

# Prezentacija proizvoda

(Odabir izložaka)

Snježana Hranić, mag. prim. educ.



Slika govori više  
nego tisuću riječi.

# Izložba predstavlja

-djelo funkcionalnog dizajna s ciljem obavljanja specifičnog zadatka – prezentiranja određene poruke

Koju poruku mi šaljemo?

# Učeničke zadruge

## Članak 39.

(1) Škola može osnovati učeničku zadrugu kao oblik izvannastavne aktivnosti sukladno statutu škole i posebnim propisima.

(2) Škola može stavljati u promet proizvode nastale kao rezultat rada učenika.

(3) Sredstva stečena prometom proizvoda i usluga učeničke zadruge posebno se evidentiraju, a mogu se uporabiti samo za rad učeničke zadruge i unapređenje odgojno-obrazovnog rada škole.

**(ZAKON O ODGOJU I OBRAZOVANJU U OSNOVNOJ I SREDNJOJ ŠKOLI)**

# Izložbom želimo

Izazvati emotivnu reakciju

Koju?

Zašto?





# Emocije



# Edukativne izložbe

Cilj:

vratiti posjetitelja u određeni  
vremenski trenutak

- uspješnost

**Važno:**

**uzeti u obzir glad za  
novim iskustvom,  
ali ne pretjerati**

Ljudi sakupljaju informacije pomoću: riječi, drugih osjetila, SLIKA...

Što je više osjetila uključeno, informacija će lakše i efikasnije biti zapamćena.

Da bi pobudili pažnju potrebno je upotrijebiti jake vizualne slike.

Djelujemo na osjetila



Da bismo  
pobudili  
pažnju

---

Predmete prikazati u kontekstu  
(poznati elementi kao osnova)

---

Upotrijebiti ostale osjetilne  
senzore (miris ruže)

---

Upotrijebiti vizualni jezik i u  
pisanom materijalu

---

Odabrati predmete koji izazivaju  
radoznalost



Tko je naš  
kupac i  
kakve su  
njegove  
navike?

Zablude!

Kupac će tražiti ono što treba

Ja znam što je dobro za vas/nju/njih

Pravi kupac će me naći

To su samo „šetači”

Sad ću vam pokazati što sve imamo –  
prezentacijska prodaja

Kako doprijeti  
do kupaca?

Izbor komunikacijskih kanala se  
povećao.

Svaki se komunikacijski kanal bori za  
svoj udio potrošača.

Pametni telefon kao komunikacijski  
kanal postaje sve važniji.

Kada šaljemo poruku, žudimo za  
trenutnim odazivom.

# Nove tehnologije utječu na kupovne navike

- Internetska kupovina danas predstavlja približno 8 % maloprodaje.
- Internetska kupovina u budućnosti neće zamijeniti tradicionalnu kupovinu, ali će sve više otežavati tijek maloprodaje i odlučivanje o kupovini, kakvu danas poznajemo.

Koje biste  
papirnat  
maramice  
odabrali?



# Za dobru prodaju važni su ljepota i funkcionalnost

---





# Bojama namamite kupce







Kako na  
webu dobro  
prezentirati i  
povećati  
prodaju?

Sve što vrijedi za  
pakiranje na običnoj  
polici, vrijedi i za  
virtualnu policu.

Na internetu je vizualna  
komunikacija sve.

Kako  
„pakirati”  
proizvod u  
web shop :

Uvijek oštra fotografija  
proizvoda



Fotografija koja govori:  
želim to



Više fotografija proizvoda  
iz više kuteva



Povećanje fotografije do  
sitnih detalja



Fotografija koja  
govori: želim to















# Light box

---

Kao za bočne strane i za vrh možete koristiti bijelu tkaninu ili papir.

---

Materijal tkanine ne smije biti sjajan.

---

Stražnja strana mora biti glatka i zakrivljena. Tako na slici možete stvoriti "beskrajan" dojam.

---

Treba vam puno svjetla da bi bilo savršeno.

---

Koristite jako i bijelo svjetlo, nemojte koristiti žuto svjetlo.

---









































Hvala na pažnji!