

# Estetski izgled izložbenog prostora

Snježana Hranić, mag. prim. educ.,  
izvršni savjetnik

# Iskustveni i interaktivni prostori

- mali prostor priče o učenju, kreativnosti i procesu nastanka proizvoda





# **1. Od izložbenog stola do iskustvenog prostora**

- iskustvena zona

# Iskustveni prostor

- demonstracije izrade proizvoda
- mogućnost dodira materijala
- male radionice ili aktivnosti za posjetitelje
- priča o nastanku proizvoda i radu učenika

# Priča o radu učenika /zadrugara

izraditi mali detalj proizvoda

osjetiti materijal od kojeg je proizvod  
napravljen

vidjeti fotografije procesa izrade (na tabletu)



## 2. Interaktivnost – posjetitelj kao sudionik

kviz ili zagonetka  
vezana uz proizvod

glasanje za  
najdraži proizvod

igra prepoznavanja  
materijala

pisanje poruka ili  
ideja posjetitelja

# 3. Pričanje priče kroz prostor

nastanak  
ideje

proces  
izrade  
proizvoda

suradnju  
učenika

lokalna  
tradicija ili  
materijali

# 4. Otvoren i pregledan prostor

---

- izbjeći prenatrpanost stolova
- istaknuti nekoliko najvažnijih proizvoda
- omogućiti posjetiteljima da **pridu, razgledaju i razgovaraju s učenicima**





## 5. Održivost i prirodni materijali

- ambalaža od papira ili kartona
- dekoracije od prirodnih materijala
- ponovna uporaba elemenata štanda na više događanja



# Zaključak prije zaključka

Prostori:

- iskustva
- interakcije
- priče



# Iskustveni kutak (ne samo "štant")

---

- rukotvorine → mali "live" kutak gdje učenici demonstriraju izradu
- prirodne proizvode → mali mirisni ili taktilni kutak (probat, pomirisati, dotaknuti)
- "Selfie" zid s logom

# Prirodni i održivi materijali

---

Koristite:

- drvene sanduke
- reciklirane police
- kraft papir
- jutene tkanine
- biljke u prostoru



# Minimalizam + jasna hijerarhija

---

- izložite manje komada ali promišljeno
- grupirajte po kolekcijama ili temama
- ostavite “prazan prostor” oko proizvoda da dođu do izražaja

# IZBOR MATERIJALA I POMAGALA

izbor materijala podloge ovisi o ideji cijele postave, izbor treba uskladiti sa kompozicijom

za spontanije zamišljene podloge idealna su tanka mekana prirodna platna

najprihvatljivija je mat površina podloge

pripaziti na fiksiranje izložaka, pripremiti što sitniji materijal i alat za što manje vidljivo pričvršćivanje

# Što i kako?

---

svaki izložak (ili skupina) treba dovoljno prostora jer njegov konačan oblik čini i prazan prostor koji ga opisuje

samostojeće predmete rasporediti na horizontalne površine

slike i vezove po vertikalama

**Vezove i ručne radove sličnog tipa smjestiti na način njihovih uporabnih pozicija tako da urešeni dijelovi pravilno padaju preko brida postamenta ili stola i to odgovarajućom dužinom.**





# Storytelling kartice - deklaracije

- tko ga je izradio
- od čega je napravljen
- koja je njegova svrha ili  
inspiracija



# Deklaracija

---

Logo

Materijal

Škola

Dimenzije (promjer)

Zadruga

Godina proizvodnje

Naziv proizvoda

Cijena

# Jasne cijene

- jasno napisane
- jednostavne (npr. 2 €, 3 €, 5 €)

Ljudi kupuju lakše kada odmah znaju cijenu



# Energija i komunikacija

Učenici na štandu trebaju:

- pozdraviti kupce
- objasniti proizvode
- **biti nasmijani** 😊 (i na snimci praktičnog rada)



**Često osoba koja prodaje odluči hoće li netko kupiti.**



## Bonus ideja:

Napravite “najprodavaniji proizvod” oznaku – ljudi često biraju upravo to.

# Modularnost i fleksibilnost

- elementi koji se lako premještaju
- pomične police, paneli s kukicama, sklopivi display stalci



# Multisenzorni detalji

- ugodna rasvjeta (topla svjetla umjesto hladnih neonki)
- blagi prirodni mirisi (ako je prikladno)
- različite teksture (drvo, tkanina, keramika)



# Vizualni identitet zadruga

- jedinstvena paleta boja
- dosljedan font
- logo na svim oznakama
- QR kod koji vodi na Instagram  
ili web



# Najčešće greške pri izlaganju

---

- ✘ Previše ili premalo proizvoda
- ✘ Previše dekoracije
- ✘ Premalo praznog prostora
- ✘ Nejasna priča

Vi idete na: čistoća + fokus + identitet.



Mín daginn þú  
Tas erk mig smátt yfir  
Tónk þarba löng þráð  
Sleu, foga sva þóba  
Ker sex vikanta,  
Yggi leng síg blögt  
Guð. þetta 3

Erna 2-4tlú  
\$28

Söfnun  
\$25

Þú 2-4tlú  
\$25

Þú 2-4tlú  
\$25

Þú 2-4tlú  
\$25

Þú 2-4tlú  
\$25

Þú 2-4tlú  
\$25

Þú 2-4tlú  
\$25

Þú 2-4tlú  
\$25



UZ GRADOM I PUSTIARIN

uz gradom i pustiarin

UZ PUSTIARIN I GRADOM







# Što je ključno za učeničke zadruge?

- autentičnost > savršenstvo
- priča > masovnost
- doživljaj > količina



# Najprodavaniji proizvodi u sredini

---

- ljudi prvo gledaju sredinu štanda

Tu stavite:

- najpopularnije proizvode
- proizvode s najboljom zaradom
- to povećava šansu da ih kupci odmah primijete

# Pravilo razine očiju

- proizvodi koji su u visini očiju prodaju se najviše
- na toj razini stavite:
- najljepše proizvode
- nove proizvode
- poklon pakete



# Piramidalni raspored

---

- proizvode složite u obliku piramide
- Primjer: vrh → jedan poseban proizvod
- sredina → nekoliko popularnih proizvoda
- baza → više komada
- takav raspored prirodno privlači pogled

# Manje je više

---

- ako je štand prepun, kupci se zbune
- bolje je: izložiti manje proizvoda
- ostale držati ispod stola
- štand tada izgleda urednije i profesionalnije



# Zvijezda štanda

- odaberite jedan proizvod kao glavnu atrakciju
- primjer natpisa:  
**NAJPRODAVANIJI PROIZVOD**
- često kupuju ono što je popularno



# Prostor za razgovor

- ostavite malo prostora na stolu kako bi kupci mogli:

- uzeti proizvod

- pogledati ga

- postaviti pitanja

To povećava vjerojatnost kupnje.

# Učenci kao promotori

-najbolji marketing je osoba na štandu

-učenici mogu:

-pozdraviti prolaznike

-objasniti kako je proizvod napravljen

-preporučiti najpopularnije proizvode

**Topla komunikacija često odlučuje hoće li netko kupiti.**

# HVALA

Vrijeme je za vaša  
pitanja

