

# AmbiScene

## Освещение как инструмент маркетинга

### **Почему люди посещают магазины, и какую роль может сыграть AmbiScene?**

Иногда люди хотят развлечься и побаловать себя, а в другое время подвергают себя строгим ограничениям — например, придерживаясь диеты или заранее составленной сметы расходов. Иногда людям хочется побыть наедине с собой, тогда как в другое время они хотят быть частью группы, быть со своей семьей, друзьями, и т. д. Уже сегодня, люди посещают магазины не только ради покупки товаров, но и для того, чтобы в обмен на свои деньги испытать и разделить с другими радостные моменты и приятные впечатления.

С точки зрения психологии, для процесса совершения покупки существует пять основных мотиваций:

**Поиск новизны** — покупки как путешествие, полное открытий и новых ощущений.

**Общение** — покупки как форма совместного развлечения.

**Престиж** — покупка предметов с целью стать объектом восхищения.

**Чувство ответственности** — обеспечение близких людей нужными вещами, в которых они нуждаются.

**Необходимость** — покупка предметов насущной необходимости.

### **Что такое AmbiScene?**

AmbiScene — это концепция динамического освещения, призванная помочь менеджерам магазинов привлечь покупателей. Она позволяет магазинам учитывать вкусы клиентов, а также собственные интересы и стратегии информирования покупателей.

**Менеджерам магазинов** необходимо иметь ясное представление о преобладающей мотивации клиентов, а также о способах её удовлетворения в рамках концепции данного магазина. Эта мотивация может изменяться в течение дня, а также подвержена сезонным изменениям.

### **AmbiScene обеспечивает возможность мгновенного реагирования на изменение мотивации покупателей.**

Гибкость AmbiScene позволяет приспосабливаться к изменению мотиваций покупателей одним нажатием кнопки, создавая нужную среду для данной аудитории в данное время. Помимо этого, AmbiScene может использоваться для усиления конкретных тем и/или концепций розничной торговли — например, для подстройки освещения к конкретным сезонным событиям, таким как летняя распродажа. AmbiScene является адаптивным инструментом для эмоционального воздействия на клиентов, помогающим создавать устойчивые впечатления, ассоциированные с вашим брендом.

### **Освещение как инструмент маркетинга**

AmbiScene — это не только цветное динамическое освещение. Это новаторский подход к поддержке коммуникационных стратегий магазинов, а также к созданию сильной эмоциональной связи с покупателем.

### **AmbiScene может использоваться в следующих ключевых областях торгового бизнеса:**

- **Создание неповторимого, запоминающегося бренда** — воспользуйтесь новыми возможностями для усиления неповторимости вашего бренда.
- **Презентация продуктов** — демонстрируйте продукты в наиболее выгодном свете, освещая их с учетом конкретных материалов, сезона, цвета и т. д.
- **Привлечение покупателей** — используйте освещение для преобразования магазина на время проведения рекламных акций.
- **Мотивация покупателей** — создавайте для посетителей атмосферу, соответствующую их преобладающей покупательской мотивации.

### AmbiScene масштабируема

Масштаб решения, основанного на AmbiScene, зависит от индивидуальных требований, а также от условий конкретного магазина. AmbiScene может применяться локально (**S**), на больших площадях (**M**), или в масштабах здания (**L**).

### Создайте ваше собственное динамическое световое решение

AmbiScene можно адаптировать к любой конкретной ситуации. Далее мы приводим возможные решения для каждой из четырёх вышеперечисленных ключевых областей торгового бизнеса.

### Планирование, реализация и использование решений на основе AmbiScene

#### Планирование AmbiScene

Начинается с разработки коммуникативной идеи, лежащей в основе стратегии бренда. Затем, дизайнер по свету или консультант трансформирует эту идею в творческое и выразительное решение.

#### Реализация AmbiScene

После этого, проект реализуется посредством светотехнического оборудования, такого как лампы, светильники и устройства управления. На этом этапе также разрабатывается концепция интерфейса и сценарии управления.

#### Использование AmbiScene

Простые интерфейсы и чётко определённые процедуры использования обеспечивают безотказное функционирование решений на основе AmbiScene в условиях реальных магазинов. Это является залогом того, что AmbiScene не только продемонстрирует устойчивую и эффективную работу, но и выдержит проверку временем.

### “Умные” средства управления, простые интерфейсы

Дружественные к пользователю средства управления, разработанные Philips, обеспечивают широкие возможности при создании сценариев освещения и могут адаптироваться к конкретному решению, каким бы сложным оно ни было.



#### Неповторимость бренда | S

Динамическая стена с изображением торговой марки. Освещенная стена с изображением логотипа постепенно изменяет цвет, незаметно оставляя память о торговой марке.



#### Презентация продукта | M

Смена коллекций. Свет создаёт настроение в соответствии с изменением коллекций, цветов и материалов.



#### Привлечение покупателей | L

Витрина для привлечения покупателей. Этот фасад поддерживает сезонные рекламные темы. Например, оранжевую для летней распродажи и голубую для привлечения покупателей в зимнее время.



#### Мотивация покупателей | L

Магазин «Tribal Shop». Новаторские концепции магазина позволяют расширить рамки бренда, ассоциировав его не только с конкретным продуктом, но и с определённым образом жизни.