

Problematyka mebla indywidualnego dla sieciowej marki retailowej w kontekście systemowych rozwiązań projektowych.

Streszczenie

2019

Zagadnienie mebla indywidualnego dla sieciowej marki retailowej rozpatrywane w kontekście systemowych rozwiązań projektowych jest złożone z uwagi na swoją wielowątkowość oraz podatność na refleksy natury wykraczającej poza meritum: ekonomiczno-społeczne, globalnych przemian i lokalnych implementacji w obliczu wzrastającej roli designu i rozwoju technologii.

Celem pracy jest wskazanie kluczowych aspektów, składających się na wielopłaszczyznowy model analityczny, umożliwiający odniesienie do przyjętej tezy: *każdy mebel w projektach dla sieciowych marek retailowych jest zawsze elementem podlegającym zdefiniowanej systemowości, niezależnie od możliwej, zindywidualizowanej formy. W kontekście organizacji przestrzeni komercyjnej, możemy mówić o projekcie indywidualnym i systemowym zarazem, rozpatrywać systemowość jako indywidualizację w wybranym pryzmacie i na odwrót.*

Uporządkowanie treści i zawarcie w zaproponowanej strukturze rozprawy oparte zostało o wieloletnie doświadczenie Autorki w realizacji projektów dla marek retailowych, zarówno w obszarze wizerunkowym, jak i międzynarodowego rozwoju sieci. Umożliwiło to niezbędną systematyzację i unifikację menadżerskiego obszaru know-how oraz działań twórczych.

Uwerturą do kompleksowej analizy jest rozdział „Teoria w praktyce, praktyka w teorii”, będący odniesieniem do zakresu wstępnej fazy projektowej, opartej na szeroko pojętej werbalnej oraz pozawerbalnej komunikacji, rzetelnej analizie ekstrahującej bilateralne porozumienie w zakresie potrzeb projektowych, zakończonej opcjonalnymi formami prezentacyjnymi.

„Konstrukcja „Systemu systemów [S2]” - meta poziom ujęcia systemowości” zawiera opis modelu metodologicznego [S2] - systemowo porządkującego kwestie kluczowe oraz wątki poboczne etapu twórczego. Pierwszy wymiar analizy rezonuje z zagadnieniem tematu pracy w kontekście ekonomiczno-gospodarczym, nastrojów społecznych i lokalnych wartości będących rozpoznaniem potrzeb, pozostając na poziomie refleksji - bez wpływu na formę. Drugi natomiast, szczegółowo strukturyzuje przestrzeń komercyjno-użytkową w kontekście potencjału stylistycznego, jak również złożoności definiowanej funkcją, produktem oraz budżetem.

Ilustracją do wskazanych zagadnień jest wdrożony projekt wizerunkowy, zrealizowany dla polskiej marki sieciowej o międzynarodowym zasięgu. Przykład ten jest szkieletem strukturalnym rozdziału w odniesieniu do wyżej wspomnianych wymiarów analizy oraz

znaczenia indywidualizacji versus systemowości w kontekście sklepu jako globalnej i ergonomicznej organizacji sprzedażowej, poszczególnych jego stref pozostających w ustanowionych relacjach przestrzennych, mebli jako nośników przypisanych funkcji w odniesieniu do produktu, jak również dedykowanych detali i elementów wspierających ekspozycję, komunikację oraz przekaz marketingowy.

W odniesieniu do poruszanej problematyki prezentowane są również wnioski merytoryczne, wykraczające poza przestrzeń handlową, odnoszone do problematyki rozprawy w kontekście Księgi Standardów Marki [Manual], możliwości optymalizacji projektowej z wykorzystaniem innowacyjnej aplikacji 3D (implementującej algorytmy sztucznej inteligencji) oraz zagadnienia własności intelektualnej.

Rozdział „Konstrukcja „Systemu systemów [S2]” - meta poziom ujęcia systemowości” stał się pomostem pomiędzy obszarem analityczno-badawczym pracy pisemnej oraz etapem twórczym - osobistej interpretacji formy przestrzennej, zawartej w części zatytułowanej: „Nenufar indywidualny, nenufar systemowy”. Rozdział ujawnia osobiste doświadczenia w poszukiwaniu własnej, twórczej tożsamości, bionicznie odwołującej się do natury – pierwotnego i podstawowego źródła znaczeń. Finałem szeroko opisanych inspiracji jest projekt mebla ekspozycyjnego – Nenufara, autorskiej formy, której treść - choć oderwana od zdefiniowanych, systemowych założeń - nie jest pozbawiona swoistego DNA - „wdrukowanego” wymiaru komercyjnego. zilustrowana została strukturą [S2], szkicami, przykładową kartą Manuala oraz wizualizacjami potencjalnej implementacji użytkowej.

Swoboda pretekstu projektowego oraz finalnie – systemowa analiza potencjału formy Nenufara potwierdza wcześniejszą intuicję, zmierzającą w stronę dualizmu znaczeniowego i formalnego dla mebla stanowiącego indywidualny motyw przewodni, posiadającego jednocześnie określoną - systemową klasyfikację w złożonej wielopłaszczyznowej strukturze sklepu.

Atrybuty fizyczności projektu są jedynie konsekwencją potrzeb i powodów (dla których powstają) oraz wizji projektowej. Stanowią „makiety” ujęcie poruszanych wątków dla „generatywnego” systemu analizy, opartej na zmiennej charakterystyki retailowego ekosystemu oraz zadanych w „czasie rzeczywistym” priorytetów poszukiwanych rozstrzygnięć „teraz” na „pytania jutra”.

Donata Olejnik - Celebste