



Fot. BluePOS



Fot. POSperita



Fot. Ad Form

DISPLAY'E Z TEKSTURY

Stosunkowo tanie, szybkie w instalacji, łatwe w transporcie, ekologiczne a przy tym stwarzające ciekawe możliwości kreacji. Takie właśnie są displaye z tektury. Innowacyjne, coraz trwalsze materiały wydłużają żywotność produktu i otwierają przed producentami displayów zupełnie nowe horyzonty.

Dużo się zmieniło na przestrzeni ostatnich lat. Ewoluuje technologia druku, materiał staje się coraz lepszy pod względem jakości i wytrzymałości. - Jednym z trendów, które możemy zaobserwować na rynku display-ów z tektury jest odchodzenie od metody druku klasycznego, offsetowego i wykorzystywanie w zamian zalet dobrej jakości druku cyfrowego, tj. np. realizacja zleceń „od ręki” bez konieczności przygotowywania formy drukarskiej – mówi Ewa Studniarek, PR&Marketing Manager w firmie POSperita - W związku z tym, faza przygotowania druku trwa bardzo krótko, znacząco obniżając koszty druku, co ma szczególne znaczenie przy średnich i małych nakładach – podkreśla Ewa Studniarek. Wiele zmienia się także w kwestii samego surowca. Jak zauważa Sławomir Płonka, Project Group Manager z firmy Ad Form, branża idzie ku większej innowacyjności materiałów POS kartonowych oraz łączeniu elementów kartonu z innymi materiałami (metal, drewno, tworzywo). Klienci szukają rozwiązań wykonanych z tektury, które w formie są zbliżone do POS-ów trwałych. - Dziś dobry display to też taki, który może sprostać wszelkim założeniom wytrzymałościowym – mówi Ewa Studniarek - Ważny jest dobór

dobrej jakości tektury, czy kartonu z jakich wykonany jest POS. Dziś dysponujemy całą gamą produktów z tektury, niedostępnych przed laty tj. materiały powlekane, czy np. niezwykle wytrzymałe płyty o strukturze plastra miodu – wymienia Ewa Studniarek. Materiał POS z kartonu ze swej natury nie jest materiałem o dużej żywotności i trwałości. Producenci dokładają więc wszelkich starań, żeby był produktem łatwym w obsłudze i odpowiadał na potrzebę szybkiej zmiany materiałów wspierających sprzedaż. Jak mówi Grzegorz Rosa z firmy BluePOS, rynek displayów kartonowych rozwija się w kierunku prostych i szybko składanych konstrukcji, tak, aby ograniczyć do minimum czas przedstawicieli w miejscu sprzedaży. - Zauważamy też coraz częstszą tendencję na rynku do wykorzystywania tego typu display'a jako wsparcia do krótkich i częstych akcji marketingowych – mówi Grzegorz Rosa. Jak dodaje Dominik Osuch, Specjalista ds. PR firmy Willson&Brown, trendem jest dążenie do modułowości konstrukcji i takiego sposobu łączenia elementów, aby klient mógł składać je sam. Ułatwia to transport i znacznie obniża jego koszt.

Plus i minus

Materiały POS z tektury posiadają szereg atutów, przez co są jednymi z najpopularniejszych nośników wspierających sprzedaż na rynku. - Stojaki te są bardzo praktyczne, niezwykle szybkie do wykonania, bardzo lekkie i o dużych możliwościach przystosowania ich do różnych wymiarów i przestrzeni – mówi Marek Bachorski-Rudnicki z firmy Adsystem. Dla klienta, dla którego liczy się przede wszystkim cena, produkt z kartonu będzie na pewno najlepszą alternatywą. - Tylko displaye z tektury mają tę zaletę, że cena jednostkowa jest niska, a stosunek ceny displaya do ceny eksponowanego towaru korzystny – mówi Ewa Studniarek. Zadowolony będzie także klient, któremu zależy na czasie. - Czas realizacji produkcji i dostawy do klienta jest możliwy w kilka dni, co nie jest osiągalne przy POS permanentnych – mówi Grzegorz Rosa - POSy wykonywane z kartonu są doskonałym rozwiązaniem, wszędzie tam gdzie priorytetem jest czas i ekonomia – podkreśla. Kolejną zaletą jest oczywiście łatwość montażu i transportu, a po zakończonej kampanii także bezproblemowa i szybka utylizacja.

Ciężko wskazać wady materiałów POS z kartonu. „Wady” wynikają ze specyfiki i przeznaczenia tego produktu. - Oczywiście jest, że stojaki kartonowe nie należą do bardzo wytrzymałych produktów, ryzykowne jest np. eksponowanie na nich reklamy na zewnątrz pomieszczeń – tłumaczy Marek Bachorski-Rudnicki - Narażone na czynniki atmosferyczne nie sprawdzają się podczas takiej prezentacji. Słaba wytrzymałość stojaka jest również i jego zaletą ponieważ stojaki reklamowe i stojaki ekspozycyjne mają do spełnienia określoną misję przez określony czas (zazwyczaj niedługi, jest to czas aktualnej kampanii reklamowej, często do następnej zamawiane są już inne stojaki), a później stają się mało przydatne, więc firma zamawia inne (reklamujące nowy produkt, czy usługę) – wyjaśnia Marek Bachorski-Rudnicki. Producenci coraz lepiej radzą sobie z żywotnością produktu. Jak mówi Sławomir Płonka, jednym ze sposobów jest wykorzystanie izolacji dołu standu za pomocą tworzywa. - Obecnie wykorzystanie wysokiej jakości tektury oraz druku offsetowego uszlachetnionego różnymi materiałami powoduje, że materiały POS kartonowe są zdecydowanie trwalsze niż jeszcze kilka lat temu – podkreśla Sławomir Płonka.

Krótkodystansowy display

Jeśli klient szuka display'a na lata to na pewno POS z kartonu nie jest dobrym rozwiązaniem. Jak wyja-

śnia Dominik Osuch, POS-y kartonowe najczęściej są wykorzystywane w czasowych promocjach, ich żywotność trwa tyle, ile akcja promocyjna. Ponadto, wykorzystywane są w promowaniu produktów FMCG, w sklepach wielko powierzchniowych, czyli w sytuacjach, kiedy sam produkt nie wymaga prezentacji ekskluzywnej, stanowiącej niejako wartość dodaną do marki, a raczej ma funkcję promocyjno-informacyjną. Displaye kartonowe sprawdzają się przy wsparciu krótkich i szybkich akcji promocyjnych. Jak wyjaśnia Ewa Studniarek, displaye z tektury bardzo dobrze sprawdzają się w kampaniach ograniczonych czasowo trwających od tygodnia do nawet 3 miesięcy. Coraz lepiej radzą sobie także z ciężkim zatowarowaniem. - Obecne tektury takie jak np. plaster miodu, pozwalają wykonać konstrukcje, które przenoszą bardzo duże obciążenia – mówi Grzegorz Rosa - Dlatego display'e kartonowe idealnie sprawdzają się również przy ciężkich produktach, takich jak napoje, alkohole, środki chemiczne – wyjaśnia.

Kartonowy design?

Pokutuje opinia, że tektura nie jest ulubionym tworzywem projektantów, ponieważ mocno ogranicza możliwości kreacji. Coraz więcej ograniczeń technologicznych udaje się jednak pokonywać. - Trudnością jest uzyskiwanie obłych brył o zaokrą-

głych łączeniach poszczególnych elementów, jednak i to ograniczenie przy odpowiednio przygotowanej grafice nie jest trudne do przezwyciężenia – mówi Dominik Osuch. Pomocne są coraz bardziej elastyczne i innowacyjne surowce. - Wykorzystanie tektury, a także ostatnio modnego na zachodzie Europy tzw. plastra miodu daje nieograniczone możliwości designerskie. To materiały, dzięki którym można nadać dowolną formę – od mniejszych POS-ów po mega-konstrukcje – mówi Ewa Studniarek. Ciekawe efekty daje łączenie kartonu z innymi tworzywami. - Aby wyróżnić nasze display'e kartonowe coraz częściej łączymy karton z innymi materiałami takimi jak HIPS, PCV, oraz podświetlenia LED. Pozwala to na osiągnięcie zamierzonego celu, czyli zwiększenia uwagi na POS w sklepie i wzrost sprzedaży klienta – mówi Grzegorz Rosa. Klienci końcowi sukcesywnie przekonują się do wspierania sprzedaży materiałami POS z tektury. Przekonuje ich cena, a także przejście z produkcji display'ów masowych do spersonalizowanych. Dziś klient może zamówić kilkadziesiąt nośników, dedykowanych poszczególnym markom ze swojej grupy i nie dopłaca. Jest to zasługa maszyn cyfrowych nowej generacji. Jeśli dodamy do tego niezwykle rozwój surowców, wydaje się, że rynek produktów POS utrzyma dobrą koniunkturę.

Joanna Łęczycza

DISPLAY'E KARTONOWE, MATERIAŁY POS, OPAKOWANIA



TWÓJ SUKCES NASZA SATYSFAKCJA

UDS



UNIVERSAL
DISPLAY
SOLUTIONS

ul. Obywatelska 4
02-409 Warszawa
tel.: +48 22 533 52 10
fax: +48 22 533 52 11
office@uds.com.pl
www.uds.com.pl