

((rbprmoskau))

## ПРЕСС - ИНФОРМАЦИЯ

*retail branding* консультирует российских ритейлеров

### **Поляризация между люксом 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 Оойман, который много лет разрабатывает торговые концепции для компании *retail branding* в Амштеттене. «Особенно в Москве существует огромная поляризация между люксом и дискаунтом», - добавляет генеральный директор Арндт Трейндел, также введущий 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.

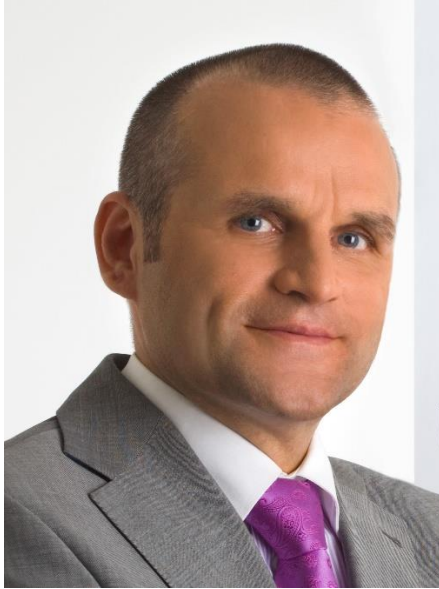
*retail branding* работает для российских ритейлеров и брендов уже много лет. Основное внимание уделяется дизайну и брендингу магазина до решений корпоративного дизайна. И самое важное: российские клиенты особенно ценят точное, ориентированное на практику планирование магазинов, часто связанное с подготовкой 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 Трейнделем, 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 Ойман 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 мерчандайзинга.

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

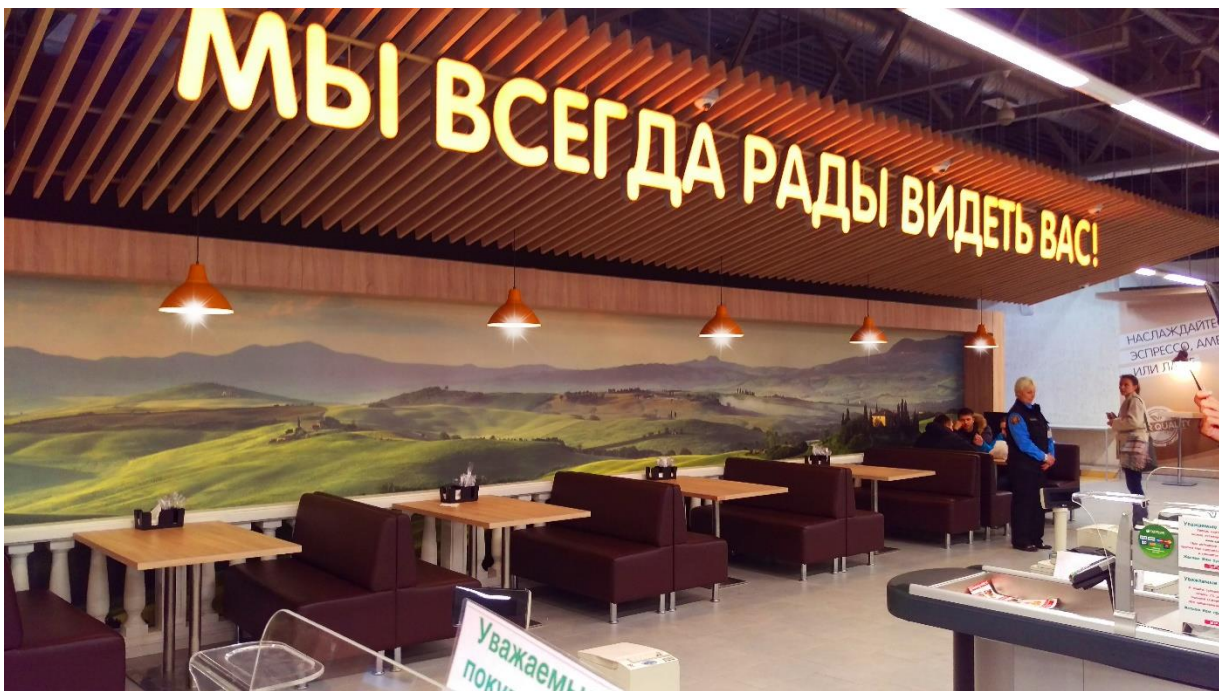












Не в последнюю очередь благодаря гармоничному дизайну, разработанному *retail branding*, супермаркеты Spar уверенно утверждают себя на рынке.

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).