



КАЗУС

ПО ВАМВ721D МЪРЧАНДАЙЗИНГ

НА ТЕМА:

Анализ на интериора и екстериора на магазин Зара

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

1. Магазин на Зара – Гранд мол Варна

Магазините са сърцето на Зара. Всички области - производство, логистика, човешки ресурси се въртят около магазините и следователно те създават вътрешната и външната комуникация. Магазинът на Зара във Варна е разположен в Grand Mall Varna. Така, че визуалният изглед на магазина е свързан с този на самия търговски център. От тази гледна може да се посочи, че екстериора на Зара магазин се формира от косвени и преки решения. Косвените се формират от екстериора на мола.

Политиката на мърчандайс на Зара подчертава широка, бързо променяща се продуктова линия, сравнително високо модно съдържание и разумност, но не и прекалено физическо качество. Продуктовите линии са разделени на женска, мъжка и детска линия. Първите са разделени на три груповия предложения, които варират по отношение на цени, модно съдържание и възраст.

Твърди се, че Зара се нуждае само от две седмици, за да разработи нов продукт и той да стигне до магазина. Може би най-необичайната стратегия е политика на нулева реклама. Рекламната инвестиция на Зара е 0,3% в сравнение с традиционните търговци на дребно, които изразходват 3-4%.

Зара разчита главно на своите магазини, за да проектира своя имидж. Поради това, Зара има отделение, което работи изключително добре в придобиването на глобални първокласни недвижими имоти. В допълнение, този отдел отговаря за честата реконструкция на дизайна на магазините.

В тази връзка, по протежение на цялата външна фасада на мола са представени табели на различни търговски марки. Централният вход гледа към пешеходната алея и е пряка връзка с автобусната гара на града. Външното брандинг решение на мола е изчистено от различни цветове (само сив цвят) като се представят открито логото на мола, различни търговски табели и знамена. Синьо, зелено, жълто, червено и зелено са основните цветове.

Зеленият цвят отличава входа на мола от всички останали места. Използвани са цветни панели, които променят своят нюанс в зависимост от нивото на осветеност. Това прави приветлив и подканващ. Така също се създава и илюзорно впечатление, че това не е традиционен мол.

Външни витрини няма. Това някак си буди и интереса на хората, които минават покрай него.