

SVĚTLO BY V PRODEJNĚ MĚLO SLOUŽIT HLAVNĚ PRODEJI A TAKÉ LIDEM

SPRÁVNĚ ZVOLENÉ OSVĚTLENÍ UMÍ VYKOUZLIT PŘÍJEMNOU ATMOSFÉRU, ZÁKAZNÍKA DOVÉST K PRODUKTU A TEN V JEHO OČÍCH ZATRAKTIVNIT. MUSÍ SPLŇOVAT I PŘEDEPSANÉ NORMY.

Světlo v prodejně hraje zásadní roli. Kromě toho, že co není vidět, se neprodává, platí také prostá skutečnost, že produkt se lépe prodává, pokud je zákazníkovi ukázán ve správném světle. Díky moderním technologiím je možné vystavené produkty zatraktivnit, a ještě přitom uspořit na nákladech za elektrickou energii.

TRENDEM JE UCELENÝ KONCEPT

V současnosti už prodejnu nestačí jen „nasvítit“. I technické nebo vedlejší plochy, jako jsou chodby, zázemí nebo zásobovací trasy, jsou součástí celkové

zákaznické zkušenosti. „Trendem je propojení těchto prostor do jednoho uceleného konceptu, kde má světlo nejen funkční, ale i estetickou a orientační roli. Vidíme posun směrem k úsporným LED systémům a dalo by se říct, že jsou již běžné. Dokonce i ty s možností řízení intenzity, barevnosti a s automatickým stmíváním podle denní doby. V obchodních centrech se čím dál víc prosazuje takzvaný human centric lighting, tedy osvětlení podporující přirozený biorytmus lidí, ať už jde o zaměstnance nebo zákazníky,“ naznačuje Martin Fejtek, CEO a majitel společnosti Feschu lighting & design. „Naštěstí už je čas, kdy si investoři uvědomují potřebu kvalitního

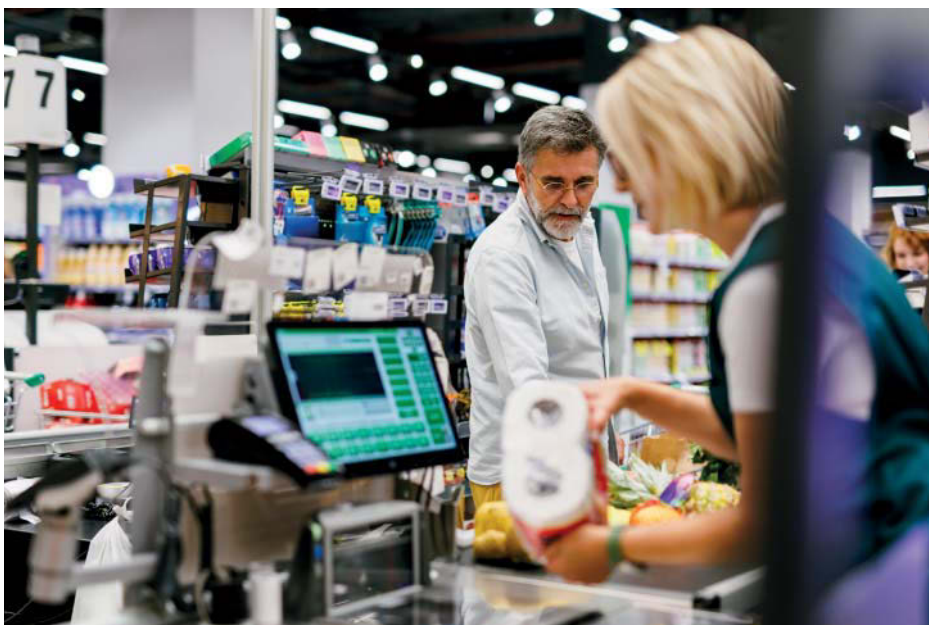
Kromě intenzity, barvy nebo tepelné chromatičnosti světelných zdrojů se začíná řešit také jejich vliv na lidské zdraví. Zatímco zákazníci jsou pod vlivem umělého osvětlení jen relativně krátkou dobu, prodáváci v něm tráví značnou část dne.

osvětlení. Mezi našimi zákazníky je v první řadě kladen důraz na dostatečně výkonné osvětlení, které má správnou barvu pro dokonalé nasvícení zboží,“ přidává se Richard Mikl, jednatel společnosti Maranko design.

SNADNÁ ZMĚNA S CASAMBI

Velký důraz je v současnosti kladen na spotřebu elektrické energie a celkovou světelnou atmosféru v prodejně. Jak Martin Fejtek připomíná, někteří zákazníci vyhledávají řešení s možností inteligentního řízení osvětlení systémy Casambi nebo DALI. Casambi představuje bezdrátový systém pro ovládání osvětlení, který využívá technologii Bluetooth Low Energy (BLE). Tento systém nabízí různé variace zapojení a snadné použití, což jej dělá ideálním pro profesionální i komerční aplikace. Umožňuje přepínání, stmívání a skupinové ovládání světlidel, nastavení světelných scén a animací a podporuje časovače a kalendáře, včetně automatických změn podle východu a západu slunce. Systém umožňuje automatické nastavení teploty chromatičnosti v průběhu dne, což přispívá ke zvýšení komfortu a produktivity osob. Jeho instalace je jednoduchá – díky bezdrátové technologii není potřeba složité kabeláže. Systém je škálovatelný od malých instalací až po velké projekty. Komunikace přes Bluetooth je zabezpečená a systém je navržen tak, aby byl odolný vůči interferencím.

Systém DALI (Digital Addressable Lighting Interface) používá na rozdíl



Zatímco zákazníci jsou pod vlivem umělého osvětlení jen relativně krátkou dobu, prodáváci v něm tráví značnou část dne.

od předešlého systému dvouvodičovou sběrnici pro komunikaci mezi ovladači a svítidly, což znamená, že pro řízení osvětlení potřebuje propojení dráty. Vhodný je pro nové instalace a větší projekty, kde je požadovaná robustní a spolehlivá komunikace. Ovládání světel probíhá pomocí specializovaných ovladačů, řídicích panelů a softwarových nástrojů. Umožňuje centralizované řízení osvětlení s vysokou úrovní detailu a kontroly. Pokud bychom oba systémy srovnali, Casambi je ideální do míst, kde je důležitá snadná instalace, flexibilita a bezdrátová komunikace, například do menších prodejen, kde není možné provádět rozsáhlé stavební úpravy. Naproti tomu DALI je vhodný pro větší projekty a nové instalace, kde je požadována robustní a spolehlivá komunikace s vysokou úrovní detailu a kontroly nad osvětlením, například v komerčních budovách nebo průmyslových objektech.

DOKÁŽE OVLIVNIT TRŽBY

„Většina prodejen už sice přešla z klasických zářivek na LED osvětlení, ale i tady vidíme zásadní chyby. Není LED jako LED. To, co svítí dobře doma, v prodejně často neuspěje – ať už z hlediska účinnosti, nebo z hlediska prezentace zboží,“ upozorňuje Martin Fejtek. Častou chybou je například použití nevhodných svítidel s nedostatečnou intenzitou nebo špatným směřováním světla. Výsledkem jsou místa, která oslňují, nebo naopak zůstávají ve stínu. Důležité je také respektovat zákonné normy osvětlenosti pro daný typ provozu – a ty se často nedodržují. „Velký rozdíl dělá i barevná teplota. Například příliš studené světlo v pekařství ubírá na atraktivitě čerstvému pečivu, a naopak teplé světlo v masném úseku může způsobit, že maso nevypadá čerstvě. Modernizace osvětlení dnes není jen otázkou designu nebo energetických úspor. Je to nástroj, který dokáže ovlivnit náladu zákazníků, vnímanou kvalitu zboží a v konečném důsledku i výši tržeb,“ dodává Martin Fejtek.

VYTVOŘTE TU SPRÁVNOU ATMOSFÉRU

Stále větší roli dnes při prodeji hraje light design. „Pokud je dobře uchopen, pak je jeho role opravdu zásadní. Se správným a zajímavým osvětlením vytvoříte skvělou prodejní atmosféru, interiérový design i použité barvy posunete na vyšší úroveň, čímž podpoříte prodej zboží jeho vizuálním zvýrazněním,“ popisuje Richard Mikl. „Světlo dnes prodává – doslova. Dobrý light design není jen o svítlidlech, ale o tom, jak zákazníka vést, na co ho upozornit, jak vytvořit atmosféru, kde se cítí dobře a kde rád nakupuje. Uvědomělý light design podporuje značku, vytváří emoci, vyzdvihuje to správné zboží. Vnímáme ho jako plnohodnotnou součást celkového designu prodejny. A platí, že i sebelepší design interiéru bez kvalitního nasvícení ztrácí efekt,“ přidává se Martin Fejtek.

PROČ SE DENNÍ SVĚTLO MOC NEPOUŽÍVÁ?

Jednou z otázek, která se řešila zejména v době energetické krize, bylo širší využití přirozeného denního světla. K jeho přednostem patří fakt, že nic nestojí, a kromě toho podporuje přirozené procesy, které probíhají v lidském organismu. K jeho většímu využití zatím přesto nedochází, což má své důvody. „Z našeho pohledu je denní světlo svým barevným spektrem, tedy teplotou chromatičnosti, z hlediska atraktivity prodejních prostor nevhodné. U čerstvých potravin jeho nadbytek vede k jejich degradaci a často je také příliš technicky složitě denní světlo do prodejny dostat,“ popisuje Richard Mikl. „Denní světlo je sice zdarma, ale jeho efektivní využití zadarmo není. Mnoho prodejen je bez oken nebo mají omezený přístup světla a i tam, kde okna jsou, je potřeba správně pracovat s orientací, s odrazy a s regulací dopadu světla. Denní světlo se také mění během dne, což je právě kamenem úrazu. Aby bylo možné ho využít efektivně a úsporně, je třeba napojit prostor na systém řízení umělého osvětlení,“ podotýká Martin

Fejtek. A takový systém vyžaduje investici a know-how, které v Česku stále ještě není dostatečně rozšířené.

POHODĚ POMÁHAJÍ PLNOSPEKTRÁLNÍ LED

Denní světlo je však pro lidský organismus důležité, protože v něm řídí mnohé procesy. V nákupních centrech nebo v prodejnách je ho v drtivé většině případů nedostatek. Zejména prodáváci, kteří v takovém prostředí tráví velkou část dne, potom strádají, protože se narušuje jejich cirkadiánní rytmus. To je biologický rytmus s periodou o délce přibližně 24 hodin (může kolísat mezi 20 až 28 hodinami), tedy jakési naše vnitřní hodiny, které řídí spánek a bdění a další tělesné funkce. Výzkumy ukazují, že lidé bez přístupu k dennímu světlu čelí řadě duševních i fyzických zdravotních rizik, včetně poškození zraku. V neposlední řadě se snižuje jejich pracovní produktivita. Nedostatek přirozeného světla se mimo jiné podepisuje na vitalitě a náladě prodáváčů, což se následně odráží v jejich přístupu a komunikaci se zákazníky. „Pro zaměstnance prodejen proto mají velký potenciál plnospektrální LED zdroje světla, které přirozené sluneční světlo napodobují a zajistí organismu potřebné funkce i v interiérech bez oken,“ konstatuje Daniel Jesenský, Managing Director, Spectrasol. Zejména v době, kdy je dobrých pracovníků v maloobchodě nedostatek a zaměstnavatelé se je snaží udržet, by použití těchto světelných zdrojů alespoň nad pokladnami mohlo znamenat významný zaměstnanecký bonus. Body by firmám mohlo přinést také jejich nasazení z hlediska společenské odpovědnosti k vlastním zaměstnancům a při tvorbě příznivých pracovních podmínek, které se v konečném důsledku podepisují na výkonech zaměstnanců a po- tažmo také na zisku firmy. „Ceny těchto svítidel přitom nejsou nijak závratné. Oproti standardním svítlidlům jsou dražší zpravidla jen o dvacet až třicet procent,“ uzavírá Daniel Jesenský.

Pavel Neumann