

היא צריכה להיות מופנית לבגד, ולהיות מופעלת 24 שעות ביממה. **קווים וקומפוזיציה** — תצוגת הקווים היא שתכריע אם התצוגה בחלון היא יעילה. הקווים (תנוחת בוכות-התצוגה) מעבירים מסרים שר-ניס: קו מאונך מעניק גובה, וחזק. קו מאוזן נותן רוחב, אלגנטיות, שלוה, נינוחות. קו עגול נותן רך ואצילות. קו אלכסוני מסמל כוח ותנועה.

כמו עיתונים המדפיסים את החדר שות הטריות בעמוד הראשון, כך גם הלון-הראווה צריך להציג מוצרים חדשים ומעניינים שימשכו את העין. ליצירת תצוגה מושכת ישנן כמה תחבולות: **צבע** — האטרקציה הגדולה. הרבר הראשון שכולט לעין. ישנם צבעים הגורמים למתבונן להרגיש בחום. ישנם כאלו הגורמים לתחושה

חלון לראווה

הקומפוזיציה תלויה בצבעים, קווים ואיזון בין כל היסודות המוצגים בחלון. **הומור** — ג'קט-ערב אלגנטי בתוך ספת נעלי-ספורט יעלו חיוך על-פני הלקוח הפוטנציאלי, ומצבירוח טוב עשוי תמיד להשפיע על המכירה. **בוכות** — בוכות-התצוגה מתפי-קרת כמוכרת שקטה. היא תעמוד

של קור, ריחוק ומצבירוח קורר. כמובן שכל אחד מגיב לצבעים בצורה שונה. לא ניתן להשביע את רצון כולם; אך בכל זאת אפשר להשביע את רצון הרוב על-ידי שימוש נכון בצבעים. **תאורה** — צבע הוא הסר-משמעות, כשהוא לא מלווה בתאורה הנכונה. התאורה מבליטה את המוצר.



גב עשמה

זה לא זה חלון-ראווה צריך לקדם את מוצרי-החנות. זה נחמד לקשט את החלון בעציצים, אבל לא על חשבון קומפוזיציה נכונה. בקושי רואים כאן את הבגד, הבובה מיוש-נת, וחנות כמו „פולגת“ בהחלט יכולה להרשות לעצ-מה חלון יפה יותר, שיעוצב בידי אנשי-מיקצוע.

לחלון-הראווה של חנות יש כוח-השפעה אדיר על העוברים ושבים שברחוב. החלון משמש לא רק כלי-מכירה, אלא מבטא גם את תוכן וזהות החנות. האם לחנות יש אופי מקורי? מעניין? טעם טוב? נטיה

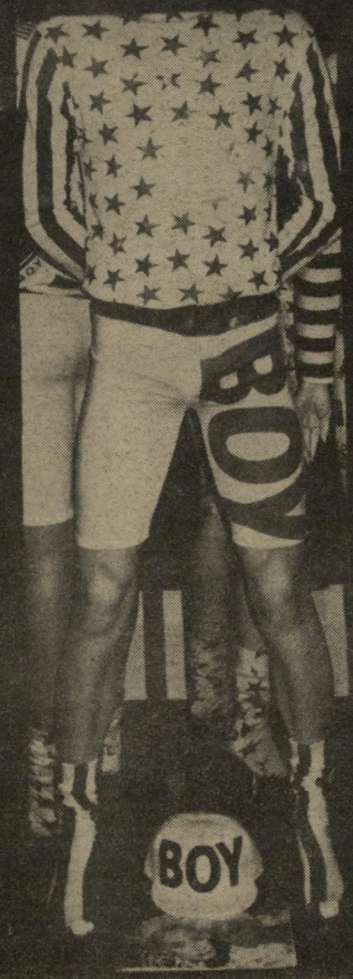


לפיקנטיות או לפרובוקטיביות? האם החנות ירדונית? שמרנית? החלון משרר לצרכן את התשובות. לחלון-ראווה יש בין שלוש עד שמונה שניות כדי למשוך תשומת-לב וליצור רצון לקנות. אנשים מסתכלים על בגד כחלון ואומרים לעצמם: „אם הבוכה בחלון נראית כל-כך יפה, מדוע שאני לא אראה כמותה?“ ישנם שני סוגים של חלונות-ראווה. חלון סגור, אשר מחיצה מפרידה בינו לבין החנות. ואו יתרכז העובר ברחוב רק במה שיראה בחלון. והחלון הפתוח שדרכו ניתן לראות את הנעשה בחנות. קומפוזיציה של ניגודים יוצרת תחרות על תשומת-ליבם של הצרכנים.



יותר טוב חלון באווירת אקשן ותנועה. הקומפוזיציה תוכננה בקפדנות. שימוש בבוכות אבסטרקטיות, מפוס-לות, נותן תחושה עכשווית. עיצוב חלון-הראווה: גידי לוי, עבור „גולף“.

SOLD OUT
BOY SALE ON NOW.



אצווין! החלון מצליח גם להעביר את אופי החנות — בגדים לצעי-ריס ברוחם — וגם ליצור מראה המושך את העין. השלט, המורה על מכירה, אינו גורע מהאסתטיקה של החלון. „בוי“ בלונדון.