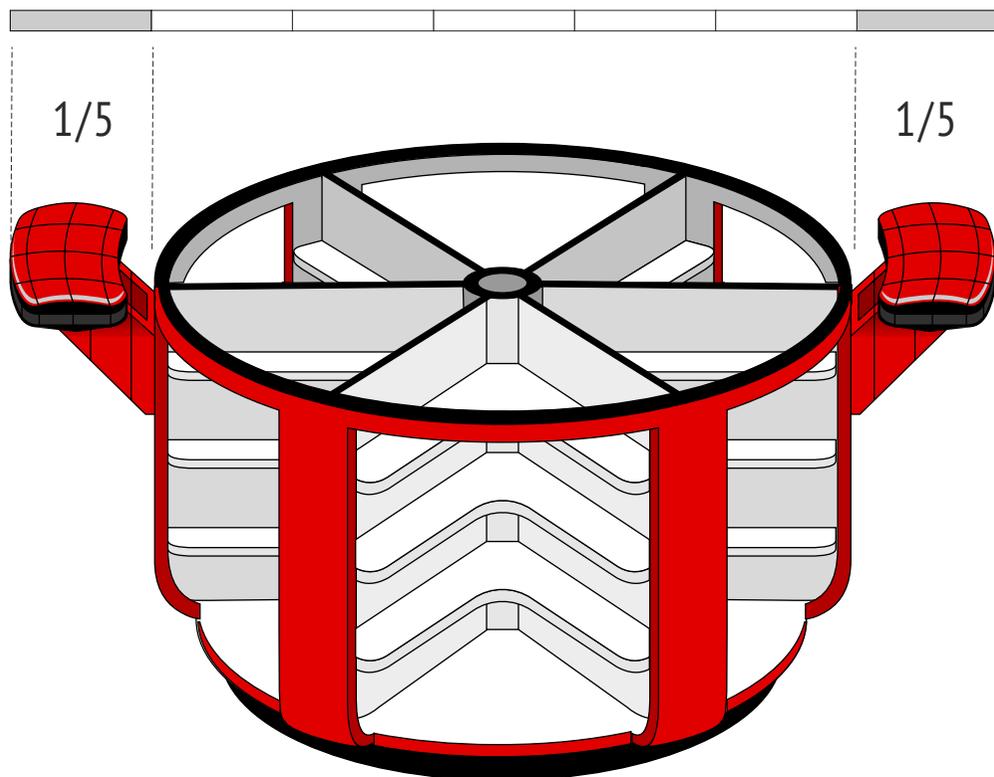
Чтобы лого «Куркофф» работало на максимальное количество зрителей, его можно повторить на ручке крышки – 2, 3 и даже 4 раза.



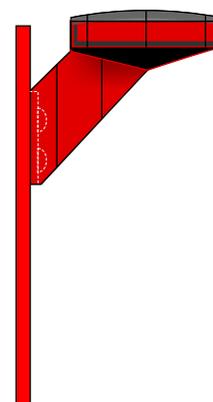
(варианты ручек в верхнем ракурсе)

## Кастрюльные ручки

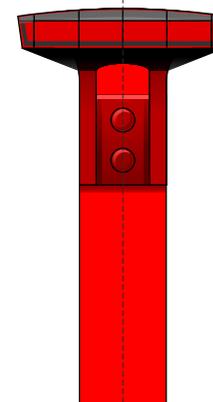
глубина ручек равняется  $1/5$  диаметра окружности кастрюли



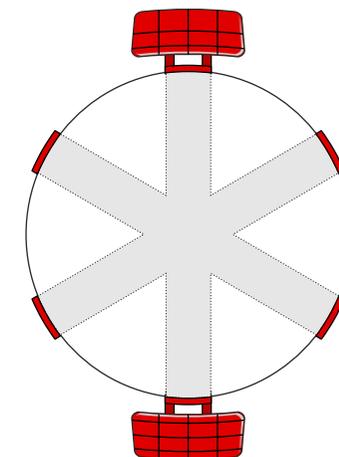
расположение ручек по высоте павильона



боковой вид



фронтальный вид  
(видны «клепки»)



верхний ракурс  
на павильон

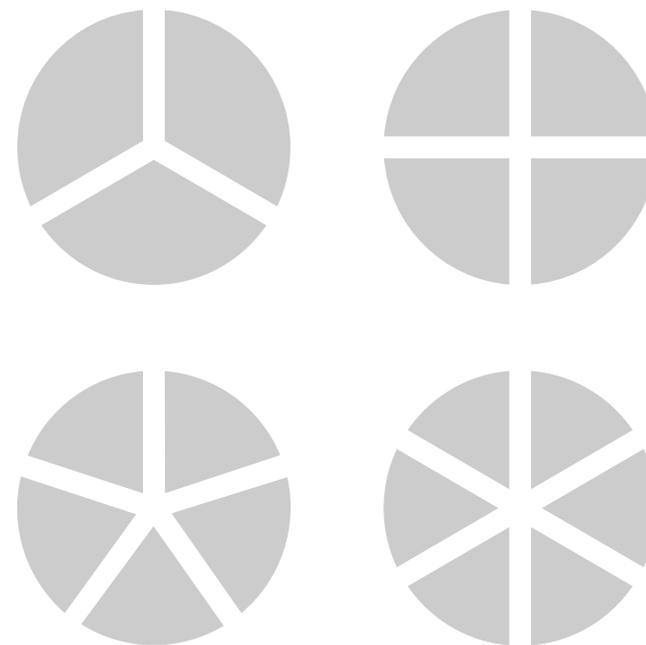
### ВАЖНО:

1. основание ручки по своей ширине **равно** торцевой стенке «кастрюли»
2. но при этом сама ручка (в самом верху) в 2,5 раза **шире** своего основания

### Изменение формы

Обновленная форма ручек функционально лучше подходит для павильона «кастрюльной» формы. Благодаря этому, узнаваемость образа НЕ падает, а внешняя форма павильона не заслоняет собой главное – посуду.

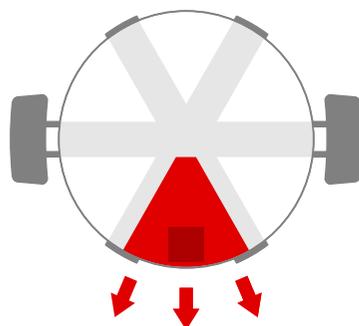
## Деление павильона на торговые сектора



Внутреннее пространство павильона может быть поделено на определенное количество торговых секторов (скорее всего одинаковых по своей форме и площади). Их количество может быть равно: 3, 4, 5 и 6.

Оптимальный вариант нужно искать с помощью более точных расчетов, в которых будет учтено количество и ширина полок, высота возможного потолка «кастрюли».

## Демонстрационный сектор



расположение «демонстрационного сектора» внутри павильона

### Отдельное место

В виду того, что для демонстрации посуды продавцам потребуется настоящая электроплита (а это совсем новое требование), то имеет смысл, специально для этой цели выделить отдельный сектор «кастрюли» – т.е. 1/5, или 1/6 ее торгового пространства.

### Расположение и направление

Данный «демонстрационный сектор» обязательно должен располагаться точно по середине между кастрюльных ручек, при этом своей электрической плитой «смотреть» в сторону притока максимального количества людей (т.е. на главный вход, на эскалаторы, на центр холла, и т.д.).

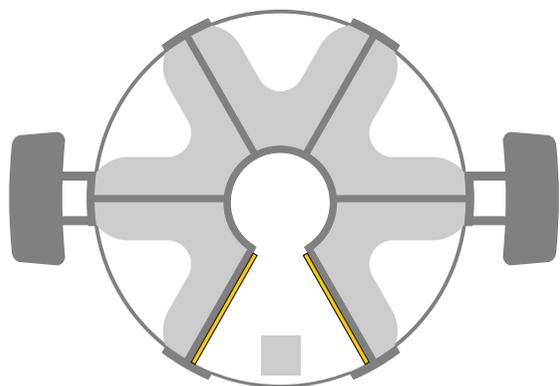
### Расположение плиты и полка

В центре «демонстрационного сектора» будет располагаться электрическая плита, которую продавцы смогут свободно обходить с боков. Для удобства работы промоутеров, в этом секторе должно быть установлено минимальное количество полок – скорее всего одна, и то, на самом верху. Мешать она не будет, но точно поможет продавцу с демонстрацией отдельных образцов посуды.

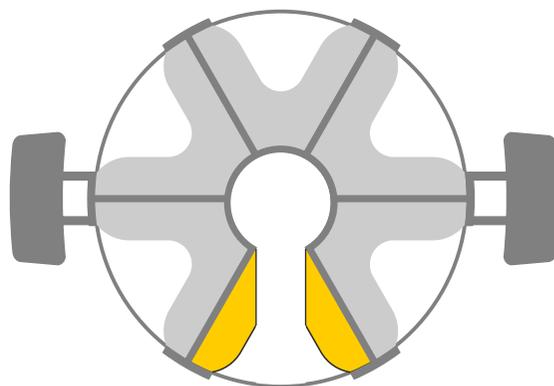
### «Пьедестал почета»

Когда на стенде «Куркофф» презентация закончилась, или совсем не проводится (а такого времени будет много), то электрическую плитку можно будет использовать как своеобразный пьедестал под определенный товар или группу товаров (скорее всего кастрюль или сковородок).

## Откидные полки



откидные полки подняты



откидные полки опущены

Очевидно, что демонстрация продукции не может проходить круглосуточно. Поэтому, чтобы «демо-сектор» промо-конструкции регулярно не пустовал, имеет смысл сделать в нем откидную мебель. И прежде всего откидные полки для продукции. Есть потребность – полки поднимаются, нет – убираются, тем самым освобождая пространство для удобной презентации новой коллекции.

## Павильонные полки



### Количество и форма

Вне зависимости от выбора количества торговых секторов «Кастрюли» (3-4-5-6), отправной точкой расчета ее внутреннего торгового пространства должна стать высота торгового стеллажа, количество, ширина и форма полок. И здесь разумнее ориентироваться на стандартные стенды, в том числе в салоне посуды «Куркофф».

Вероятнее всего, «секторальные» полки должны иметь V-образную форму, которая позволяет им буквально «окружать» товаром посетителя. Это удобное и очень эффективное использование внутреннего торгового пространства «островного» типа.

## Электрическая, а не газовая плита



### Замена «нагревателя»

Есть причины, на основании которых придется отказаться от идеи «газовой конфорки», в пользу «электрической плиты»:

1. по своему диаметру газовая конфорка всегда меньше любой кастрюли, иначе это уже не легко узнаваемый образ, а большая натяжка.
2. чтобы «воткнуть» «газовую конфорку» под «кастрюлю» потребуется делать очень высокий подиум-лайтбокс, что противоречит удобному доступу ЦА к продаваемой посуде – к ней придется буквально «залезать» на «эстраду».

Намного выгоднее (в данном случае) «поставить» «кастрюлю» на воображаемую «электрическую плиту» в виде раскаленного красного круга – при этом правда жизни сохранится, а проблема источника «нагрева» исчезнет.

Идею может поддержать мерцающая красная подсветка и круглая пленка в форме правильного круга, на которой и стоит «кастрюля».



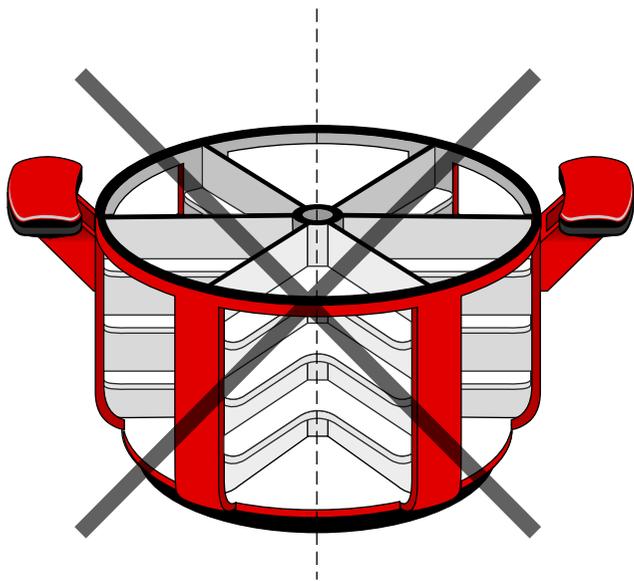
## Освещение



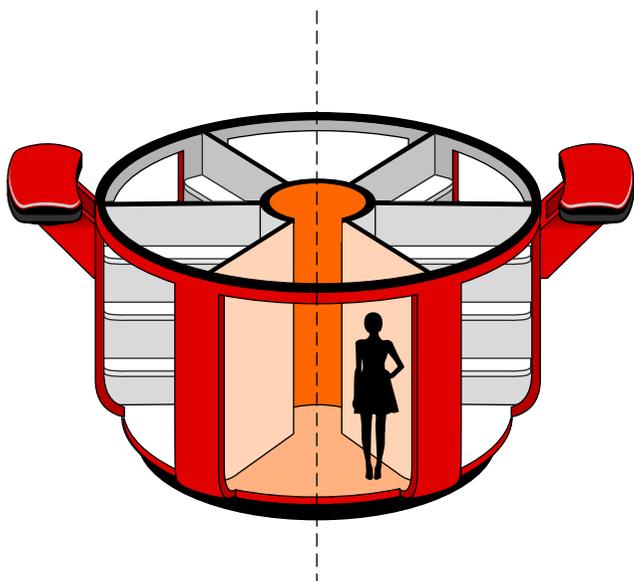
Внутри ТЦ освещение торговых павильонов «Куркофф» должно заметно отличаться от наружной рекламы. И вот почему:

1. В торговых центрах нет ночи, поэтому не имеет смысла делать «кастрюлю» в виде огромного лайтбокса (это дорого, ненадежно и неэффективно).
2. Имеет смысл оставить за лайтбоксами брендинг («Куркофф» и «Салон посуды»).
3. Главное – яркий свет должен буквально заливать собой полки с товарами. Внутренний белый цвет стен сделан специально для этого.
4. (Возможно) имеет смысл сделать (очень невысокий) круговой подиум-лайтбокс с мерцающей красной подсветкой (достаточно реалистической имитацией «электрической плиты»).

## Использование центральной оси «кастрюли»



старый вариант



новый вариант

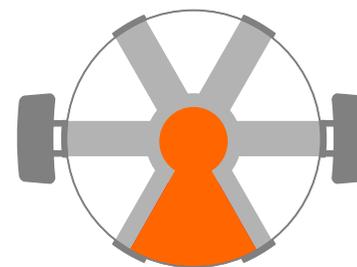
### Вертикальный проход

Разработка и включение в конструкцию «демонстрационного сектора» натолкнула на мысль более рационального использования самой середины «кастрюли». А именно – отказ от «крестообразного» пересечения в этом месте всех торговых секции, в пользу... полого цилиндра, похожего на вертикальную трубу.

Зачем? И что это даст?

Все просто. Это узкое пространство может быть использовано как:

- Гардеробная для персонала
- Место продавца, наблюдающим за стендом на 360 градусов
- Место под лестницу на «чердак» «кастрюли»



«Замочная скважина»  
на вертикальном плане

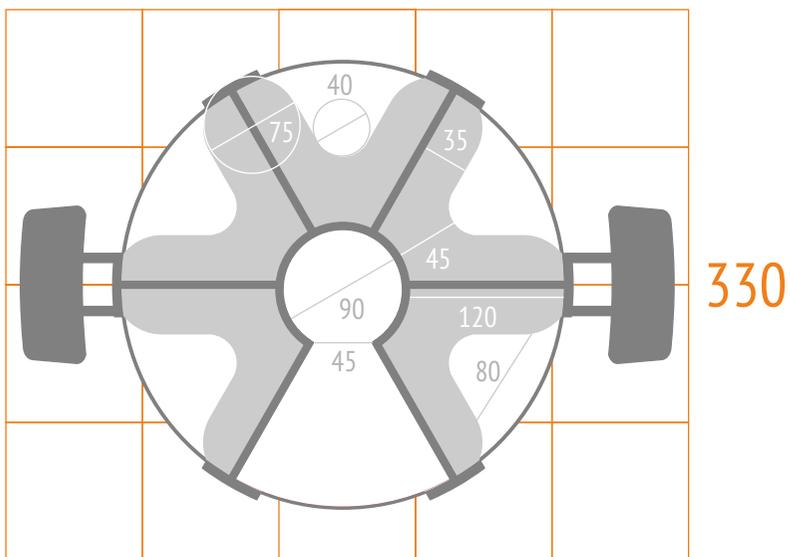
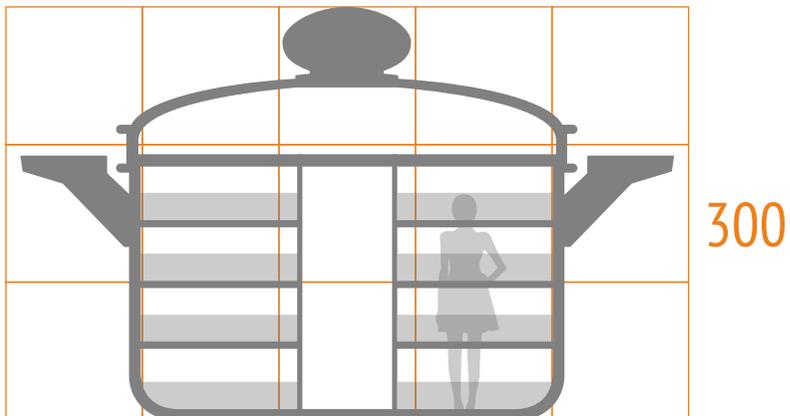
### Максимально просто и эффективно

Элемент «центральная труба» совместно с «демонстрационным сектором» образуют собой единое функциональное пространство в форме замочной скважины.

## Ориентировочные размеры и «статистика» конструкции «паук»

### Размеры

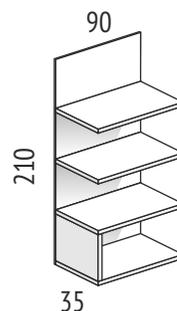
На 100% размеры конструкции НЕ ясны, пока только приблизительные.



480

### Статистика по функционалу:

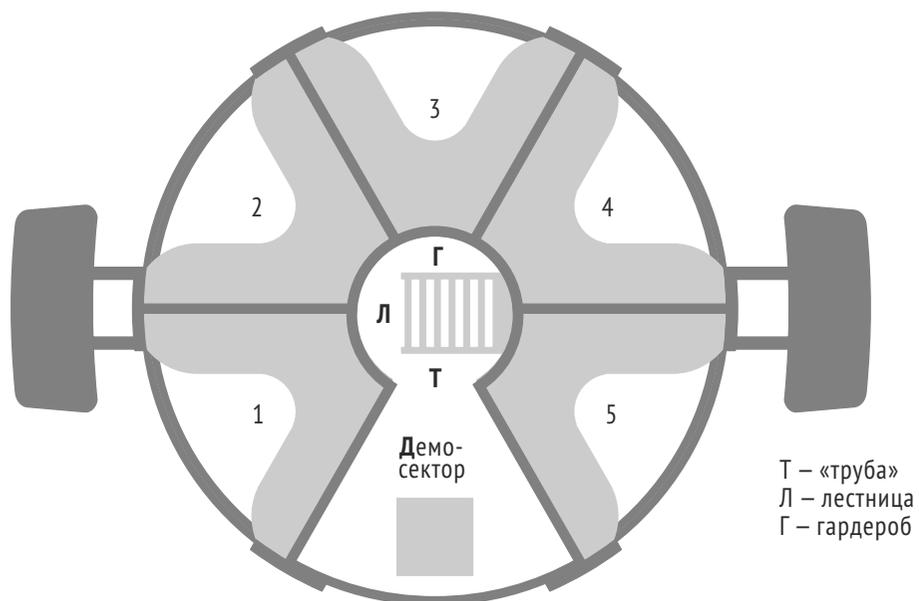
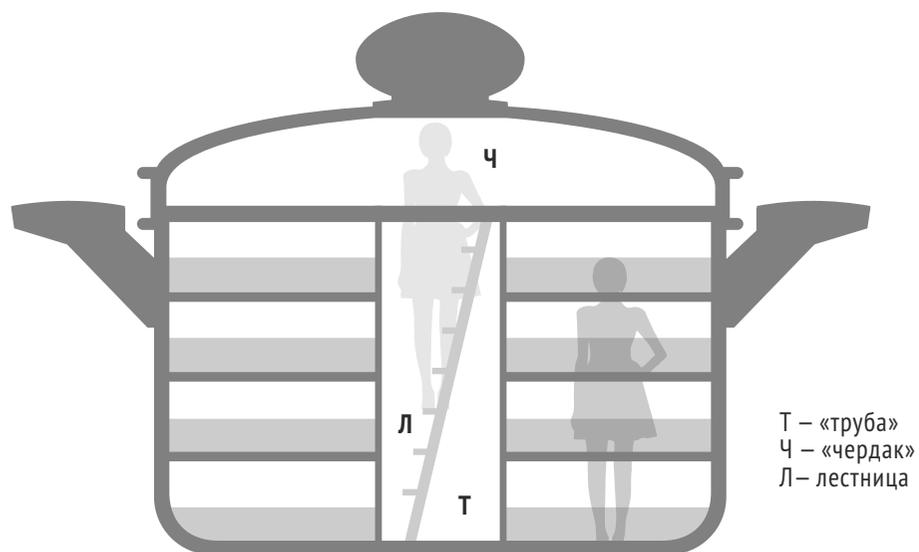
- в конструкции 4 яруса полок
- глубина полок – 35 см (как у стандартных стеллажей)
- ширина полок – 120 см (у обычных стеллажей только 90 см)
- высота стеллажей – 200 см (у обычных стеллажей – 210 см)
- всего 10 широких стеллажей
- и 5 угловых зон с таким же количеством полок
- 1 промо-зона с плитой
- 5 полноценных торговых сектора
- 2 промо-полки («ручки» «кастрюли» могут использоваться в рекламе)
- 1 подсобное помещение
- 1 лестница
- 1 потолочный склад



Стандартный стелд в магазине «Куркофф»

Толщина полки – 20

## Стратегический план – вид сверху на павильон «паук»



Из верхнего плана конструкции видно, как работает торговый павильон «кастрюля» в холлах ТЦ, в направлении 360 градусов. Его округлые полки (в 4-яруса высотой) имеют лучевую форму «паука», который «забрасывает» свои рекламные сети во все стороны одновременно.

1/6 окружности «кастрюли» это «демонстрационный сектор», который является своеобразной «головой» и сценой павильона, где могут проходить демонстрации посуды (в том числе на плите), оплата покупок. Именно поэтому данный сектор сравнительно пуст, он не имеет широких полок, но в нем может стоять пара стульев (для отдыха персонала).

«Демонстрационный сектор» примыкает к маленькой подсобке в виде трубы. Где может помещаться гардероб персонала и лестница на верхний мини-склад под крышкой «кастрюли». Подсобная зона может отделяться от остального сектора тканевой шторкой, или двумя подпружиненными дверцами.

## Два разных типа торговли = два разных типа павильона «кастрюля»

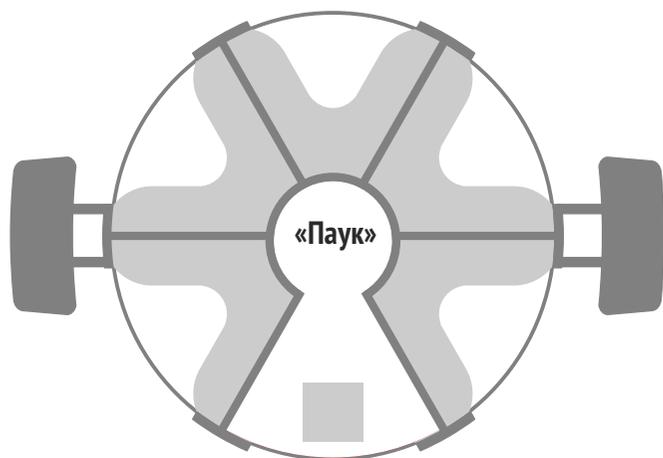
Константином было принято решение о размещении павильонов типа «кастрюля» в различных торговых пространствах:

- в единых кассово-торговых пространствах (с оплатой в общей кассе на выходе)
- в «островном» варианте (с собственной кассой оплаты на «острове»)

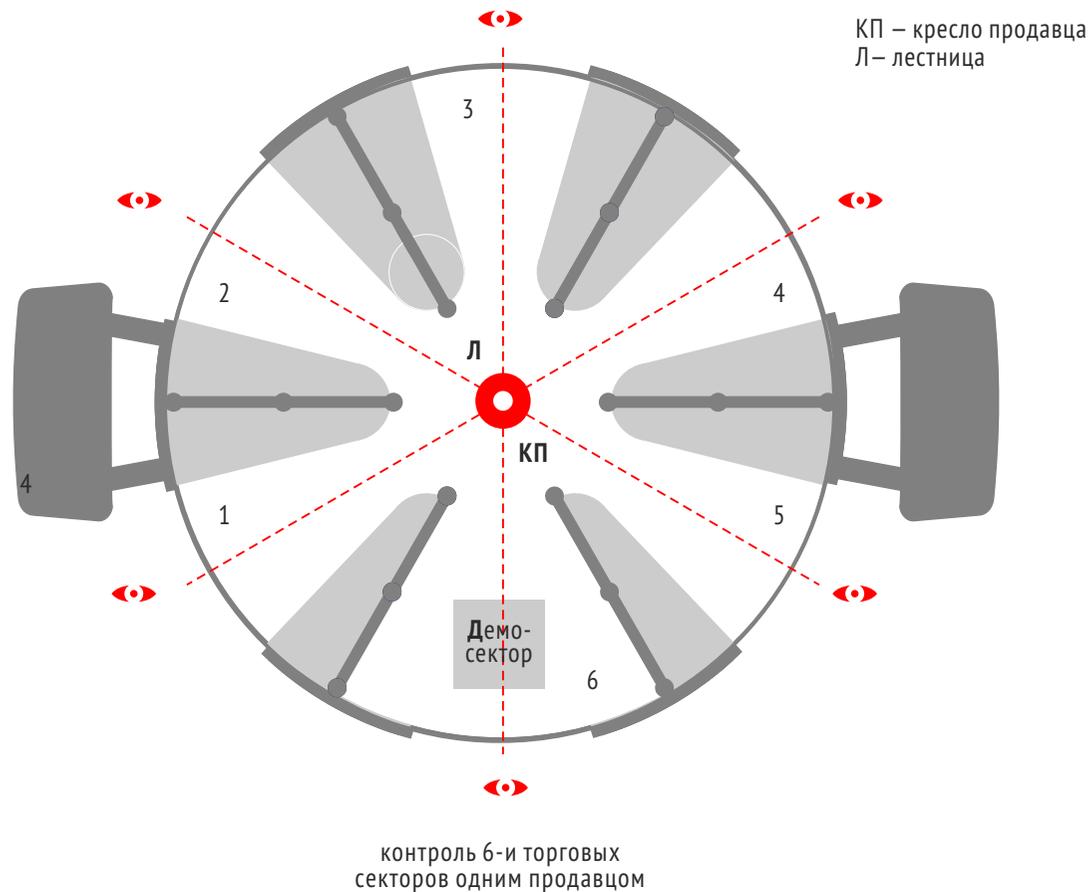
Это решение не могло НЕ сказаться на конструкции обоих типов павильона.

А поэтому:

- **Внешний вид.** оба типа павильона внешне (почти) не отличаются друг от друга по своему дизайну и размерам
- **«Паук».** Первый вариант павильона (условно называемый «пауком») фактически уже разработан, представлен и утвержден Константином. Он должен обслуживаться всего одним продавцом. Предназначается для использования в торговом пространстве с общей кассой на выходе. Именно поэтому у «паука» максимальная длина выставочных полок и минимальное внимание к вопросу безопасности товара. У павильона есть своя подсобная зона «труба».
- **«Цветок».** Второй (и новый) вариант павильона имеет условное название «цветок»). Фактически является доработкой первого варианта. В качестве идеи уже одобрен Константином. Павильон должен обслуживаться всего одним продавцом. Предназначается для использования в «островах» со своей кассой. В конструкции «цветка» максимальное внимание уделено вопросу безопасности – ведь всего один человек должен контролировать дорогостоящий товар в радиусе 360 градусов. Именно поэтому все подходы к торговым полкам визуальнo контролируются продавцом, он может быстро перемещаться в любую точку павильона «напрямик» – т.е. через центр конструкции (а не в обход, как в «пауке»). Центральная зона является пустотой и предназначена для размещения продавца. У павильона нет своей подсобной площади (если не считать мини-склад).
- **Мини-склад.** Оба павильона имеют «чердачный» мини-склад, к которому ведет специальная лестница (в самом центре конструкции).



## Стратегический план «цветка» и его контроль на 360°

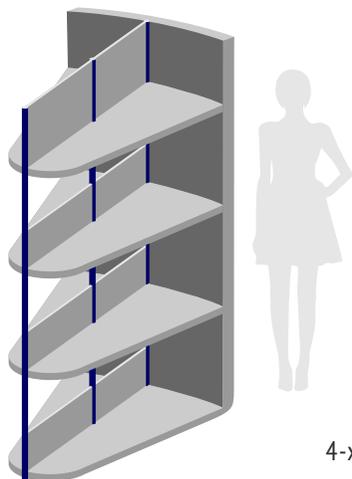


В этой конструкции продавец сознательно помещается в математический центр павильона. Именно в этом месте должно стоять его высокое, вращающееся на 360 градусов кресло.

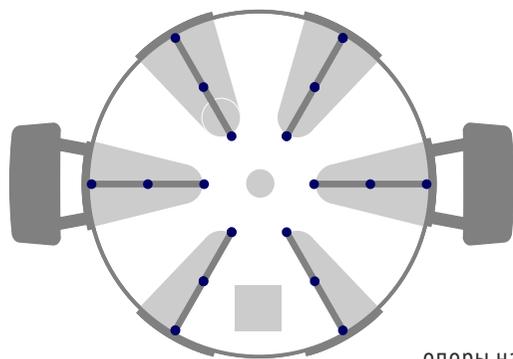
С этого места удобно смотреть за многочисленным товаром, с этого места быстрее всего добраться до любой точки павильона и до потенциальных покупателей. Здесь удобно установить кассовый аппарат.

Это место является «перекрестком» и центром всей торговой коммуникации, включая путь на «чердачный» мини-склад с товаром.

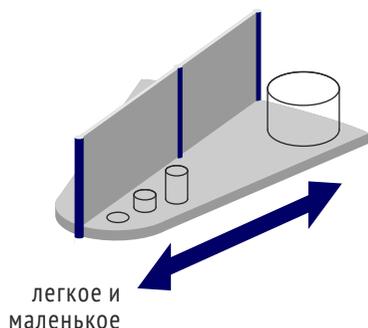
## Полки «цветка»



4-х ярусный стеллаж



опоры на верхнем ракурсе



легкое и маленькое

тяжелое и большое

расстановка товара на полке

Отдельного описания заслуживают полки нового павильона.

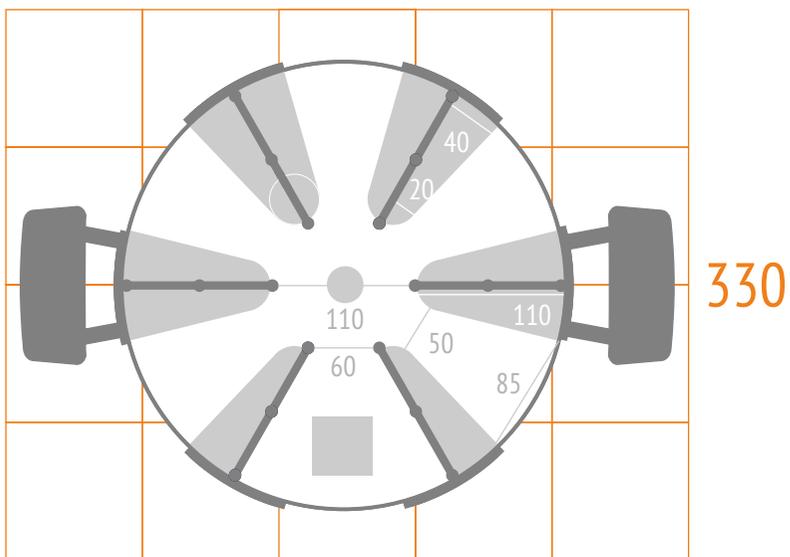
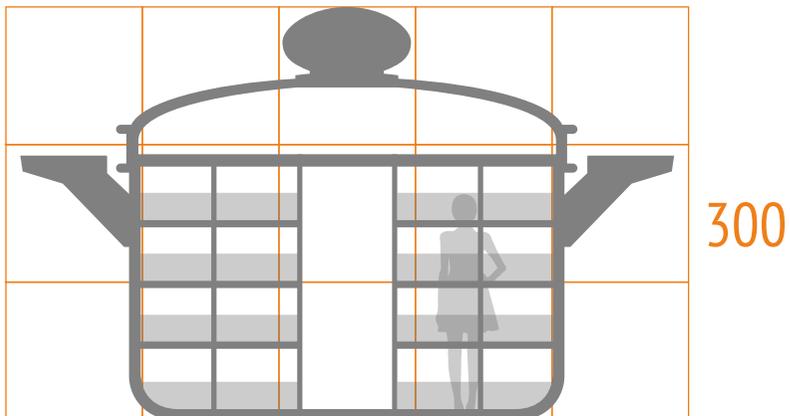
Они имеют важные отличия от предыдущего варианта:

- **4 полки.** 6 отдельных (друг от друга) стеллажей павильона имеют (как и прежде) 4 яруса полок.
- **Треугольный профиль.** Полки имеют вытянутый симметричный треугольный вид. Острый конец – к центру конструкции, тогда как широкое основание – к внешнему краю «кастрюли». Подобная форма обеспечивает максимальную загруженность полок товаром, при этом давая продавцу свободу перемещения по узким проходам павильона. Вершина полочного «треугольника» имеет правильное скругление для красоты, безопасности продавца и его (хрупкого) товара.
- **Полочный разделитель.** Каждая из полок стенда имеет по своей середине вертикальную перегородку. Эта поверхность разделяет между собой продукцию разных торговых секторов и разных брендов, тем самым организуя товар, не давая ему визуальнo смешиваться. Важный момент – по высоте подобный разделитель идет только до половины межполочного расстояния. Это требуется исключительно для безопасности – продавец сможет видеть «сквозь» стеллажи и посудные полки.
- **Три опорные вертикали.** Сами полки, весь «чердак» и «кастрюльная» крышка опираются на систему опорных вертикалей (столбов), расположенных по оси продольной симметрии каждого стеллажа. Через 4-е яруса полочный проход проходит 3 опорные вертикали – по краям и в центре.
- **Защитный внешний профиль.** От воров полки с товаром защитит расширенная внешняя поверхность «кастрюли». Важно отметить, что в варианте «цветок» она будет заметно шире, чем в варианте «паук».
- **Расстановка товара.** Чтобы завершить вопрос безопасности, в работе продавцов можно использовать следующий принцип: более тяжелый и громоздкий товар выставляется ближе к краю к внешней границы конструкции. И наоборот, более мелкий и легкий товар выкладывается ближе к продавцу – в зону его максимального контроля.

## Ориентировочные размеры и «статистика» конструкции «цветок»

### Размеры

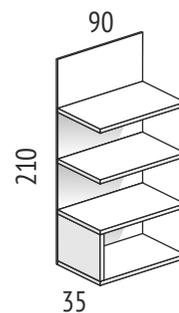
На 100% размеры конструкции НЕ ясны, пока только приблизительные.



480

### Статистика по функционалу:

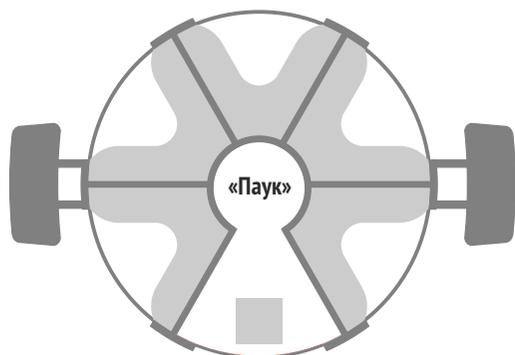
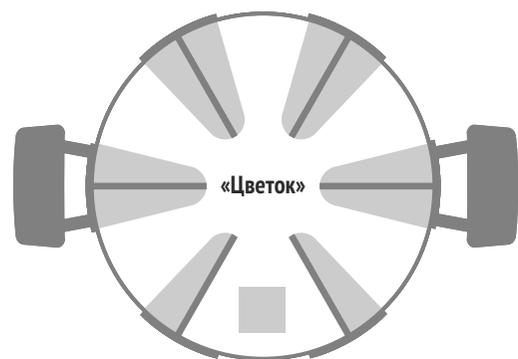
- в конструкции 4 яруса полок
- глубина полок переменная – от 20 до 40 см
- ширина полок – 110 см (у обычных стеллажей только 90 см)
- высота стеллажей – 200 см (у обычных стеллажей – 210 см)
- всего 10 широких стеллажей
- 1 промо-зона с плитой
- 5 полноценных торговых сектора
- 2 промо-полки («ручки» «кастрюли» могут использоваться в рекламе)
- подсобного помещения нет
- 1 лестница (с подъемным механизмом)
- 1 потолочный склад



Стандартный стелд в магазине «Куркофф»

Толщина полки – 20

## Статистика торговых площадей в 3-х типах павильонов

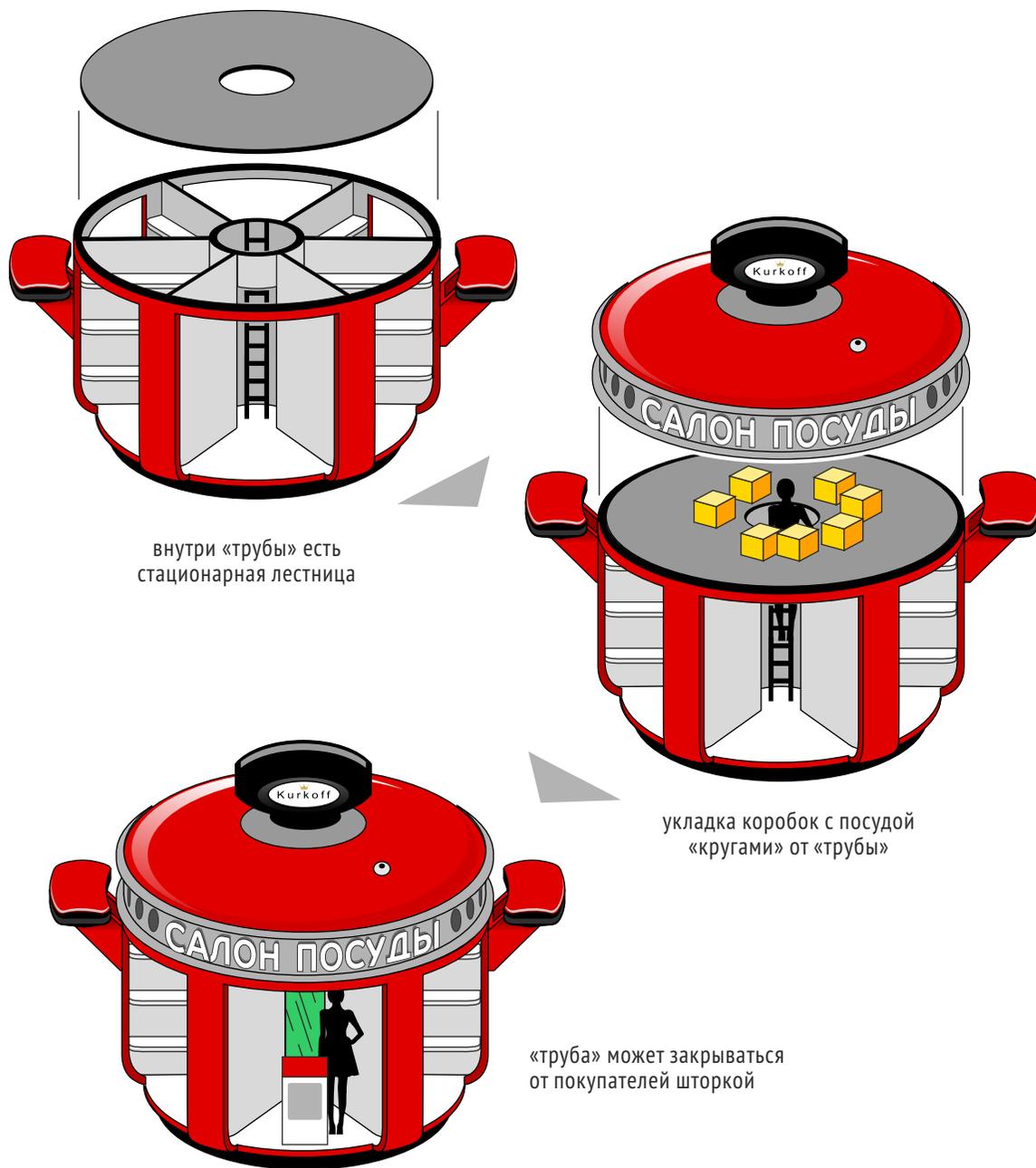


Максимальная торговая площадь – ключевой приоритет для «островов», заявленный лично Константином.

На этом слайде (очень приблизительно) показано визуальное сопоставление эффективности трех планировок. Критерием стала суммарная ширина всех стендов (не полок!) в каждом павильоне. Глубина не учитывалась.

Очевидно, что типовая планировка «Круг» смотрится более привычно и дружелюбно, но при этом она сильно проигрывает (по объему торговой площади) двум другим предложениям. С точки зрения безопасности вариант «Круг» выглядит еще хуже – если не застеклять его полки, то товар будут постоянно воровать.

## Мини-склад под «крышкой»



### Проблема хранения запасов продукции

У всех павильонов «островного типа» есть множество плюсов.

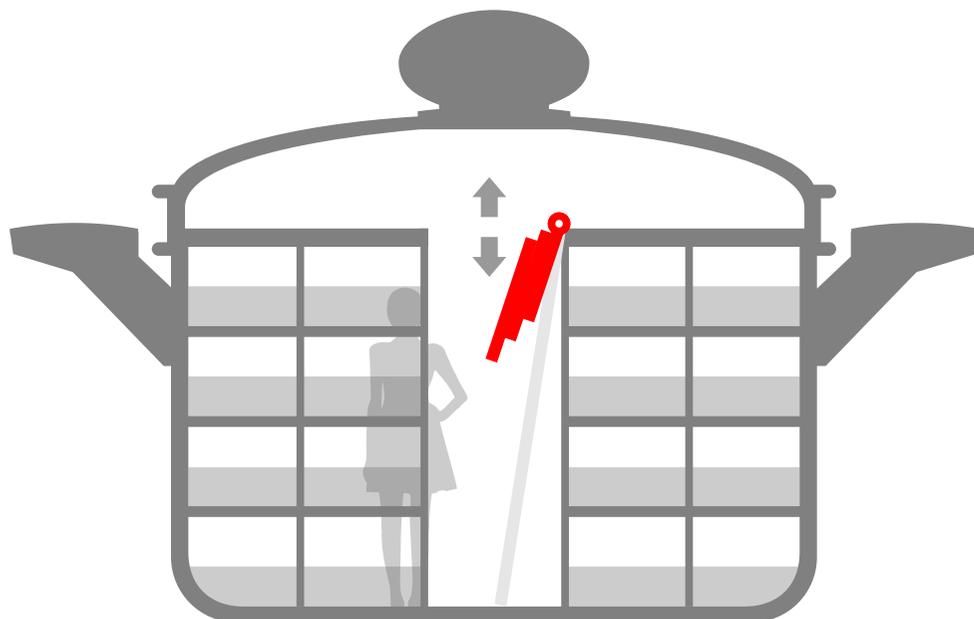
Но есть и недостатки. Главным из них является отсутствие подсобного помещения. Ведь вся конструкция является витриной с диапазоном своего действия в 360 градусов.

Для хранения небольших запасов товара в конструкции «кастрюля» может быть использован ее «чердак» (пространство под «крышкой»).

### Укладка коробок на «чердаке»

На самом своем верху «труба» будет завершаться отверстием в потолке, через которое продавец сможет выставлять на «чердак» излишки товара. Причем, это будет сделано по схеме «кругов расходящихся от центра» (что намного удобнее, чем предлагалось раньше). Постоянная лестница сделает процесс «чердачного» складирования очень простым делом.

## «Чердачная» лестница



В обоих вариантах павильона имеется идентичный мини-склад на чердаке, как и лестница ведущая наверх всей промо-конструкции. Подобная лестница может быть как стационарной, так и подъемно-складной (тут нужно искать оптимальное решение).

В идеале это должна быть именно складная лестница, которая освобождает место когда она не нужна, и опускается когда в ней возникает потребность. Особенно принципиально освобождать центральное пространство в варианте «цветок».

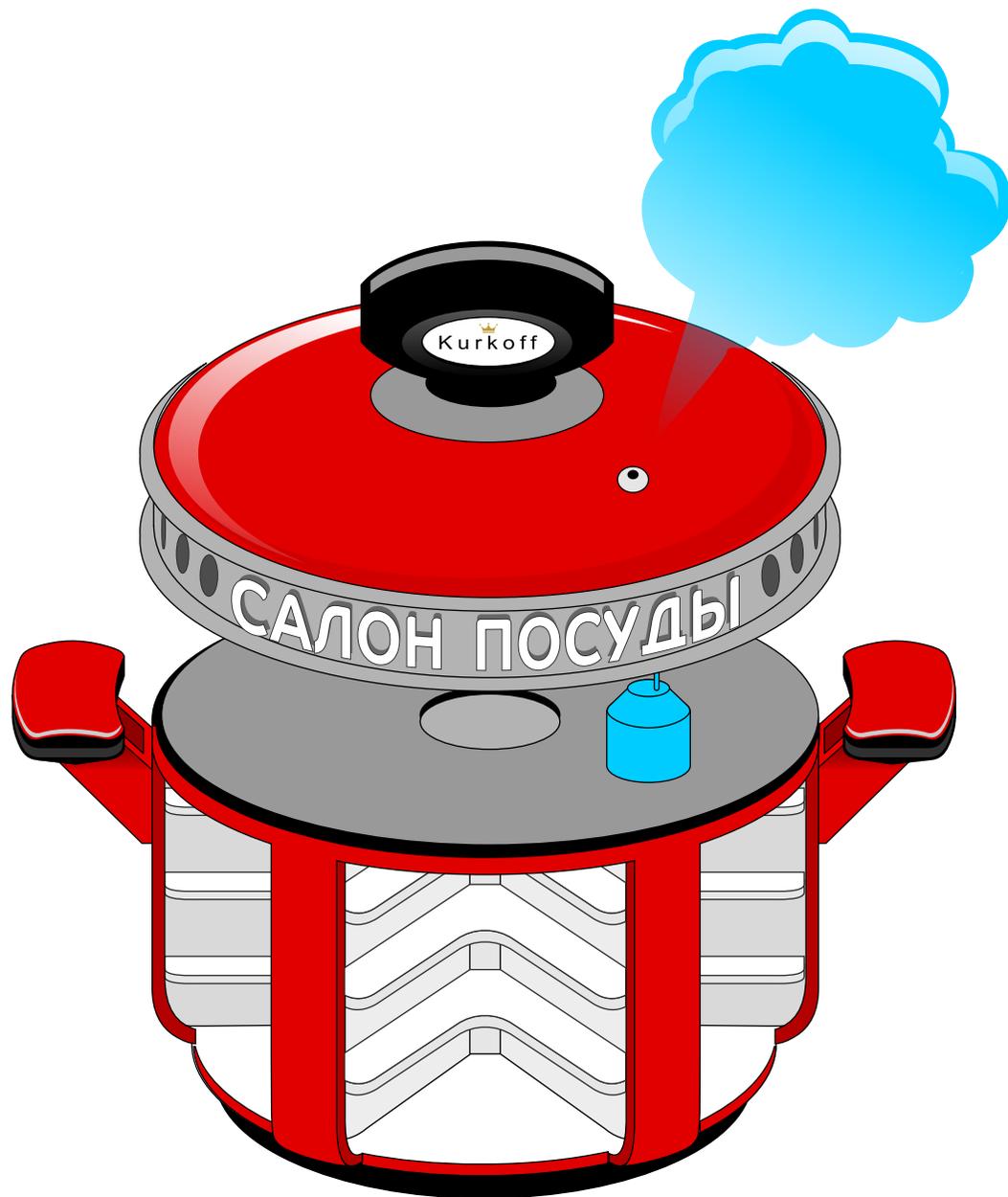
## Рекламный потенциал кастрюльных «ручек»



Плоские поверхности ручек «кастрюли» могут использоваться в рекламных целях – в качестве подставки для демонстрации акционной продукции и щитовых рекламных объявлений.

Располагаясь очень высоко, подобная реклама будет видна с большого расстояния, при этом находясь «в безопасности» от рук многочисленных «клептоманов».

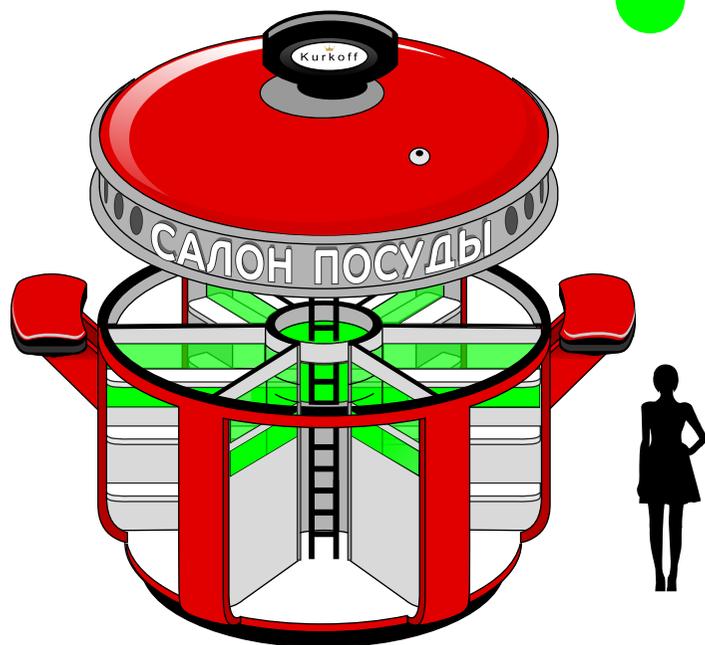
## Генератор пара



(Если) будет получено разрешение на использование пара в конструкции, то идея может быть реализована с помощью автономного водоснабжения (один раз в день персоналом заливается фильтрованная вода в специальную емкость), после чего он превращается в пар в течении всего дня.



 зеленым цветом обозначено «окно»



### Наблюдение за товаром на стенде

Имеет смысл заранее задаться следующим вопросом: Как один человек сможет наблюдать за всеми торговыми секторами «кастрюли» одновременно? На 360 градусов? Ведь очевидно, что стены павильона непрозрачны и часть товара могут просто украсть...

Продавца обвинить в этом будет сложно – он физически не сможет находиться по разные стороны такого большого павильона одновременно. Установка двух продавцов на «островной» стенд облегчит ситуацию, но точно не полностью – ведь один из них всегда сможет пойти за товаром, в туалет...

### «Окно»

Ситуацию поможет улучшить единый по высоте горизонтальный вырез во всех секциях, который будет сделан в районе третьей (если считать от пола) полке. Благодаря такому вытянутому «окну» продавец визуально сможет лучше контролировать соседние ему секции.

В любом случае, кажется очевидным, что именно «островной» павильон «Куркофф» должно обслуживать не менее 2-х продавцов.

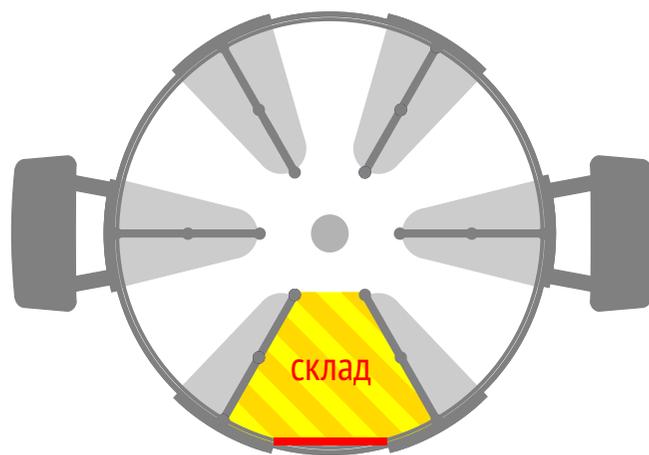


### Защитные жалюзи

Посуда в коллекциях «Куркофф» весьма многочисленна и высока по цене, поэтому имеет смысл продумать ее защиту, в том числе в ночное время.

Для решения данной проблемы могут быть использованы вертикальные защитные жалюзи на замках (в рабочее время они прячутся за металлическим кантом «крышки»).

## Временный склад



жалюзи опущены – получился временный склад

В жизни много непредвиденных ситуаций. В том числе они могут быть в работе торгового павильона. Одной из них может стать затоваривание (завезли много продукции). Но главный дефицит любого «острова» – наличие свободного пространства. Поэтому, если «забросить» товар на «чердак» нет времени, или там не хватает места, то поможет следующее решение – временный склад.

Что это такое?

Все просто – защитное жалюзи одного из торговых секторов (скорее всего «демонстрационного» сектора) может быть специально опущено до пола. Таким образом, появится временное закрытое пространство для хранения в нем товарных излишков. При этом в закрытый сектор останется узкий свободный проход из центра конструкции, который, (как известно) контролирует продавец. Очевидно, что при необходимости подобное закрытое пространство можно увеличивать – закрыв не 1, а 2, 3 торговых сектора одновременно.

**P.S.**

**Адаптация идеи**

Все описанные выше решения вполне применимы в «классической» версии павильона (с размещением павильона у стен ТЦ).

**Структуризация брендов**

Идея с четкой структурой торгового пространства по брендам должна быть использована и в «островном» варианте павильона. С одним послаблением – различные бренды могут располагаться на одном стенде, но только на строго отведенных полках, под своим собственным логотипом.

