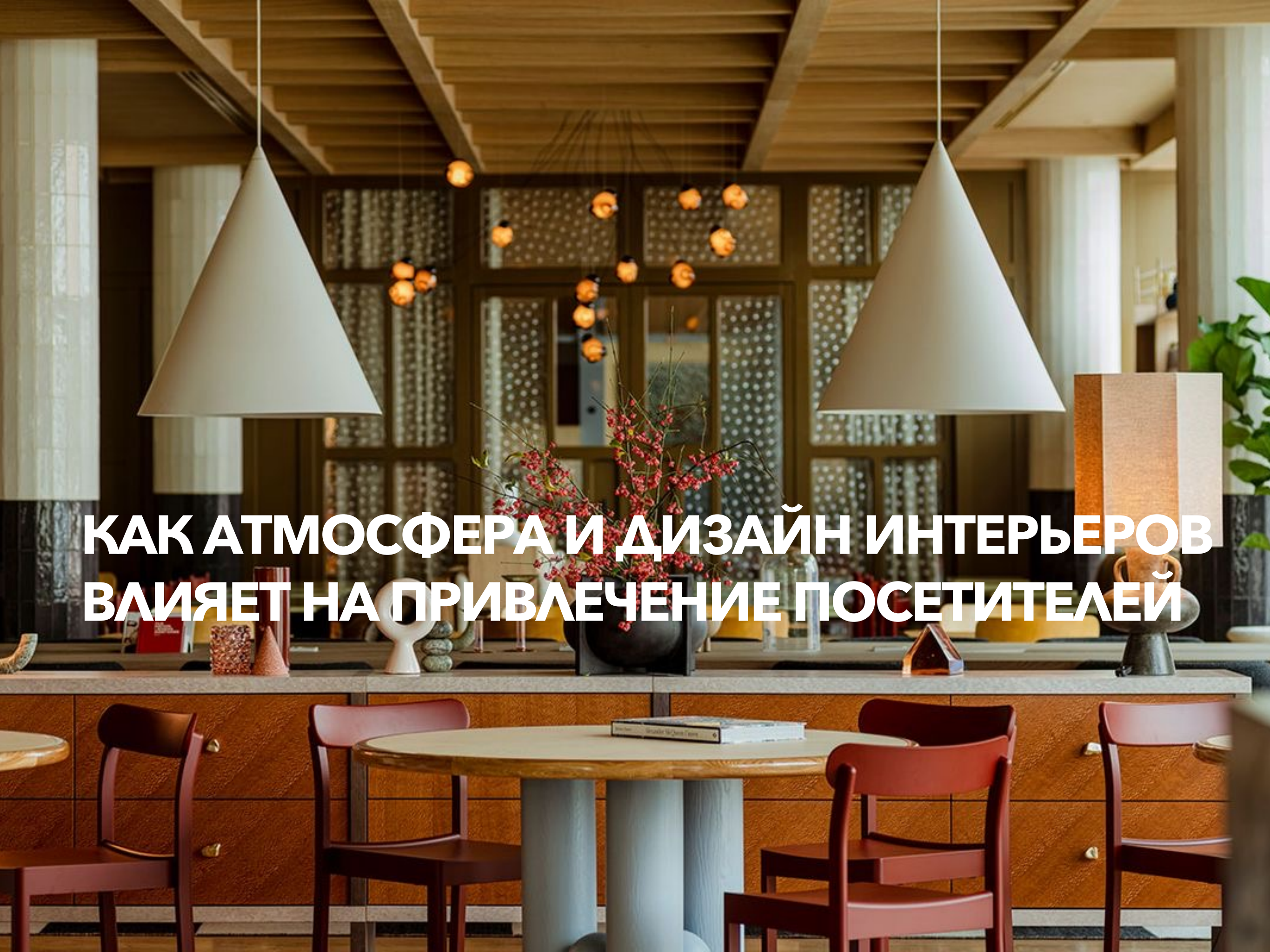




КАК АТМОСФЕРА И ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРОВ ВЛИЯЕТ НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ



Добрый день, меня зовут Анна Лазарь. Я практикующий дизайнер общественных и жилых пространств. Выпускница INTERNATIONAL DESIGN SCHOOL, основатель творческой мастерской ANNA LAZAR STUDIO.

Добро пожаловать в мир дизайна интерьера, где каждая деталь играет важную роль в создании уникальной атмосферы как в общественных, так и жилых пространствах.

Дизайн интерьера – это не просто искусство украшения; это искусство формирования эмоционального и функционального опыта, который влияет на нас повседневно.

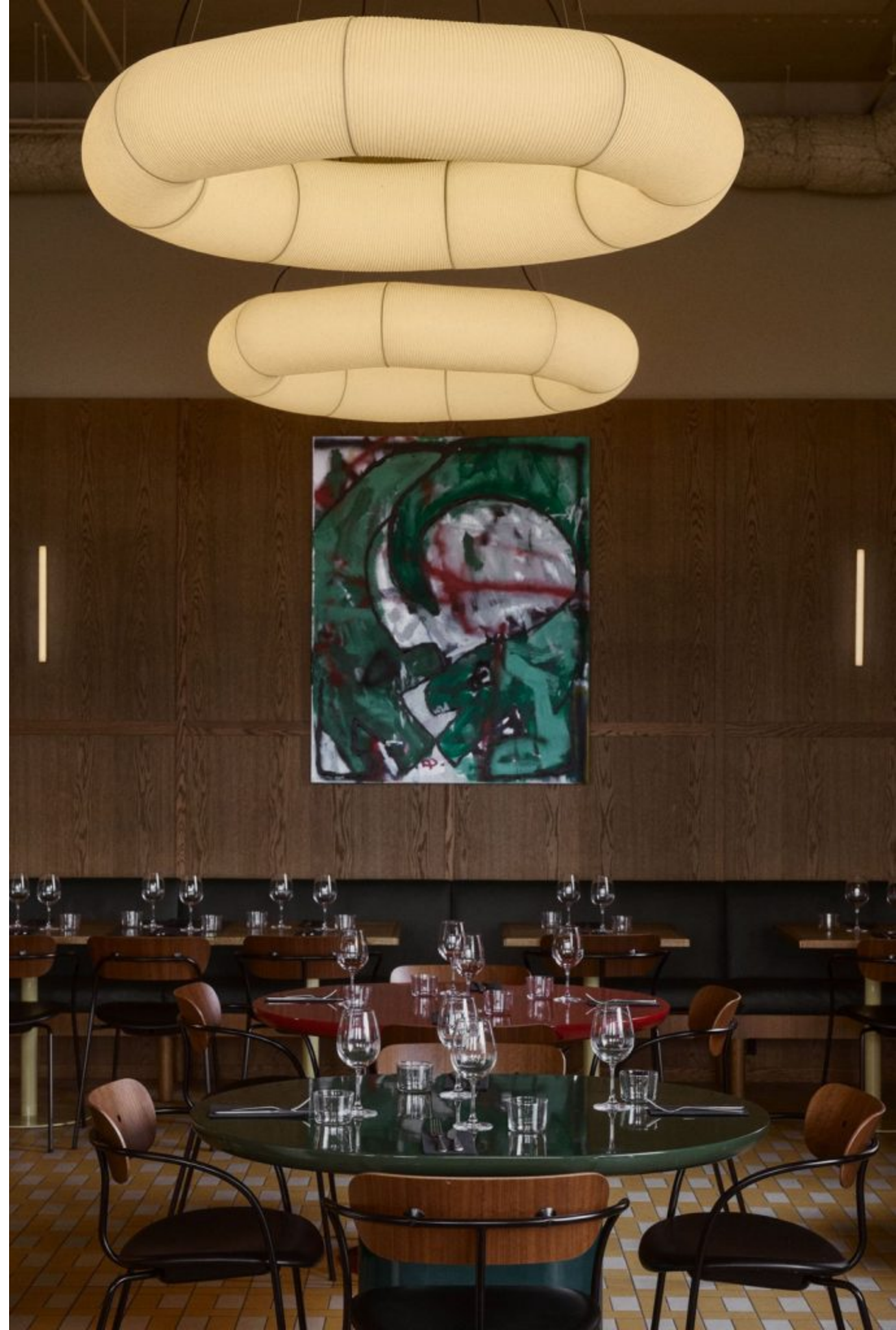
Дизайн общественных пространств, известных как "третье место", играет важную роль в формировании социальных взаимодействий и создании комфортной атмосферы вне дома и работы.

Итак, для начала перейдем к обсуждению концепции «Третьего места»...



КОНЦЕПЦИЯ «ТРЕТЬЕ МЕСТО»

Пиццерия Pikku Napoli, Helsinki





Суть концепции третьего места заключается в создании общественных пространств, которые служат важным дополнением к домашней и рабочей среде, где люди могут собираться, общаться и строить социальные связи. Эта концепция, разработанная социологом Рэйм Ольденбургом, акцентирует внимание на значении неформальных общественных пространств в жизни общества.

Такие места способствуют улучшению качества жизни, культурному обмену и экономическому развитию, а также помогают людям находить поддержку и общение в формате, отличном от официальных и домашних рамок.

Дизайн третьего места

Дизайн третьего места имеет решающее значение, для создания атмосферы способствующей общению и взаимодействию. Важно создать инклюзивную среду, где каждый независимо от возраста, социального статуса чувствует себя желанным.

Главный приоритет - создание комфортной атмосферы, которая побуждает людей остаться и общаться.

В условиях современности, где множество людей ищут возможности для общения и связи, третьи места становятся неотъемлемой частью городской среды.



**НАСТОЯЩИЙ ДИЗАЙН -
ЗНАЕТ НЕ ТОЛЬКО ЭМОЦИИ,
НО И СИСТЕМЫ ЧУВСТВ**

Ресторан Somewhere, Abu Dhabi





Итак...что же такое настоящий дизайн и почему дизайн знает не только эмоции, но и основные системы чувств, что же это такое сейчас разберём.

Настоящий дизайн действительно выходит за рамки простого создания визуально привлекательных объектов или пространств; он основывается на глубоком понимании эмоций и систем чувств человека. Он не просто привлекает внимание; он обогащает наш опыт, взаимодействуя с нашими ощущениями на разных уровнях.

Пол Эдвард Экман, известный психолог и исследователь эмоций, разработал теорию шести базовых чувств, которые считаются универсальными и присутствуют у людей независимо от культурных различий. Эти эмоции – счастье, печаль, страх, гнев, удивление и отвращение – формируют основу нашего эмоционального опыта и служат важными индикаторами нашего психоэмоционального состояния.

Эти шесть базовых чувств, согласно Экману, не только универсальны, но и играют ключевую роль в нашем взаимодействии с окружающим миром. Они формируют основу для более сложных эмоций, которые могут варьироваться в зависимости от личного опыта и культурного контекста.

Связывание шести базовых эмоций, разработанных Полом Экманом, с восприятием заведений позволяет глубже понять, как эмоциональная реакция на атмосферу, обслуживание и еду может влиять на общее впечатление посетителей. Рассмотрим, как каждая из этих эмоций может проявляться в контексте кафе или ресторана.

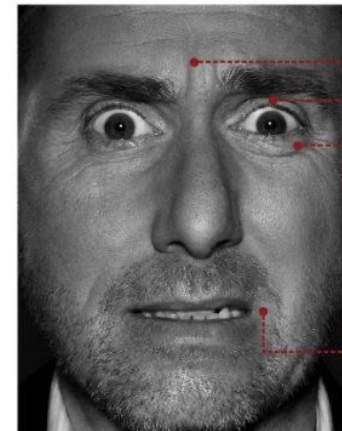
ДИЗАЙН И ЭМОЦИИ



В 1970 году психолог Поль Экман разработал теорию 6 базовых чувств.

В 2009 году вошел в список сети самых влиятельных людей планеты.

(Сериал Lie to me (Теории Ажи) с Тимом Рот в главной роли)



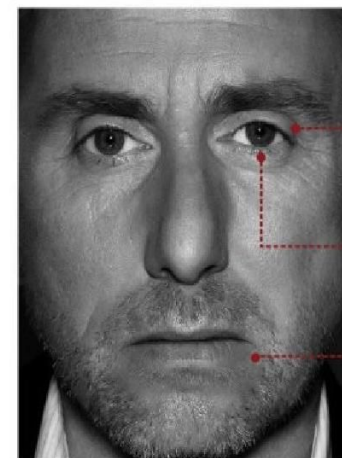
Страх

- 1 Брови приподняты и вытянуты
- 2 Верхние веки приподняты
- 3 Нижние веки напряжены
- 4 Губы немного вытянуты



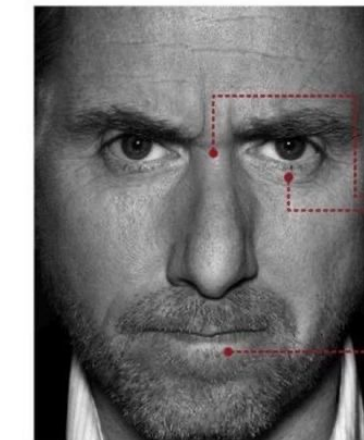
Презрение

- 1 Приподнятый уголок рта с одной стороны



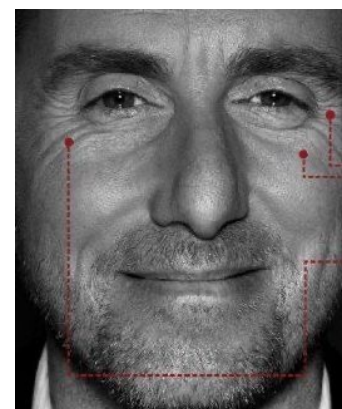
Печаль

- 1 Верхние веки слегка опущены
- 2 Рассеянный взгляд
- 3 Уголки рта слегка опущены



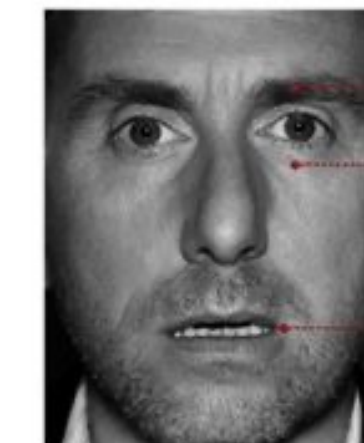
Гнев

- 1 Брови опущены и сведены вместе
- 2 Блеск в глазах
- 3 Рот закрыт, губы сжаты



Счастье

- 1 Небольшие морщинки в уголках около глаз
- 2 Щёки приподняты
- 3 Задействованы мышцы вокруг глаз



Удивление

- 1 Брови приподняты
- 2 Глаза широко раскрыты
- 3 Рот приоткрыт



В 2009 году Пол Экман действительно был признан одним из самых влиятельных людей мира по версии журнала "TIME". Он известен своими исследованиями в области эмоций и их выражения. Экман также стал популярным благодаря своей работе в психологии и криминологии, а его исследования легли в основу многих аспектов психологии и даже киноиндустрии.

Счастье. Эта эмоция может быть вызвана несколькими факторами: приветливым обслуживанием, уютной атмосферой и вкусной едой. Когда посетители входят в заведение, они ожидают позитивного опыта и получают его.

Печаль. В контексте заведения печаль может возникнуть в случае разочарования – например, если еда не соответствует ожиданиям или если атмосфера кажется угнетающей. Посетители могут чувствовать себя подавленными, если их любимое блюдо отсутствует в меню или если они пришли отпраздновать важное событие, но атмосфера не соответствует случаю.

Страх. Страх может проявляться в заведении, когда посетители сталкиваются с незнакомой кухней или сомневаются в качестве продуктов. Например, если меню содержит экзотические блюда, некоторые гости могут испытывать опасения по поводу вкуса или даже аллергии.

Гнев. Это чувство может возникнуть из-за плохого обслуживания, долгого ожидания или ошибок в заказе, неудобной посадки и прочее.

Удивление. Эмоция удивления может быть вызвана неожиданными элементами, такими как уникальное оформление блюд, необычные сочетания вкусов или сюрпризы от шеф-повара.

Отвращение. Эта эмоция может возникнуть, если еда выглядит непривлекательно или если заведение не соблюдает стандарты чистоты. Неприятные запахи или неаккуратный интерьер могут вызвать негативные ассоциации и оттолкнуть посетителей.

Каждое из этих чувств может существенно повлиять на общее впечатление посетителей, и понимание их позволит владельцам и менеджерам создавать более гармоничную и удовлетворяющую атмосферу для клиентов. Эмоциональный отклик может стать основой для успешного бизнеса, если заведение сможет не только удовлетворить вкусовые предпочтения, но и обеспечить положительный эмоциональный опыт.



**ЧЕМ БОЛЬШЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ЭМОЦИЙ
ИСПЫТЫВАЕТ ПОСЕТИТЕЛЬ,
ТЕМ БОЛЬШЕ ВЕРОЯТНОСТЬ ТОГО, ЧТО ОН СТАНЕТ
ПОСТОЯННЫМ КЛИЕНТОМ**



Чем больше положительных эмоций испытывает посетитель, тем больше вероятность того, что он станет постоянным клиентом.

Исследования показывают, что положительные эмоции играют ключевую роль в формировании лояльности клиентов.

Когда посетители испытывают приятные эмоции, связанные с обслуживанием, продуктом или атмосферой, они с большей вероятностью вернутся и станут постоянными клиентами.

Положительный опыт может включать в себя дружелюбное обслуживание, высокое качество продукта, комфортную обстановку и персонализированный подход. Все это способствует созданию эмоциональной связи с брендом, что увеличивает вероятность повторных посещений и рекомендаций.

Теперь мы найдем с Вами сильные стороны эмоций в дизайн проекте и найдем ключи как воздействовать на посетителя:



СЧИТЫВАНИЕ ПРОСТРАНСТВА ЗНАКОМСТВО





Считывание пространства «Второго первого впечатления не бывает»

На что первое внимание обращает посетитель:

Атмосфера: Первые впечатления формируются на основе запахов, звуков и визуальных элементов. Уютное освещение и приятная музыка могут создать ощущение комфорта.

Декор и стиль: Внешний вид интерьера, оформление стен и выбор мебели помогают определить концепцию заведения и его целевую аудиторию.

Организация пространства: Посетитель обращает внимание на расположение столов, свободные места. Просторные и удобные зоны создают ощущение уюта.

Персонал: Внешний вид и поведение сотрудников также важны. Приветливые и внимательные хостес могут сразу создать положительное впечатление.

Клиенты: Наличие других посетителей и их поведение (смеются, разговаривают, наслаждаются) может сигнализировать о качестве заведения.

Чистота и порядок: Уровень чистоты столов, полов и общего состояния заведения влияет на восприятие и желание остаться.



**ПРИРОДНЫЕ ТЕКСТУРЫ
ДЕРЕВО И НАТУРАЛЬНЫЙ
КАМЕНЬ, ТЕКСТИЛЬ**

Steakhouse Beefbar, New York



Использование натуральных текстур всегда беспримысленный вариант.

Тепло и уют: Такие материалы создают ощущение тепла и комфорта. Ассоциируется с природой, что может помочь посетителям расслабиться.

Эстетика: Придают интерьеру элегантный вид. Это может привлечь клиентов, ищущих уникальное пространство.

Эмоциональная связь: Дерево и камень часто вызывает положительные ассоциации с традицией и качеством. Это может усилить доверие к заведению и его продуктам.

Звукоизоляция: Деревянные поверхности могут улучшать акустику, уменьшая эхо и создавая более комфортную звуковую среду для общения.

Устойчивость к износу: Деревянные материалы могут быть долговечными и стойкими к повреждениям, что способствует общему впечатлению о качестве заведения.

Температурные ощущения: Дерево не так холодно на ощупь, как металл или стекло, что делает времяпровождения более комфортным.



МЯГКИЕ ИЗОГНУТЫЕ ФОРМЫ

Ресторан Allora, Warsaw





Наблюдается растущая популярность таких форм, так как они эстетически привлекают посетителей.

Создание уюта: Изогнутые формы создают более теплую атмосферу, в отличие от резких углов и прямых линий, что способствует расслаблению и комфорту.

Эстетическая привлекательность: Мягкие линии и формы часто воспринимаются как более дружелюбные и теплые по сравнению с жесткими углами.

Социальное взаимодействие: Изогнутые столы и сиденья могут способствовать более открытому и неформальному общению между посетителями, создавая ощущение близости.

Физический комфорт: Мягкие формы могут быть более удобными для использования, что увеличивает время, проведенное в заведении.

Ассоциации с природой: Изогнутые формы напоминают природные элементы, что может создать ощущение спокойствия и гармонии.

Динамика пространства: Они помогают создать более интересное и динамичное пространство, избегая монотонности.



ЗОНАЛЬНОСТЬ ПСИХОГЕОГРАФИЯ

Multi-concept Concrete, Dubai





Стоит смотреть шире на понятие зональности и совместить с концепцией психогеографии.

Зонирование - отвечает за функциональную часть пространства, а психогеография - это концепция, исследующая влияние пространства на эмоции и поведение людей.

Эти два понятия тесно взаимосвязаны в дизайне общественных пространств.

Зональность отвечает за удобство посадки, а психогеография - хочу ли присесть за этот столик и что мне нужно в данный момент?

Если к зональности мы относим стандарты и распределение потоков, то к психогеографии стилевые решения зон, освещение и звуковое оформление, а так же рассадку - будь то большая компания либо одиночная посадка, прием еды либо быстрая встреча за чашкой кофе.

Возрастающие потребности:

Вариация сценариев посадки

Зоны в соответствии с потребностям клиента (посадка для комфортного приема еды либо для быстрого неформального общения, уединенная либо открытая посадка)

Увеличение посадки - грамотное распределение зон может сделать заведение более вместительным и комфортным



ДВИЖЕНИЕ
УДОБСТВО СВОБОДНОЙ
РАССТАНОВКИ

Ресторан EBURET, Moscow





Свободная расстановка – это концепция в оформлении интерьеров, которая подразумевает гибкий и неформальный подход к размещению мебели и декоративных элементов. В отличие от традиционных стилей, где следуют строгим правилам и симметрии, свободная расстановка позволяет создавать более органичные концептуальные пространства, отражающие личные предпочтения и образ жизни посетителей.

Свободная расстановка предоставляет возможность экспериментировать с пространством, создать зоны комфорта и функциональности. Свободная расстановка позволяет учитывать не только эстетические предпочтения, но и практические нужды.

Важно также учитывать, что свободная расстановка может быть дополнена элементами дизайна, которые будут не только функциональными, но и привлекательными. Здесь можно использовать неожиданные сочетания мебели, цветов и текстур, что помогает выделить индивидуальность пространства.

Непрерывный анализ и адаптация пространства под потребности посетителей помогут повысить уровень сервиса и удовлетворенности.



ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

БОЛЬШИЕ ПРОСТРАНСТВА
ВИД ИЗ ОКНА

Кафе MARKS, Minsk





Большие пространства с окнами обеспечивают ощущение связи с внешним миром, что особенно важно в условиях городской жизни. Посетители могут наблюдать за движением людей, природными явлениями или сменой времени суток, что создает ощущение принадлежности и вовлеченности.

Вид из окна может стать важным элементом дизайна заведения. Пейзажи, которые открываются перед глазами посетителей, могут быть использованы как фоновая декорация, создавая уникальную атмосферу.

Виды на исторические здания или культурные достопримечательности могут вызывать интерес и способствовать обсуждению среди гостей.

Во-вторых, окна с видом на природу или городские пейзажи наполняют интерьер естественным освещением. Это создает ощущение простора и свободы, что особенно важно в городских условиях, где замкнутость может вызывать дискомфорт. Мягкий солнечный свет улучшает настроение и создает более приятную атмосферу для общения.



СВЕТ
ЕСТЕСТВЕННЫЙ /
ИСКУССТВЕННЫЙ
СЦЕНАРИИ

Ресторан JANU, Tokio



Свет - определенно один из важнейших инструментов дизайна, оказывает глубокое влияние на восприятие пространства и эмоциональное состояние.

Естественное освещение прекрасный инструмент. Но необходимо быть аккуратным, так заведения с большими окнами, позволяющими свету свободно проникать внутрь, могут искажать атмосферу. Необходимо предусмотреть как скорректировать так называемое «серое» освещение, ведь такой тип в преобладает в наших широтах. Обратить внимание на расположение окон и проходимость света, поддержать цветом отделки и такими декоративными приемами, а так же дополнительными источниками света чтобы сбалансировать серый свет. Не забывать про экстерьерные уже существующие цвета, зелень, фасады домов и прочие факторы.

Искусственное - основной инструмент в создании настроения.

Яркое и холодное освещение вызывают дискомфорт и раздражение, в то время как теплый мягкий свет, благотворно влияет на посетителей.

Важно проработать как можно больше сценариев освещенности.



ЦВЕТ

**ТЕПЛЫЙ ХОЛОДНЫЙ
НЕЙТРАЛЬНЫЙ
АКЦЕНТНЫЙ**

Ресторан Chererem, Kazan





Психология цвета - это область исследования, изучающая как цвета влияют на человеческие эмоции, поведение и восприятие. Цвета обладают способностью вызывать определенные чувства и ассоциации, что делает их мощным инструментом в различных сферах, а тем более в интерьере.

Основные принципы психологии цвета заключаются в том, что цвета вызывают эмоциональные реакции. Эти реакции могут варьироваться в зависимости от культурного контекста, личного опыта и даже физиологических факторов. Красный цвет часто ассоциируется с энергией, но его чрезмерное употребление может вызвать раздражение. Синий вызывает спокойствие и доверие и ощущение стабильности. Это подчеркивает, что цвета прямым образом воздействуют на восприятие и поведение, а следовательно правильно подобранные цвета смогут существенно изменить атмосферу и настроение.

Теплые цвета, часто ассоциируются с энергией, теплом и активностью. Эти цвета могут стимулировать аппетит и побуждать к общению.

Холодные цвета. Эти оттенки создают атмосферу спокойствия и умиротворения, могут привлекать клиентов, ищущих уединение и расслабление. Такие цвета часто используются в заведениях, ориентированных на создание спокойной и гармоничной обстановки, где гости могут насладиться спокойствием.

Нейтральные цвета, такие как белый, серый и бежевый. Эти цвета создают чистоту и простоту, что может быть особенно привлекательным для современных заведений. Нейтральные оттенки могут служить фоном для ярких акцентов, таких как картины или растения, создавая при этом гармоничное пространство.

Четвертый аспект – использование цветовых акцентов. Яркие детали в декоре, могут привлечь внимание и создать фокус в интерьере. Такие акценты могут также побудить клиентов делать фотографии и делиться ими в социальных сетях, что способствует продвижению заведения.

Но, использование ярких цветов может создать неверное представление о качестве заведения. Если кафе слишком ярко оформлено, это может вызвать у клиентов ассоциации с дешевизной или небрежностью. Например, заведения, стремящиеся создать образ высокого качества и утонченности, могут использовать более сдержанные и элегантные цвета, такие как пастельные тона или земляные оттенки. Это поможет создать атмосферу, соответствующую их имиджу и ожиданиям клиентов.

Кроме того, цвета могут ассоциироваться с определенными культурами и эмоциями. Например, красный и золотой цвета часто используются в восточной кухне, так как они символизируют удачу и процветание. Понимание культурных ассоциаций с цветами может помочь заведениям создать более сильную связь с клиентами и подчеркнуть свою концепцию.



ИНТЕРЕСЫ И ИСКУССТВО

Begin Cafe, Kazan





Интересы и искусство помогают создать уникальную атмосферу. Они не только формируют имидж заведения, но и служат средством привлечения клиентов.

Искусство может стать центральным элементом дизайна интерьера. Заведения, открытые к культурным инициативам и творческим проявлениям, могут стать центрами притяжения для клиентов, ищущих не только вкусную еду, но и вдохновение и общение.

Существуют и некоторые ловушки и хитрости, которые заведения используют для управления восприятием и поведением посетителей.

Декора для создания фокуса в соц сетях.



УНИВЕРСАЛЬНЫЙ СЦЕНАРИЙ

ОРИЕНТИР НА ЦЕЛЕВУЮ
АУДИТОРИЮ



Важная задача для дизайнера адаптировать интерьер к любому сценарию для посетителей, как для завтраков, так и для ужинов и тому же это могут абсолютно разные категории клиентов. Нужно учитывать разнообразие потребностей и предпочтений.

Создание универсального сценария заведения, который будет адаптироваться как для завтраков, так и для ужинов, требует внимательного подхода к каждому элементу – от зонирования и освещения до декора и обслуживания. Такой дизайн не только улучшает опыт клиентов, но и способствует созданию уникальной атмосферы, которая будет привлекать и удерживать посетителей в любое время суток.



**ПОСЕТИТЕЛЬ ГЕРОЙ - ОЩУЩЕНИЕ
СЕБЯ ЧАСТЬЮ ПРОСТРАНСТВА**



Создание атмосферы, в которой посетитель чувствует себя героем одна из самых захватывающих идей – превращение посетителя в героя своего собственного гастрономического приключения.

Пожалуй такой формат самый сложный в реализации и поддержании.

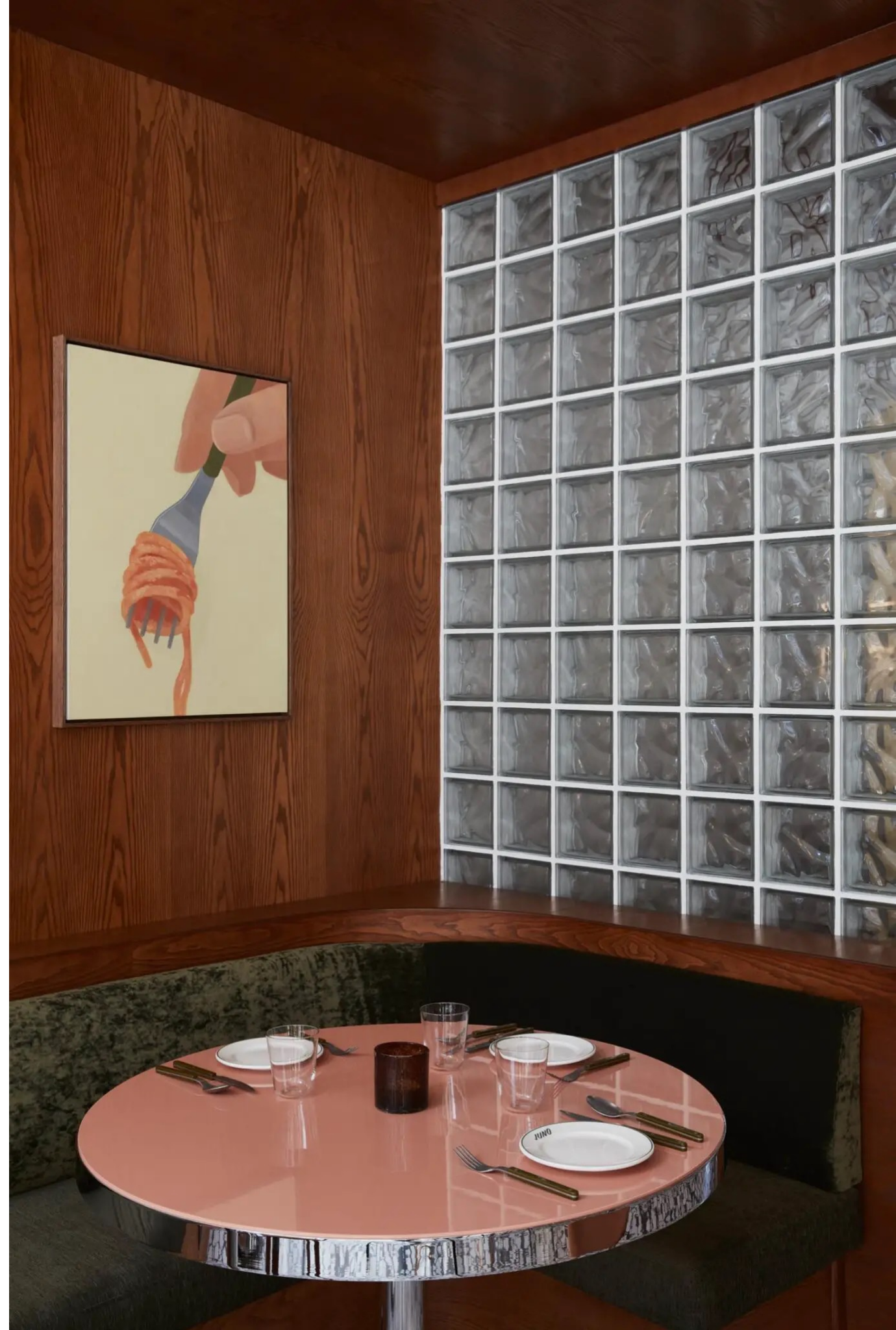
Такая концепция не только делает каждый визит уникальным, но и создает эмоциональную связь между заведением и его клиентами, позволяя каждому почувствовать себя важной частью этого опыта.

Требуется внимательный подход ко всем аспектам заведения – от приветствия и декора до уникальных возможностей взаимодействия и обслуживания.



ХОРОШИЙ ИНТЕРЬЕР НЕ РАВНО УСПЕШНЫЙ ПРОЕКТ

ТО ЧТО ОБЕСЦЕНИВАЕТ ЛИБО
УСИЛИВАЕТ ПРОЕКТ





Хороший интерьер, безусловно, играет важную роль в создании привлекательного заведения, однако он не является единственным фактором, определяющим успех проекта.

Что обесценивает проект заведения:

Недостаток концептуальной целостности. Если интерьер, меню и обслуживание не соответствуют общей концепции заведения.

Плохое качество обслуживания

Даже самый красивый интерьер не спасет проект, если обслуживание оставляет желать лучшего.

Непрактичность дизайна

Интерьер может быть стильным, но если он не удобен, это может обесценить проект. Слишком много мебели, неудобные стулья или плохое освещение могут создать дискомфорт для посетителей.

Игнорирование целевой аудитории

Если заведение не учитывает предпочтения и интересы своей целевой аудитории, это может привести к провалу.

Что усиливает проект заведения

Сильная концепция. Успешное заведение начинается с четкой концепции, которая пронизывает все аспекты – от интерьера до меню и обслуживания. Когда каждая деталь согласована и направлена на реализацию общей идеи.

Качественное обслуживание

Доброжелательный и профессиональный персонал может значительно повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Оригинальное меню

Предложение уникальных и вкусных блюд, которые невозможно найти в других заведениях, может стать важным фактором успеха. Использование местных продуктов, авторские рецепты и интересные сочетания вкусов привлечет клиентов и создаст повод для обсуждения.

Адаптация к изменениям

Успешные заведения умеют адаптироваться к изменениям в предпочтениях клиентов и трендов. Гибкость в меню, обновление



СЕРВИС ДИЗАЙН

ВСЕ ПРОДУМАНО ДО МЕЛОЧЕЙ
ДО УРОВНЯ ДИЗАЙНА ИМЕНИ

Кафе Kitsune Япония





Сервис дизайн – включает в себя использование различных визуальных элементов, чтобы привлечь внимание клиентов, повысить их интерес к продуктам и улучшить общий опыт пребывания в заведении.

1. Концепция

Концепция должна быть единой. Это может включать выбор цветовой палитры, шрифтов, графических элементов и материалов, которые отражают идентичность заведения.

2. Витрины

Витрины с десертами: Десерты и выпечка должны быть выставлены так, чтобы посетители могли легко их увидеть и оценить. Прозрачные витрины, аккуратная подача и освещение могут сделать эту часть особенно привлекательной.

Специальные предложения: Создание акцентных зон с продуктами дня или специальными предложениями может привлечь внимание и побудить к заказу.

3. Меню и графика

Дизайн меню должно быть не только функциональным, но и эстетически привлекательным.

4. Одежда персонала

Одежда, в которой работает персонал, играет ключевую роль в создании первого впечатления. Стильно оформленная униформа может подчеркнуть концепцию заведения и создать ощущение профессионализма.

5. Адаптация к сезонам и событиям

Использование сезонных декораций, специальных меню или акций помогает поддерживать интерес к заведению и привлекает новых клиентов.

6. Интеграция всех элементов

Создание целостного опыта: Все перечисленные элементы должны работать в едином ключе. Одежда персонала, меню,



ТАК ЧТО ЖЕ ТАКОЕ
ХОРОШИЙ ДИЗАЙН?

Кафе Kanu Tokio





Настоящий дизайн ОП – это не просто эстетика или визуальное оформление; это комплексный подход, который учитывает эмоции, потребности клиентов, современные технологии.



ЭМОЦИИ
СОЗДАНИЕ
АТМОСФЕРЫ



НАСТОЯЩИЕ ПОТРЕБНОСТИ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ





**ТЕХНОЛОГИЯ
СОВРЕМЕННЫЕ
РЕШЕНИЯ**





**ЗАПОМИНАЮЩЕЕ
ЯРКИЕ
ВПЕЧАТЛЕНИЯ**





ПОНЯТНОЕ И УДОБНОЕ
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОЕ
ПРОСТРАНСТВО



Успешный дизайн – это не просто визуальное оформление, а создание уникального опыта, который останется в памяти клиентов и побудит их возвращаться снова и снова.

БЛАГОДАРЮ



@anna_lazar_studio
www.lazarhanna.com