

Aplikasi Visual Merchandise pada Mall

Visual Merchandise

Bayu Widiyanto

Visual Merchandise

- is the activity and profession of developing floor plans and three-dimensional displays in order to maximise sales.
- Both goods or services can be displayed to highlight their features and benefits. The purpose of such visual merchandising is to attract, engage and motivate the customer towards making a purchase.
- Visual merchandising commonly occurs in retail spaces such as retail stores and [trade shows](#).

Principles

- The purpose of visual merchandise is to:
- Make it easier for the customer to locate the desired category and merchandise.
- Make it easier for the customer to self-select.
- Make it possible for the shopper to coordinate and accessorise.
- Recommend, highlight and demonstrate particular products at strategic locations.

Techniques

- Visual merchandising builds upon or augments the [retail design](#) of a store. It is one of the final stages in setting out a store in a way customers find attractive and appealing.
- Many elements can be used by visual merchandisers in creating displays including color, lighting, space, product information, sensory inputs (such as smell, touch, and sound), as well as technologies such as digital displays and interactive installations.

Tools

- A [planogram](#) allows visual merchandisers to plan the arrangement of merchandise by style, type, size, price or some other category. It also enables a chain of stores to have the same merchandise displayed in a coherent and similar manner across the chain.

Forms

Window displays

- Window displays can communicate style, content, and price.
- Display windows may also be used to advertise seasonal sales or inform passers-by of other current promotions.

Food merchandising

- Restaurants, grocery stores, and convenience stores use visual merchandising as a tool to differentiate themselves in a [saturated market](#).

Window display

- *For drapery, shades, shutters, etc, see [Window covering](#).*
- A **display window** (most commonly called **shop window** ([British English](#)) or **store window** ([American English](#))) is a [window](#) in a [shop](#) displaying items for sale or otherwise designed to attract [customers](#) to the store. Usually, the term refers to larger windows in the front [façade](#) of the shop. Display windows at [boutiques](#) usually have dressed-up [mannequins](#) in them

- Putting a **window display** of merchandise in a store's window is called "window dressing", which is also used to describe the items displayed themselves. As a figure of speech, "window dressing" means something done to make a better impression, and sometimes implies something dishonest or deceptive

Window dressers

- **Window dressers** arrange displays of goods in shop windows or within a shop itself. They may work for design companies contracted to work for clients or for department stores, independent retailers, airport or hotel shops.
- Alone or in consultation with product manufacturers or shop managers they artistically design and arrange the displays and may put clothes on [mannequins](#) and display the prices on the products.
- They may hire joiners and lighting engineers to create displays. When new displays are required they have to dismantle the existing ones and they may have to maintain displays during their lifetime. Some window dressers hold formal display design qualifications.

That's Placed at

- Market
- Mall
- Supermall
- Retail Shop

Mall

- Sebagai kelompok kesatuan komersial yang dibangun pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah unit operasi, berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko, dan area perbelanjaan dari unit tersebut.
- Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total toko-toko (Urban Land Institute, 1997)

adalah pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa departemenstore besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologibangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yangmerupakan unsur utama dari sebuah shopping mall , dengan fungsi sebagai sirkulasi dansebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antarpengunjung dan pedagang (Maitland, 1987).

Dan mempunyai kecenderungan berkonfigurasi secara **horizontal**



- bagian atap mall biasanya diselesaikan dengan skylight yang berfungsi memasukkan cahaya matahari ke dalam bangunan mall pada siang hari.
- Cahaya ini berfungsi sebagai pengarah memfokuskan pengunjung dalam bangunan, dan menambah keindahan bangunan

Bentuk mall

Menurut Maithland (1987)

Open Mall

Enclosed Mall

Integrated Mall

Open mall (mall terbuka)

adalah mall tanpa pelingkup.

Keuntungannya adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah.

Kerugiannya berupa kendala

climatic control yang berpengaruh terhadap kenyamanan dan kurangnya kesan pewadahan.

Enclosed mall(mall tertutup)

Adalah mall dengan pelingkup.

Keuntungannya

Berupa kenyamanan climatic control

Kerugiannya

biaya mahal dan kesan kurang luas.

Integrated mall (mall terpadu)

adalah penggabungan

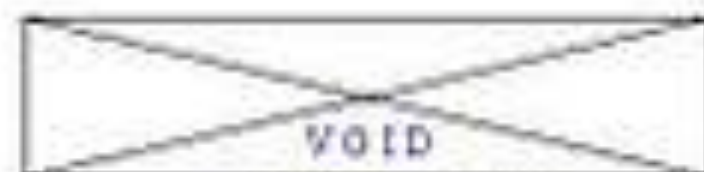
Mall terbuka dan tertutup. Biasanya berupa mall tertutup dengan akhiran mall terbuka. Munculnya bentuk ini merupakan antisipasi terhadap keborosan energi untuk climatic control sertamahalnya pembuatan dan perawatan mall tertutup.

Mall ini juga bertujuan mengonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mall tertutup.

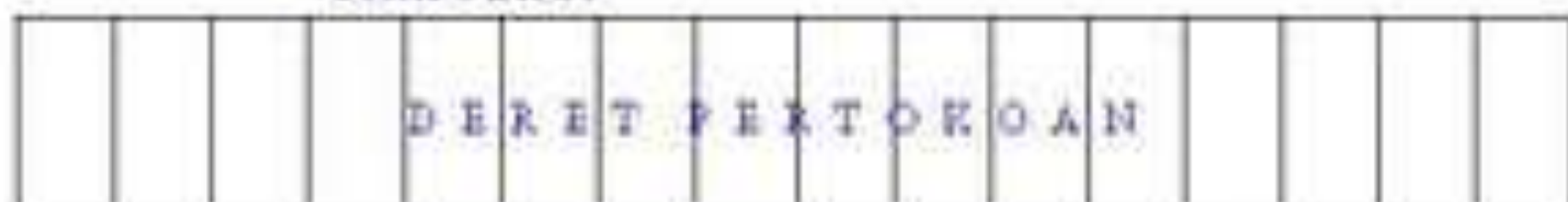
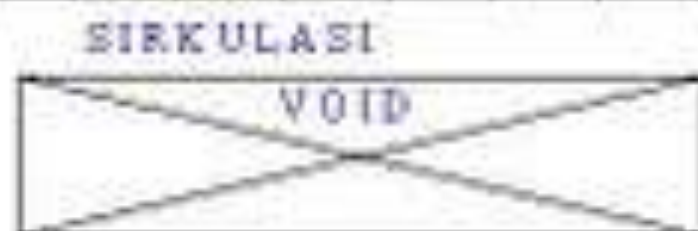
- Pola mall pada dasarnya pola mall berprinsip **linier** dengan tatanan mall mayoritas berkoridor tunggal dengan lebar koridor standar antara 8-16m.
- Jarak antarmagnet (pusat aktifitas mall) antara 100 sampai 200m, atau sepanjang kenyamanan pejalankaki.
- Dengan pola bentuk I, L atau T

Sistem sirkulasi untuk mall

- Dikonsentrasikan pada sebuah jalur utama yang menghadap dua atau lebih magnet pertokoan dapat menjadi poros massa, dan dalam ukuran besar dapat berkembang menjadi sebuah atrium.
- Jalur itu akan menjadi sirkulasi utama, karena menghubungkan dua titik magnet atau anchor yang membentuk sirkulasi utama.
- Contoh : Pondok Indah Mall, Blok M, Atrium Senen, Mall Kelapa Gading 1-2, Mall Ciputra.



SIRKULASI



Sehingga pada saat akan membuat desain Visual Merchandise di dalam sebuah Mall ada beberapa hal yang harus diperhatikan

Diantaranya adalah

- Letak obyek
- Dimensi obyek
- Sasaran obyek
- Jarak batas pandang obyek
- Obyek yang akan dipasarkan
- Skala area yang dilayani















So???

Apa yang akan anda lakukan pada saat anda diminta untuk menjadi VISUAL MERCHANDISER sebuah produk gadget yang diadakan di sebuah Mall di kota yang masyarakat di dalamnya 'sangat gadget'???