

((rbprmoskau))

## ПРЕСС - ИНФОРМАЦИЯ

*retail branding* консультирует российских ритейлеров

### Поляризация между люксусом и дискаунтом

«На российский потребительский климат и, следовательно, на российскую розничную торговлю по-прежнему влияют западные санкции, но человек достаточно хорошо приспособился к этой ситуации», - говорит Барт Ойман, который много лет разрабатывает торговые концепции для компании *retail branding* в Амштеттене. «Особенно в Москве существует огромная поляризация между люксусом и дискаунтом», - добавляет генеральный директор Арндт Трейндл, также ведущий эксперт на российской торговой сцене.

Несмотря на то, что большая часть Москвы уже густонаселена огромными торговыми центрами (торговые улицы играют довольно второстепенную роль), инвестиции в новые проекты все еще осуществляются. Это часто многоканальные проекты, а так же поразительно высокий технологический стандарт нынешнего поколения магазинов. WiFi-оборудование и различные электронные инструменты - это само собой разумеющееся, в то время когда покупатель оплачивающий наличными, воспринимается как нечто экзотическое. Российские потребители реагируют на кризис с высокой ценовой чувствительностью. Пока роскошь все еще востребована, середина разрывается. Очень востребованы концепции дискаунтеров вплоть до жестких дискаунтеров. Результирующая ценовая конкуренция также формирует ландшафт магазинов в торговых центрах.

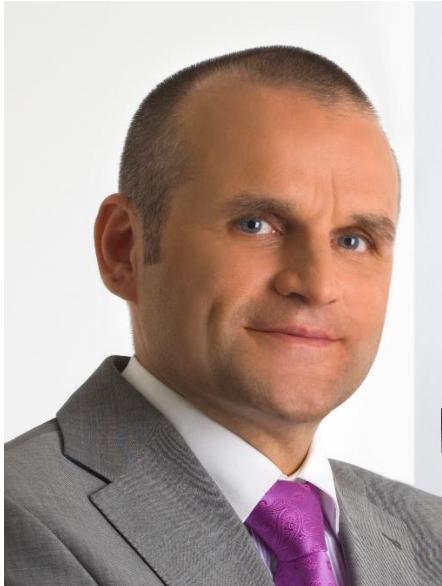
*retail branding* работает для российских ритейлеров и брендов уже много лет. Основное внимание уделяется дизайну и брендингу магазина до решений корпоративного дизайна. И самое важное: российские клиенты особенно ценят точное, ориентированное на практику планирование магазинов, часто связанное с подготовкой тендеров на необходимые сделки для реализации. Совсем недавно *retail branding* разработал проекты для текстильного дискаунтера Modis, компании Любимчик (корм для домашних животных) и для представителя многоканальности Korablik, где компания так же сопровождала реализацию. Гордостью компании являются различные магазины SPAR, которые первоклассно утверждают себя в концепциях, задающих тенденции в смертельной и беспощадной конкуренции. В настоящее время *retail branding* работает как в большой обувной сети, так и в косметической компании.

Основанная в 2006 году магистром Арндтом Трейндлем, компания *retail branding*, находящаяся в Амштеттене / Нижняя Австрия, считается ведущей в определении тенденций по разработке концепций розничной торговли. Многие клиенты также полагаются на обширный опыт *retail branding* в разработке целостного брендинга магазинов, в котором используются результаты современных исследований мозга

(нейромаркетинг). Нередко ассортиментная стратегия LIM («Меньше значит больше») играет важную роль в работе *retail branding*. Это идеальная основа для профессионального визуального мерчендайзинга.

В дополнение к успешной работе в немецко-говорящем регионе, *retail branding* также зарекомендовал себя в регионе ЦВЕ, особенно в России.

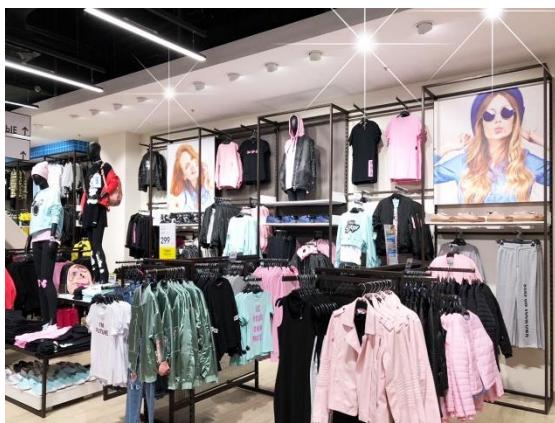
((Bildtexte:))



Барт Оойман и Арндт Трайндл считаются глубокими знатоками российской сцены розничной торговли.

((Modis - 5. Foto von Website:))





В разработке концепции московского дискаунтера моды MODIS *retail branding* разработкой дизайна и визуального мерчэндайзинга.

((Spar Middle Wolga - 4. Foto von Website:))







Не в последнюю очередь благодаря гармоничному дизайну, разработанному *retail branding*, супермаркеты Spar уверенно утверждают себя на рынке.

Амштеттен, 21.02.2019

Ответственный за содержание: reinhard.peneder@retailbranding.at (+43 664 1821060),  
PR-ответственный retail branding GmbH, A-3300 Amstetten, Preinsbacher Straße 5, +43  
7472 23377-0, [www.retailbranding.at](http://www.retailbranding.at), [office@retailbranding.at](mailto:office@retailbranding.at). Материал по запросу или  
по линку: [www.retailbranding.at/Referenzen](http://www.retailbranding.at/Referenzen).