

CASE STUDY

MAJ '19
WRZ '20

Media Expert

1. WYZWANIE

Zaprojektowanie Salonu Media Expert dla klienta wielkowiejskiego.

2. REALIZACJA

Proces rozpoczęliśmy od **badź etnograficznych i analizy insightów konsumenckich** dotyczących roli sklepu stacjonarnego w praktykach zakupowych Klientów Media Expert. Szukaliśmy tego, co wspiera przyjemne i sprawne zakupy, ale też definiowaliśmy co w nich przeszkadza.

Dużo **rozmawialiśmy z pracownikami** sklepów i odbywaliśmy **intensywne warsztaty** z twórcami marki. Na tej podstawie opracowaliśmy **schemat funkcjonalny**, który był bazą dla projektu aranżacyjnego.

Naszym celem było:

- **Poprawienie nawigacji, sprawienie, aby sklep był bardziej czytelny;**
- **Uproszczenie komunikacji – tak by klient nie gubił się w natłoku przekazów;**
- **Delikatnie obniżenie gęstości zatowarowania;**
- **Stworzenie punktów inspiracji, które pozwalają zobaczyć produkty w kontekście i wspierają sprzedawców w procesie prezentowania oferty;**
- **Zwiększenie komfortu w strefie Kasy.**



siatka doświadczeń - sekwencja działań

- 0 pole pracy oka
- 1 włączam umysł - orientuję się
- 2 podejmuję działanie
- 3 przetwarzam/weryfikuję: inspiracja
- 4 wsparcie = komfort



▲▶
Czytelna nawigacja
i strefowanie



▲
Uproszczenie komunikacji
i obniżenie gęstości zatowarowania

Pierwszy sklep według założeń nowego konceptu został otwarty w Katowicach w centrum handlowym 3 Stawy. Kolejne stopniowo pojawiają się na mapie Polski.

▼▼
Punkty inspiracji

