

Přílohy

Příloha č. 1: Rozdělení tradičních POP/POS nosičů (obrázek)

DĚLENÍ TRADIČNÍCH POP/POS NOSIČŮ

ROZDĚLENÍ DLE FUNKCE

PREZentační
imageové

Prodejní

ROZDĚLENÍ DLE TYPU

Podlahové
stojany, poutače, paletové ostrovy a dekorace, modely výrobků, podesty, promostolky, podlahová grafika, shop in shop atp.

Regálové
nadregálové a regálové dekorace a poutače, děliče, info listy, zahušťovače, vymezozače, traye, prezentéry, držáky vzorků, podavače, wobblery, toppery, stoppery, portály a přemostění, parazitní a cross category druhotné regálové displye atp.

K pokladnám
stojáky a dispensery, mincovníky, držáky letáků, poutače, grafika na pokladních pásech, oddělovače nákupů atp.

Nástěnné
displye a poutače nástěnné a závěsné, poster rámy, světelné reklamy, vlajky atp.

Výlohové
polepy výloh, rámy na plakáty, modely a poutače, výlohové stojany a displye atp.

Ostatní
dekorace vstupních bran a turniketů, reklama na nákupních košících a vozících, slunečníky, ohraničení ploch, nafukovačla, okenní grafika, tradiční POP/média s digitálními a interaktivními prvky atp.

ROZDĚLENÍ DLE MÍSTA NASAZENÍ

OUTDOOR – venkovní

INDOOR – vnitřní

- IN-STORE**
(na prodejních plochách prodejen a provozoven služeb)

- OSTATNÍ**
(v prostředí pohostinských zařízení, sportovišť, turistických center, nádraží a pod.)

**POP
POS**

ROZDĚLENÍ DLE ÚČELU

CELKOVÝ KONCEPT / DESIGN PRODEJNÍCH MÍST

POJETÍ PRODUKTOVÝCH KATEGORIÍ

SOLITERNÍ MÉDIA PRO PRODUKTY A ZNAČKY

ROZDĚLENÍ DLE DOBY NASAZENÍ

KRÁTKODOBÉ
dočasné, do 2 měsíců

STŘEDNĚDOBÉ
semi-permanentní, 2–12 měsíců

DLOUHODOBÉ
permanentní, nad 12 měsíců

Zdroj: JESENSKÝ, Daniel a Daniela KROFIÁNOVÁ. Mapa marketingových komunikací.

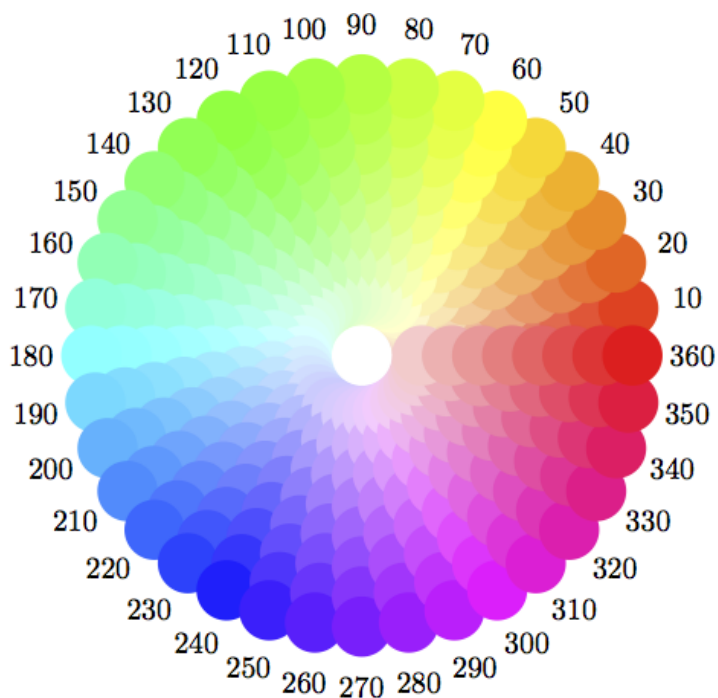
PSYCHOLOGIE BAREV V DESIGNU





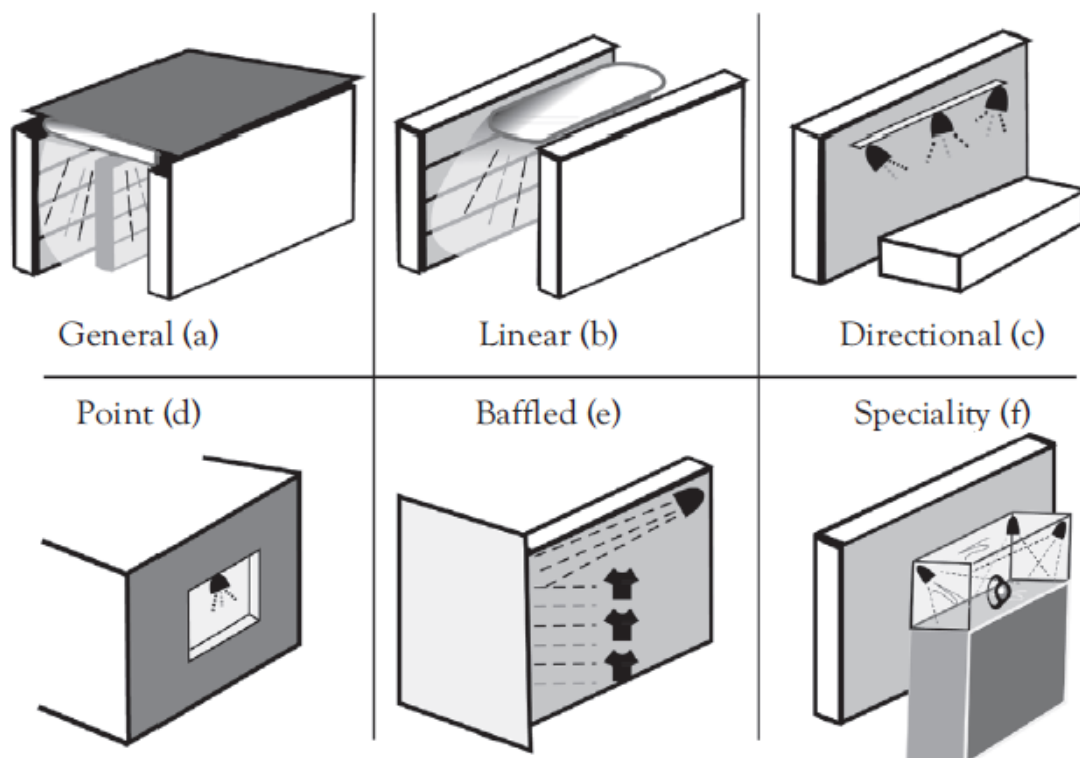
Zdroj: <http://newsletter.expretlac.sk/psychologie-barev.png>

Příloha č. 3: Model HSV barevného kola (obrázek)



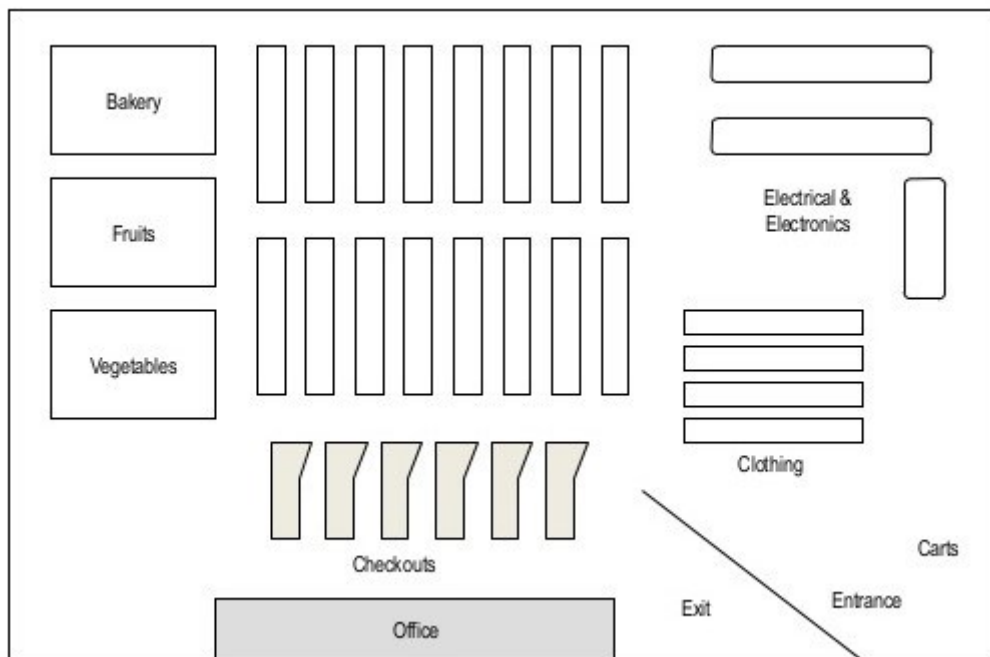
Zdroj: <https://i.stack.imgur.com/BfTXY.png>

Příloha č. 4: Různé styly nasvícení (obrázek)



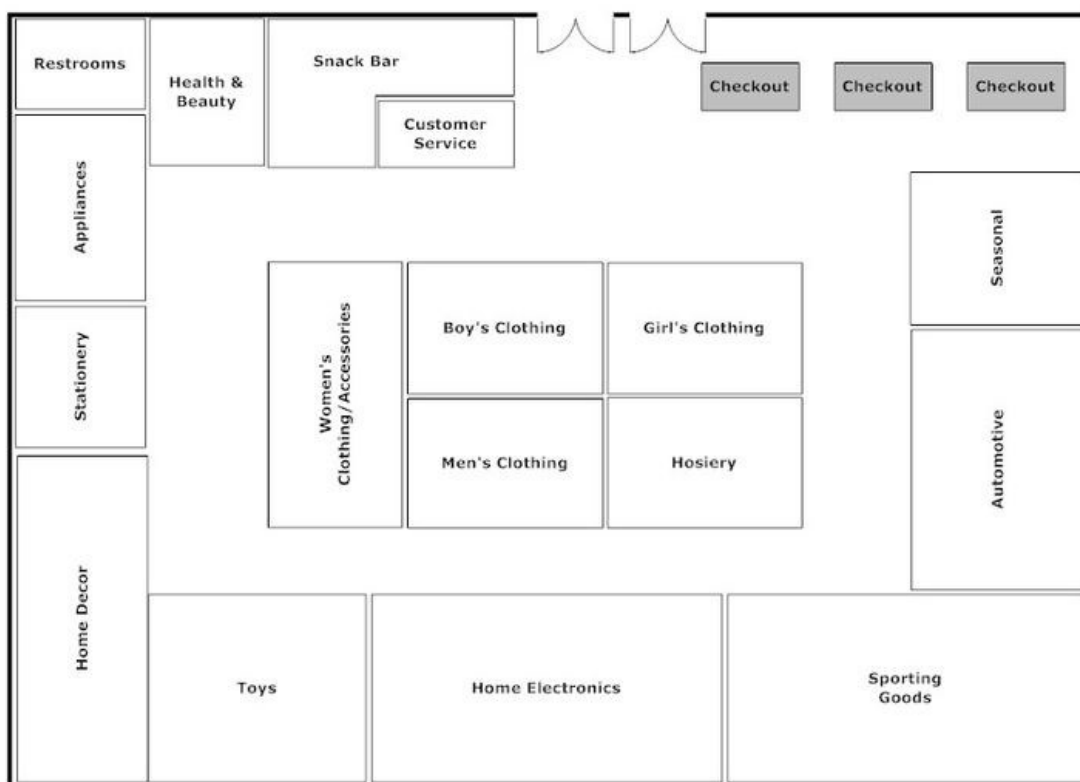
Zdroj: EBSTER, Claus a Marion GARAUS. *Store design and visual merchandising: creating store space that encourages buying*. s. 139

Příloha č. 5: Rastrové uspořádání místa prodeje (obrázek)



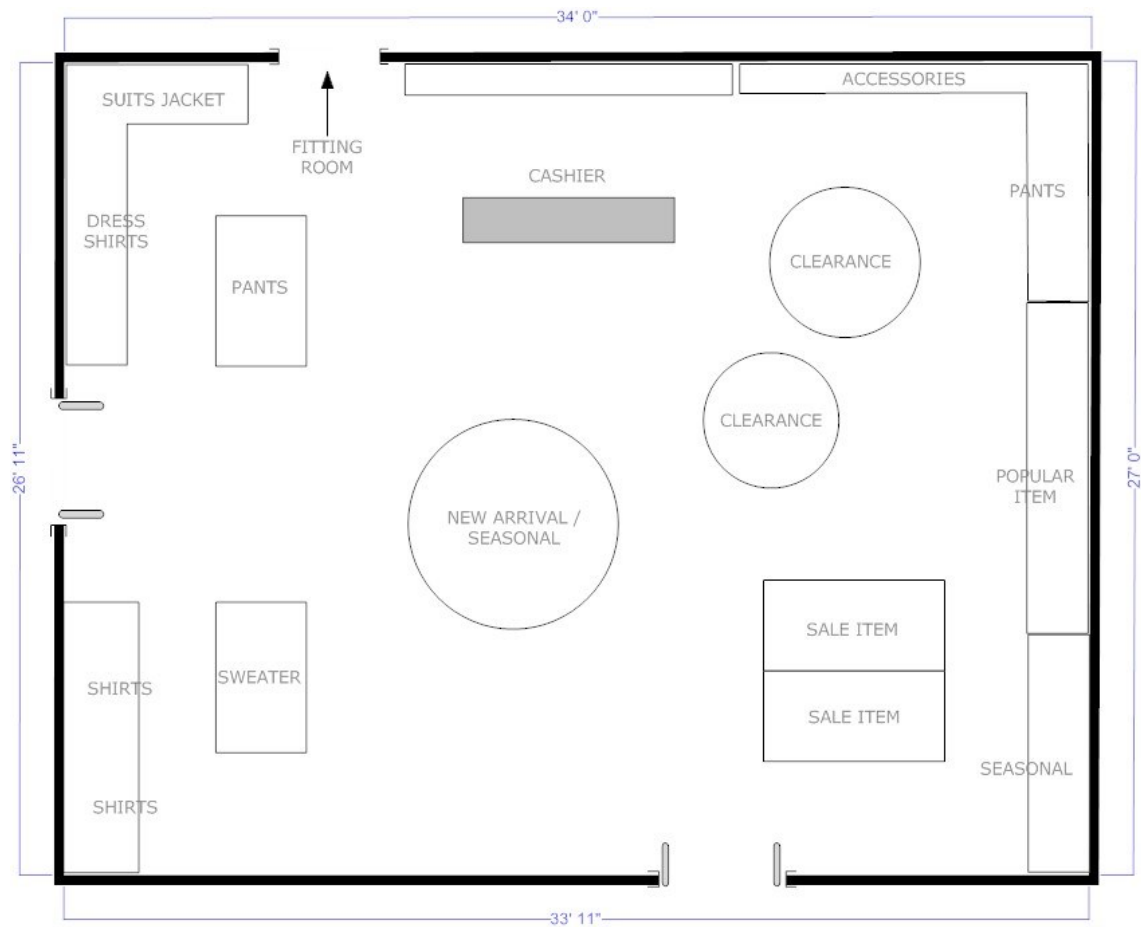
Zdroj: <https://goo.gl/Vuw17l>

Příloha č. 6: Smyčkovité uspořádání místa prodeje (obrázek)



Zdroj: <https://goo.gl/cfY4oM>

Příloha č. 7: Volné uspořádání místa prodeje (obrázek)



Zdroj: <https://goo.gl/dk13QI>

Příloha č. 8: Prodejní kanály v retailu (obrázek)



Zdroj: <https://mimeographs.files.wordpress.com/2013/07/omni-channel-diagram-640x206.jpg>

Příloha č. 9: Matice interní komunikace iSmoke.cz (tabulka)

Kanál	Komu	Důležitost kanálu	Účel kanálu	Měření kanálu	Periodicita kanálu	Podíl kanálu
iSmoke.cz	Určeno kterým zaměstnancům?	Priorita - 1 až 5 (1 – nejvyšší, 5 – nejnižší)	Informace, Vysvětlení, Zábava, Interakce/Dialog	Úroveň měření 1 až 5 (1 – nejvyšší, 5 – nejnižší)	Jak často skrz kanál komunikujeme	Reálná viditelnost v %
Asana	Všem	1	Info, Vys, Dialog	1	denně	100%
Facebook chat	CEO + Obchod	1	Info, Vys, Zábava Dialog	4	denně	90%
Facebook skupina	Všem	3	Info, Vys, Zábava Dialog	5	denně	60%
Email	Všem	3	Info	2	1x/týden	50%
WhatsApp	Všem	4	Info, Dialog	4	1x/týden	30%
Telefonní hovor	Všem	1	Info, Vys Interakce	3	denně	60%
Teambuilding	Všem	2	Zábava Interakce	5	1x/měsíc	100%
Osobní schůzky	Všem	2	Info, Vys, Zábava Dialog	2	1x/měsíc	80%
Schůze managementu	Management	2	Info, Vys, Zábava Dialog	1	1x/2 měsíce	90%
Hromadné setkání všech zaměst.	Všichni	1	Info, Vys, Zábava Dialog	3	1x/6 měsíců	100%

Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 10: Komunikace soutěže na profilu iSmoke.cz (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 11: Komunikace soutěže v dýmkařské komunitě (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 12: Komunikace soutěže na webu iSmoke.cz (obrázek)

**SOUTĚŽ O ART HOOKAH
A DALŠÍ HODNOTNÉ CENY**

PRO VÍCE INFO **KLIKNI SEM**



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 13: Vnější vzhled prodejny iSmoke Store – polep se značkami (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 14: Vnější vzhled prodejny iSmoke Store – dibondové značení (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 15: Vnější vzhled prodejny iSmoke Store (obrázek)



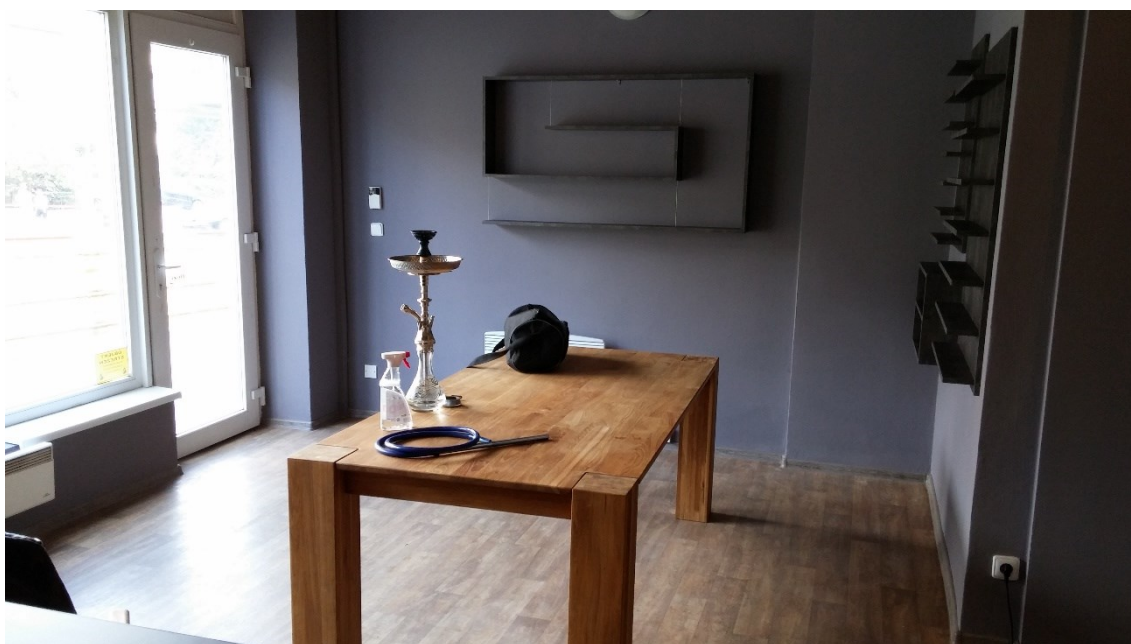
Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 16: Monochromatická kompozice v iSmoke Store (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 17: Harmonická kompozice v iSmoke Store (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 18: Žluté zářivky na zdech (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 19: Bílé zářivky zavěšené na konstrukci (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 20: Středový stůl (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 21: Podélná lavice (obrázek)



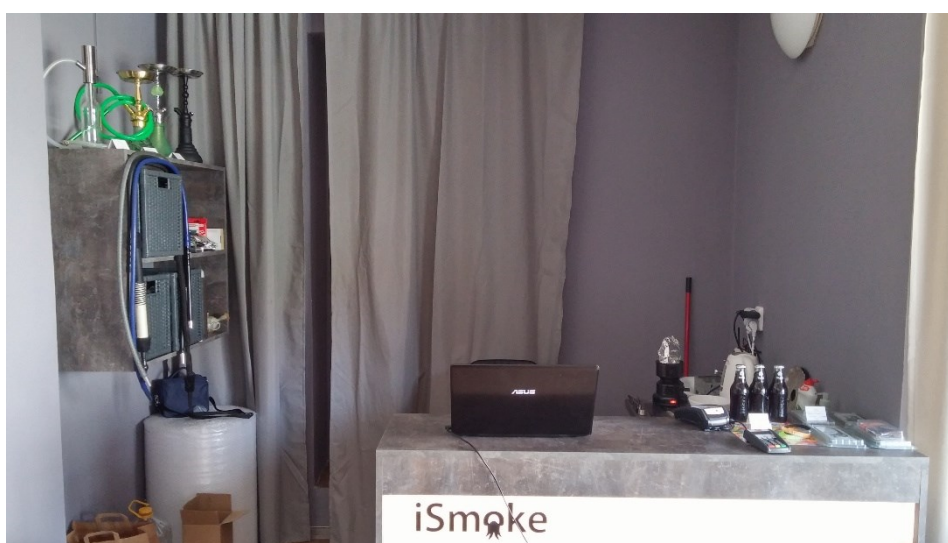
Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 22: Konzumní zóna (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 23: Zóna pro zaměstnance (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 24: POP médium ve formě vánočního stromku (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 25: POP médium OmniWorks (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 26: Produktová kategorie uhlí (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 27: Produktová kategorie korunek (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 28 a 29: Produktová kategorie tabáků (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 32 a 33: Produktová kategorie gelů (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 34: Stávající komunikace v oblasti kasy (obrázek)



Zdroj: Archiv autora

Příloha č. 35: Dřívější komunikace v oblasti kasy (obrázek)



Zdroj: Archiv autora