

МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

**ВСЁ,
ЧТО ДОМА
ПРИГОДИТСЯ**

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

info@hhexpo.ru

www.hhexpo.ru

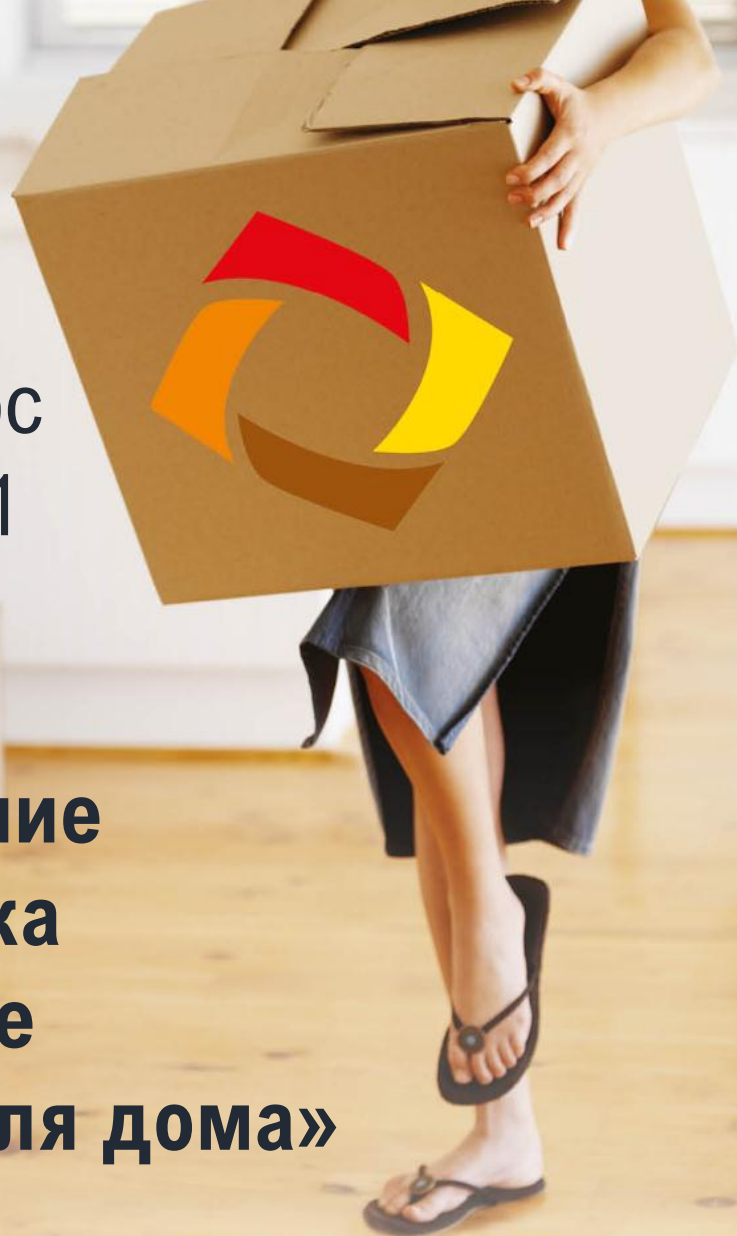
8-й конкурс
осень 2021

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



HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА • ПОДАРКИ



Участники конкурса

осень 2021



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	Moroshka	Leroy Merlin	Санкт-Петербург и Москва		•	
2	Moroshka	Универмаг «Slava»	Санкт-Петербург, ТД «Пассаж»		•	
3	ОАО "Торговый дом "Заволжский"	Торговый дом "Заволжский"	г. Тверь, ул. Горького, 6	•	•	
4	ООО "Уютта"	Гипермаркет товаров для дома Уютта	Киров г, Блюхера ул, дом 29		•	
5	ООО "Домашняя коллекция"	Салон "Домашняя коллекция"	Казань, ТРК "Тандем"	•		
6	Мастер дом	Мастер дом	по всей России		•	
7	ИП Голюга И.А.	Атмосфера	Белгородская обл., г.Строитель, ул.5 августа, 28, оф.44	•	•	
8	ООО «Объединение «Хозторг»	Сеть супермаркетов «ВСЁ ДЛЯ ДОМА»	Воронеж, ул. Холмистая, ул. 68	•	•	•
9	ООО "Йорк РУ"	Магазин «Билмарт»	677021, г. Якутск, ул. Автодорожная, 29			•
10	ИП Чернов С.В.	«Посудов»	Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4	•	•	•

Номинация «Концептуальный подход к оформлению витрины»

ОАО "Торговый дом "Заволжский"

Торговый дом "Заволжский", г. Тверь, ул. Горького, 6

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины

Вытащить из упаковки товар и показать наглядно покупателю как будет выглядеть товар (хранение вещей) в жилом пространстве (шкаф или гардеробная): единый стиль оформления, габариты, расцветки.

Почему выбрана такая тема витрины

Согласно цели назначения самого продукта, хотелось вызвать у покупателя максимально приближенные образы ("как дома")

На что сделаны основные акценты

На демонстрацию линейки ассортимента.

Ценовой уровень продукта

Средний+



ООО «Домашняя Коллекция»

Салон «Домашняя Коллекция», ТРК «Тандем», г. Казань, проспект Ибрагимова, д. 56, этаж 2

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	Новогодняя сказка
Почему выбрана такая тема витрины	Рождественские праздники, подарки
На что сделаны основные акценты	Новогодний декор и текстиль
Ценовой уровень продукта	Средний и выше среднего



ИП Голюга И.А.

«Атмосфера», Белгородская обл., г. Строитель, ул.5 августа, 28, оф.44

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины

Презентация товаров к 23 февраля и дню победы, вариантов подарков для мужчин

Почему выбрана такая тема витрины

Сезонная актуальность

На что сделаны основные акценты

На разнообразие вариантов подарков, на важность даты и события, на военную символику и мужские хобби

Ценовой уровень продукта

средний, средний минус

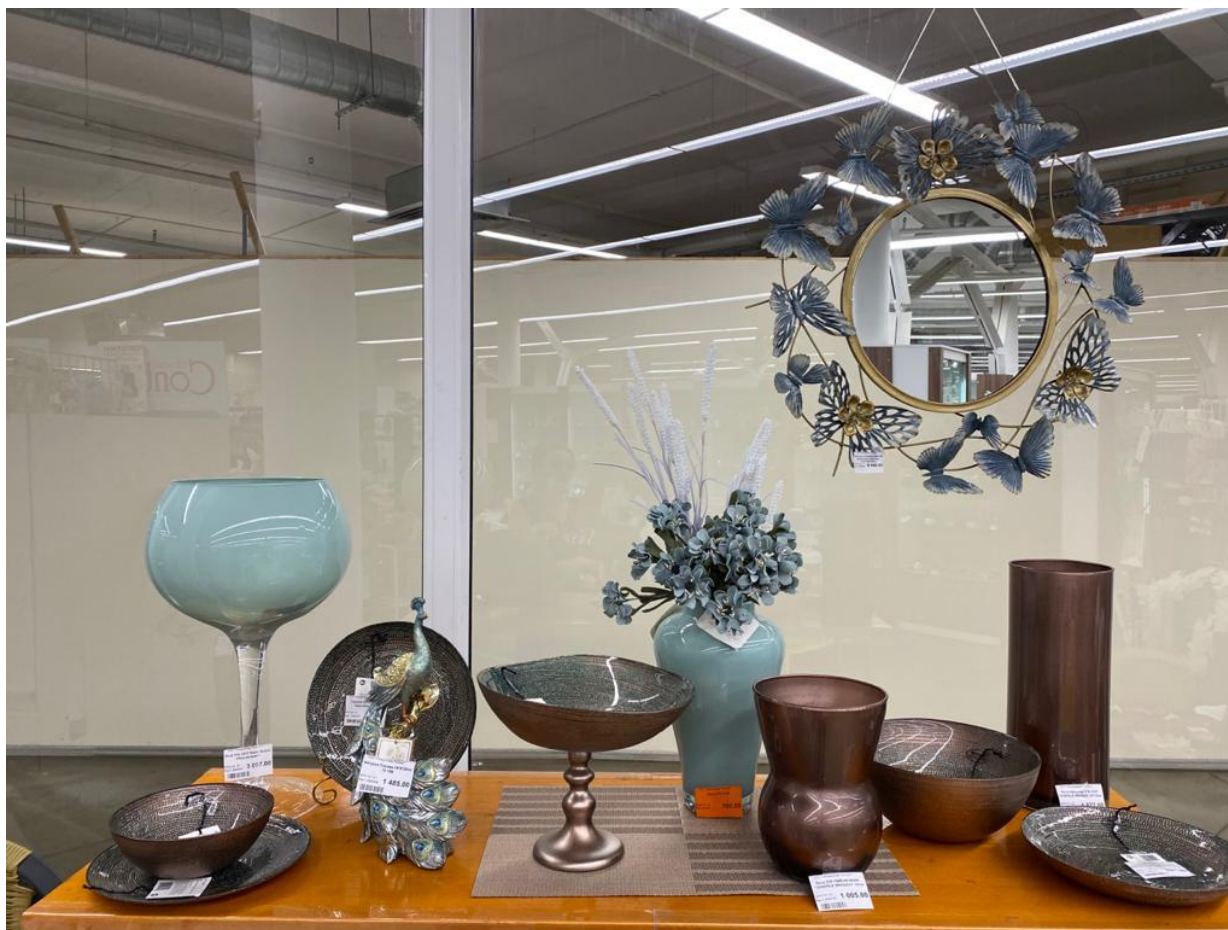


ООО «Объединение «Хозторг»

Сеть супермаркетов «ВСЁ ДЛЯ ДОМА», Воронеж, ул. Холмистая, ул. 68

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	сезонный товар для отдыха в саду
Почему выбрана такая тема витрины	продвижение сезонного товара
На что сделаны основные акценты	цветовое решение
Ценовой уровень продукта	средний



ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	представить новинки, серии, коллекции
Почему выбрана такая тема витрины	модные тропические принты
На что сделаны основные акценты	яркие элементы декора в тематике тропики
Ценовой уровень продукта	средний (от 500р.)



ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	представить новинки, серии, коллекции
Почему выбрана такая тема витрины	модные тропические принты
На что сделаны основные акценты	яркие элементы декора в тематике тропики
Ценовой уровень продукта	средний (от 500р.)



Номинация «Лучшая композиция товаров в торговом зале»

Moroshka

Санкт-Петербург и Москва, Leroy Merlin



Moroshka

Санкт-Петербург и Москва, Leroy Merlin

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Представить покупателям новую коллекцию Memphis

Почему выбрана такая тема композиции

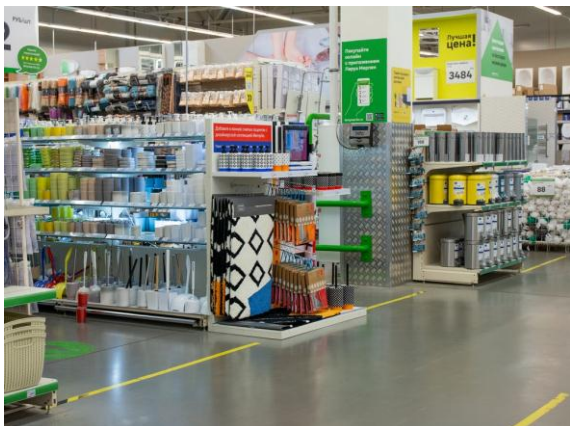
Соответствует стилю Memphis, привлекает внимание издалека

На что сделаны основные акценты

Яркость и необычность коллекции

Ценовой уровень продукта

Средний



Moroshka

Универмаг «Slava», Санкт-Петербург, ТД «Пассаж»



Moroshka

Универмаг «Slava», Санкт-Петербург, ТД «Пассаж»

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Вдохновить покупателя обновить интерьер ванной комнаты и спальни

Почему выбрана такая тема композиции

Максимально наглядное представление предметов коллекции

На что сделаны основные акценты

Создание «мягкой зоны» товаров для дома в универмаге

Ценовой уровень продукта

Высокий



ОАО "Торговый дом "Заволжский"

Торговый дом "Заволжский", г. Тверь, ул. Горького, 6

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции	Подтолкнуть покупателя приобрести весь комплект посуды и декора.
Почему выбрана такая тема композиции	Сезонность, т.к. в подобранной композиции задействованы идентичные цвета и оттенки как посуды, так и декора.
На что сделаны основные акценты	Акценты сделаны на сочетании цветов разных групп товара.
Ценовой уровень продукта	Средний



ООО «Уютта»

Гипермаркет товаров для дома «Уютта», Кировская обл., г. Киров, ул. Блюхера, д. 29

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Готовое интерьерное решение. Помощь хозяйке в создании уюта в доме.

Почему выбрана такая тема композиции

Мы клиентоориентированные. Мы предлагаем разнообразные темы и стили, ведь домашний интерьер — сфера очень личная.

На что сделаны основные акценты

Мы кардинально пересматриваем ассортимент, чтобы предложить покупателю что-то новое и востребованное.

Ценовой уровень продукта

Средний



Компания Мастер Дом. Подразделение АрдДекориум

Салоны по всей России (более 1000кв.м), Москва, Нахимовский 65А

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Каждый элемент в зале, каждая маленькая и большая задуманная история по дизайну продумана, как с технической стороны, так и с покупательско-дизайнерской, для создания максимальной детализации проекта.

Почему выбрана такая тема композиции

Компания занимается реализацией современных чистовых материалов для внутренней отделки любых помещений.

На что сделаны основные акценты

Обои, краски, фрески, лепнина, светильники, декор, шторы, плитка, сантехника и прочие товары.

Ценовой уровень продукта

Сегмент от среднего звена до Премиум класса. Товары отечественного и европейского производителя.

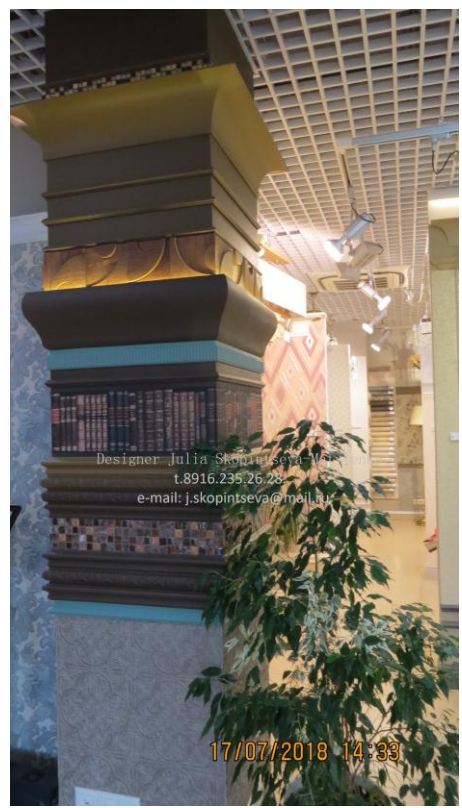
Дизайнер

Скопинцева-Матвиенко Юлия Сергеевна



Компания Мастер Дом. Подразделение АрдДекориум

Салоны по всей России (более 1000 кв.м)



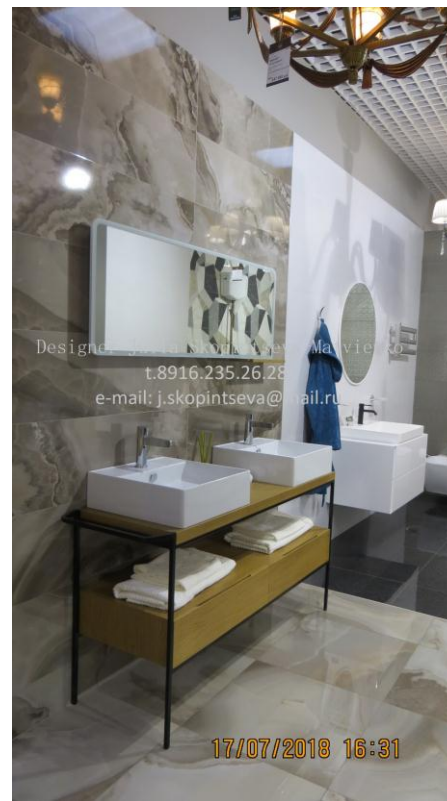
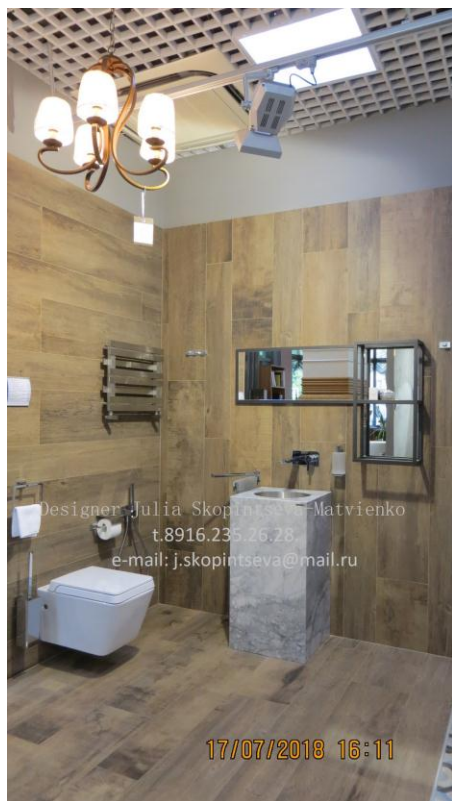
Компания Мастер Дом. Подразделение АрдДекориум

Салоны по всей России (более
1000 кв.м)



Компания Мастер Дом. Подразделение АрдДекориум

Салоны по всей России (более
1000 кв.м)



ИП Голюга И.А.

«Атмосфера», Белгородская обл., г. Строитель, ул.5 августа, 28, оф.44

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Презентация новой коллекции посуды и аксессуаров к новому году, создание единого стиля оформления торгового зала, напоминание о празднике

Почему выбрана такая тема композиции

Тема "Новогодняя гжель" выбрана в связи с ее цветовым и стилистическим соответствием коллекции посуды, ее красотой и схожестью со временем года, ассоциацией в России

На что сделаны основные акценты

На белый, бирюзовый и синий цвет, блеск серебра и освещение локации, на объединение всех предметов композиции (из разного ассортимента) в общую тему по цвету и стилю

Ценовой уровень продукта

средний



ООО «Объединение «Хозторг»

Сеть супермаркетов «ВСЁ ДЛЯ ДОМА», Воронеж, ул. Холмистая, ул. 68

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

новинки в посуде для сервировки стола

Почему выбрана такая тема композиции

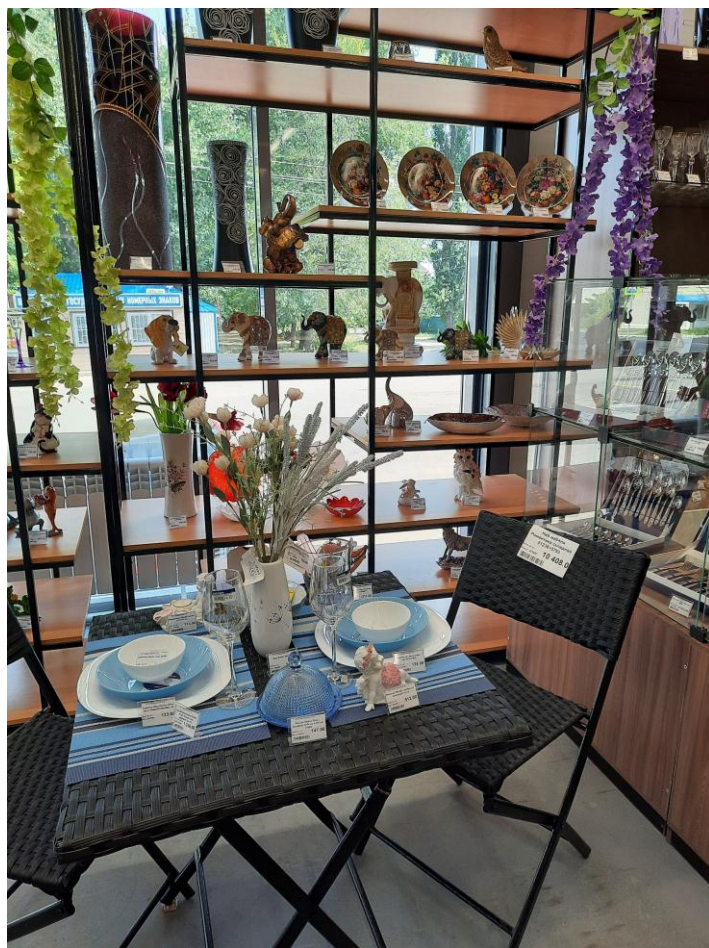
для визуального ознакомления со всеми SKU данной коллекции

На что сделаны основные акценты

нестандартные формы посуды

Ценовой уровень продукта

средний



ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции	презентовать премьеры и новинки
Почему выбрана такая тема композиции	лето - время отдыха
На что сделаны основные акценты	тематика посуды в сочетании с декором
Ценовой уровень продукта	средний (от 200р.)



ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции	презентовать премьеры и новинки
Почему выбрана такая тема композиции	лето - время отдыха
На что сделаны основные акценты	_____ в сочетании с декором
Ценовой уровень продукта	средний (от 200р.)



Номинация «Лучшая выкладка на полке»

ООО «Объединение «Хозторг»

Сеть супермаркетов «ВСЁ ДЛЯ ДОМА», Воронеж, ул. Холмистая, ул. 68

Лучшая выкладка на полке

Габариты полки (длина * ширина)	1,0*0,4 м
Количество размещенных товаров	2
Перечень товарных категорий	посуда для сервировки, сувениры
Описание принципов выкладки	цветовое решение



ООО «Йорк РУ»

Магазин «Билмарт», 677021, г. Якутск, ул. Автодорожная, 29

Лучшая выкладка на полке

Габариты полки (длина * ширина)

480 x 200 см

Количество размещенных товаров

10

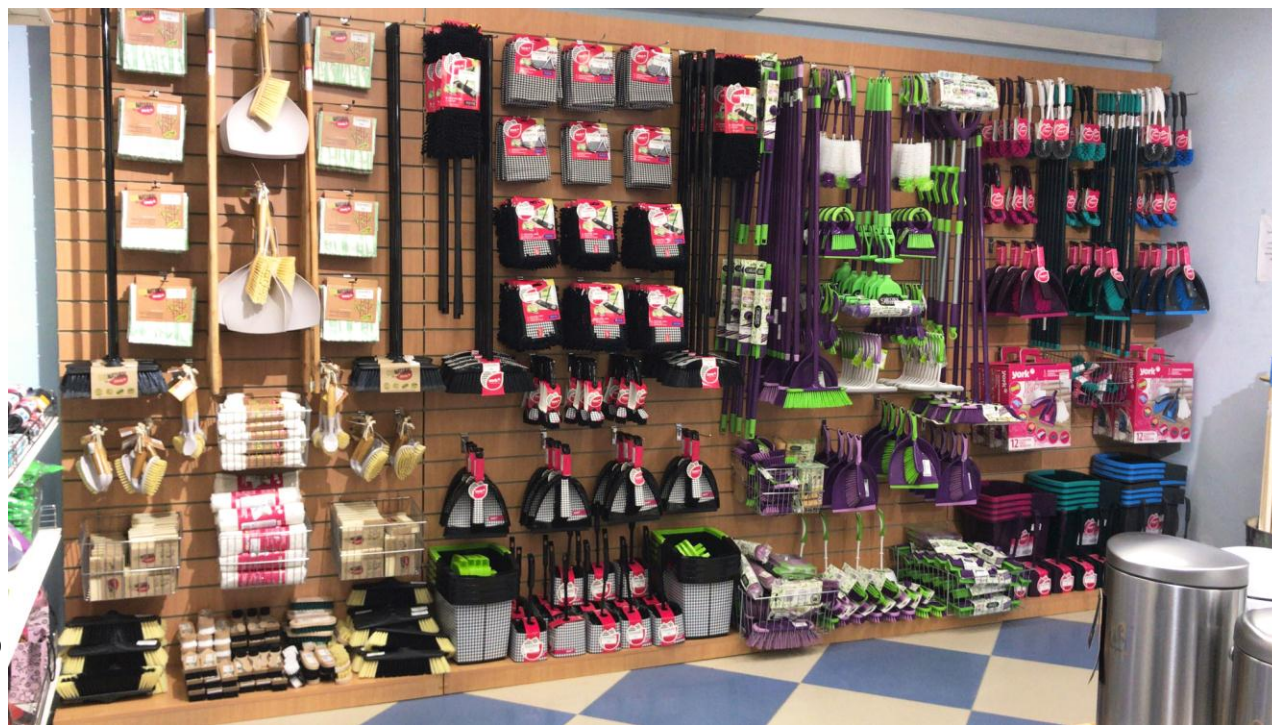
Перечень товарных категорий

1) Щетки для одежды и обуви; 2) Ведра, губки для мытья посуды; 3) Хозяйственные принадлежности для туалета; 4) Рукоятки; 5) Салфетки хозяйственные; 6) Совки и щетки-сметки; 7) Стекломойки; 8) Швабры и запаски; 9) Щетки для пола; 10) Щетки и ершики.

Описание принципов выкладки

При выкладке товаров на полке руководствовались следующими принципами:

- Удобство и доступность каждой категории для покупателя (На уровне рук вешается товар, который удобно достать руками, посетитель не будет бояться, что весь стенд упадет; на уровне глаз – самый ходовой товар; на уровне ног – товары, которые хорошо видны и создают «эффект изобилия»);
- Разделение по линейкам товаров (EcoNatural by York, Пепита, York Prestige, York);
- Принцип «переключения внимания» (Каждая линейка товаров представлена по-своему, нелинейно для привлечения внимания);
- Визуальная сбалансированность – от светлого к более яркому цвету;
- Логическое расположение сопутствующих товаров (Например, покупатель может приобрести не только швабру, но и ведро к ней).



ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

Лучшая выкладка на полке

Габариты полки (длина * ширина)

длина 1,25, ширина 50 см

Количество размещенных товаров

на каждом фото по одной товарной категории

Перечень товарных категорий

столовые сервизы, набор кастрюль и отдельные предметы, серии посуды, бренд

Описание принципов выкладки

цвет, бренд, назначение

