

Labākais, bet prātā nepaliek



Apavu veikala skatlogs aizkrauts ar korpju kastēm.

< < Tagad arī vajadzētu šādas skatlogu konkursus, jo tas ļoti motivē skatloga noformētājus censties vēl vairāk," viņa uzskata.

Bet veikalā "Kristiani" Graudu ielā vienā no skatlogiem izlikta balles kleitas, balta kāzu kleita, starp manekeniem vāzē salikti lietussargi. Otrajā skatlogā atkal korpju kastes, dažādi krāsaini džemperu un manekenam uzvilkti košas krāsas sporta hūdijs un turpat blakus nomestas sporta bikses. "Paši veidojam skatlogu dizainus, izvietojam te jaunāko preci un to, kas pašiem patīk. Vairāk akcentējam košas krāsas. Skatlogs ir diezgan svarīgs, jo no tā ir atkarīgs, vai garāmgājējs ienāks veikalā, bet tomēr lielākā daļā mūsdienās iepērkas internetveikalā, skatlogi strādā tikai uz kādiem aptuveni 10 procentiem," uzskata pārdevēja Sarmīte.

Tā ir tirdzniecības kultūra

Liepājas pilsētas galvenā māksliniece Agita Ansule, komentējot veikalu skatlogu noformējumu pilsētā, saka: "Manuprāt, katram uzņēmējam jau pašam būtu jāapzinās, ka skatlogs ir lieliska platforma reklāmai. Skatlogu noformēšana ir svarīga, tā ir tirdzniecības kultūra, kādā veidā pasniegt savu preci un savu telpu, aicinot klientu ieiet un radot patīkamu kopējo atmosfēru. Visi nevaram būt profesionāļi it visā, tālab uzskatu, ka vērtīgi būtu, ja pašiem nav izpratnes, pieaicināt talkā kādu profesionāli vai mākslinieku, kurš palīdzētu skatlogu noformējumā. Saprotams, ka tas

ir papildu izmaksas, bet tas patiesi var kādā reizē arī ļoti labi atmaksāties."

Agrāk, pirms gadiem piecpadsmit, pašvaldība rīkoja īpašus konkursus "Liepāja pucējas", citstarp rosinot skatlogu noformēšanu. Tad žūrija vērtēja uzņēmēju ieguldījumu pilsētas dekorēšanā pirms svētkiem, veidojot tematiskus noformējumus skatlogos. Liepājas pašvaldības Sabiedrisko attiecību un mārketinga daļas vadītāja Zita Lazdāne skaidro, ka tas noticis laikā, kad pilsēta uz svētkiem netika tā izrotāta kā šobrīd. Mainoties pilsētvides dekorēšanas konceptam svētkos, šis konkurss tika atcelts. "Diez vai skatlogu konkursu atjaunošana varētu uzlabot kopējo situāciju Liepājas pilsētvīdē. Šobrīd dienaskārtībā nav šāda konkursa, bet, ja uzņēmējiem ir vēlme ko tādu rīkot, tad, manuprāt, viņiem pašiem būtu jāuzņemas iniciatīva," Z. Lazdāne uzskata. Viņai šķiet, ka jāņem vērā arī tas, ka kvalitatīvi un īpaši veidoti skatlogi prasa attiecīgu finansējumu un nereti uzņēmējiem nav papildu līdzekļu īpašiem skatlogu noformējumiem, jo prioritāte ir darbinieku algas un rēķini. "Tomēr arī bez liela finanšu ieguldījuma ir iespējams piedomāt pie skatlogu noformējuma – kaut vai nepiekrāmējot to ar saulē izbalējušām lietām, nomainot attiecīgu svētku dekorējumus," saka Z. Lazdāne.

Var daudz drosmīgāk

Iespējams, ka viens no risinājumiem, ko varētu izmantot uzņēmēji, ir piesaistīt jaunus

māksliniekus, kas skolojas to starp skatlogu noformēšanā un pat veiksmīgi piedalās konkursos.

Jau tradicionāli Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskola (LMMDV) piedalās nacionālajā jauno profesionāļu meistarības konkursa "SkillsLatvia" prasmju daļā "Skatlogu dizains un noformēšana". Šogad dalība gan izpalika audzēknes veselības problēmu dēļ, taču gatavojušies līdz pēdējam, aplicina LMMDV "Dizaina nodaļas" pedagoģe Dita Lesiņa. "Bija posms, kad šim konkursam gatavojās trīs mūsu audzēkņi, taču divi bija no pirmā kursa, līdz ar to tas viņiem bija vairāk ar skatu nākotnē, lai uzzinātu par to ko vairāk, uzkrātu prasmes." D. Lesiņa pastāsta, ka dalība ir brīvprātīga un ne visi jaunieši ir gatavi tam veltīt laiku un uzmanību, līdz ar to tiek strādāts ar tiem, kurus tas patiešām interesē. "Tas ir individuāls darbs, parasti notiek ārpus stundām, jo mācību programmā nav tādas sadaļas kā skatlogu dizains, tā tomēr ir specifiska tēma." Konkursa laikā

ir trīs lielas sadaļas – audzēkņim ir jāizstrādā stilistikas piedāvājums un skatloga skice. Pēc tam tā arī jārealizē. Pirms konkursa ir nopietna gatavošanās vairāku mēnešu garumā, kur no viena uzdevuma pāriet uz nākamo, kāpinot sarežģītību, līdz ar to sagatavojot jauniem vērienīgājam notikumam, kad jāstrādā būs jau bez papildu atbalsta.

"Tas nemaz nav tik viegli. Aiz tā visa slēpjas daudz plašākas tēmas, pirmkārt jau merčendaizings, kad katrai lietai, produktam tiek atrasta vispiemērotākā vieta, izkārtojums, kas stimulētu patērētāju vēlmi pirkt. Tad ir kompozīcija, telpas, krāsu izjūta. Tas viss ir jāsaliek kopā dažos kvadrātmetros," ko nākas ņemt vērā, konkursa laikā gatavojot skatlogu, ieskicē D. Lesiņa. "Visbiežāk, organizatori iedod kaut kādas mājlietas, piemēram, traukus, paklājus, virtuves priekšmetus, ir kaut kāds bāzes materiāls, un definē tēmu. Izejot no tā – tēmas un dotajiem priekšmetiem –, audzēkņim jā-mēģina uzburt sava vīzija, realizēt, salikt to visu kopā."

Vērtīgākais ieguvums, viņasprāt, audzēkņim ir tieši personības izaugsmē: "Es tiešām esmu redzējusi, kā klusai, kautrīgai meitenei, sajūtot, ka "es varu", tiek iedots izrāviens. Konkursa pasākums katrā personībai iedod daudz. Jo var redzēt, kā lietas dara citi, satikt vienaudžus, iegūt jaunas draudzības. Var gūt neatsveramu pieredzi."

D. Lesiņa nav liepājniece, bāzējas Rīgā, bet, šurp regulāri atbraucot, secinājusi, ka Liepāja varētu būt daudz drosmīgāka. "Man nav neviens tāds skatlogs, kas būtu palicis atmiņā. Varētu to visu darīt daudz drosmīgāk, un tad varbūt šī tēma vairāk aktualizētos, jo, novērojot, ka kādam veikaliņam ir patiešām stilīgs skatlogs, varbūt arī citi aizdomātos, ka tādu pašiem vajadzētu. Domāju, ka Liepāja var. Potenciāls pavisam noteikti ir. Tikai tas ir atkarīgs no personālīgajām, kāds ir uzņēmuma vadītājs vai tas, kurš atbild par šo tēmu. Neviens jau nezina, kas tur iekšā jums ir, ja ārā to nevar pamanīt. Ļaujiet ieraudzīt!"

EKSPERTE

Logs ir veikala iepakojuums

Zane Bluķe, LMMDV izglītības programmas "Grafikas dizains" vadītāja

Par to, kā notiek komunikācija pilsētvīdē, tai skaitā skatlogu komunikācija ar garāmgājējiem, esam iekļāvuši daļā no sava mācību satura. Mēs kopā ar audzēkņiem ejam ielās un skatāmies veiksmīgos un mazāk veiksmīgos piemērus. Katru gadu mums ir tēmas, kas ietver piemēram, materiālu vērtēšanu, kas tiek izmantoti logu noformēšanā vai aplīmēšanā, skatāmies no reklāmas un izpildes puses, arī vizuālo komunikāciju. Ir bijuši gadījumi, kad pārdevējs iznāk ārā un prasa, ko šeit darām. Izskaidroju, un ir bijusi liela ieinteresētība. Jaunieši iedevuši savus kontaktus, bet, vai kaut kas līdz galam izdevās, nemācēšu teikt. Citreiz mums skolā ir bijuši lielāki projekti ar tirdzniecības vietām, un, ja to var iekļaut mācību procesā, apvienojam.

Nav tā, ka pilsētā sliktie piemēri ir nomācošais vairākums. Situācija pēdējos gadus ir labāka. Acīmredzot, ir saprasts, ka pircējs tomēr ir svarīgs un svarīgi ir arī noņemt viņa uzmanību. Sava uzņēmējuma individuālo garšu parādīt skatlogā kļūst būtiskāk.



Nereti man liekas, un tas varbūt vairāk attiecas uz apģērbu veikaliem, lietoto apģērbu veikaliem, ka estētiski noformēt logus nelielas svarīgi, bet tajā brīdī, kad ienāc iekšā, tevi noķert, nelaide vaļā, kamēr kaut ko nenopērc. Tie, kam koncentrēšanās uz preču pārdošanu ir mazāka, piemēram, kafejnīcas, tieši aizdomājas par noformējumu, vairāk piedomā.

Piekrītu, ka skatlogi ir svarīga nianse pilsētas seļā. Izkārtne apstiprina pilsētas mākslinieks, droši vien apstiprināt arī skatlogus – tas būtu par traku. Domāju, ka varbūt tie, kas nav izmēģinājuši un pārbaudījuši, arī neaizdomājas, ka skaisti skatlogi uz pircēju darbojas un strādā. Ja mēģinātu mazliet papūlēties un izveidotu

skaistus skatlogus, varbūt viņi justu, ka tāpēc vien tie daži cilvēki ir ienākuši iekšā, jo redzējuši, ka skatlogā ir kaut kas piesaistošs. Protams, mums ir dažādi jauni speciālisti, un, ja jūt, ka paši ar to var netikt galā, var pieaicināt palīgos. Ir jau arī vēl universālie risinājumi – skatlogs, ko vienreiz uztaisi un minimāliem līdzekļiem pēc tam smuki uzturi.

Tiem, kas saka, ka "labākā reklāma ir no mutes mutē", tomēr atgādinu, ka vienmēr paliks kāds procents cilvēku, tai skaitā pilsētas viesu, ko šādā veidā nenasniegsiet. Uz to jāskatās nedaudz plašāk, paturot prātā, ka vizuālais ļoti darbojas. Daudzi preču ražotāji patlaban patērē uz iepakojuumu, un ne tikai tāpēc, ka viņu produkts ir garšīgs un ziņa par to aizies no mutes mutē, bet tādēļ, ka daudzi cilvēki konkrēto preci izvēlas, jo ir forša kastīte. Logs jau ir veikala iepakojuums, tā arīņa, kas ievilina iekšā. Mūsdienās cilvēka uzmanība ir tik ļoti sadalīta, ka ir maz to sekunžu, ar ko var to vispār noķert. Un man liekas, ka nevajag palaist garām šo iespēju. Gaumīgi, sakopti skatlogi ievilina iekšā. Tai skaitā rada noskaņu, parāda kaut kādu garšu par jūsu vietu.▶

DIENAS
TĒMA