

Een publieke presentatie van inzicht

Commerciële waarde toevoegen door middel van intelligente displays

Wanneer klanten een winkel bezoeken, weerspiegelt de ervaring het merk. Alles, van de lay-out van de winkel tot het kleurenpalet, tot de muziek die er wordt gespeeld, wordt onderdeel van deze ervaring. Uiteraard denken detailhandelaren tijdens het renovatieproces na over de klantervaring bij elke beslissing die wordt genomen. Maar een belangrijk onderdeel wordt vaak over het hoofd gezien: verlichting.

Verlichting is een ondergewaardeerde bron voor detailhandelaren, die wordt gezien als een kostenpost en een bron van frustratie als er iets misgaat. Omdat verlichting vaak zo ver weg is van de prioriteitenlijst wanneer er renovaties plaatsvinden, of helemaal niet worden overwogen totdat systemen beginnen te falen, wordt verlichting niet optimaal benut. De realiteit is dat verlichting een belangrijke rol kan spelen in zowel de ervaring van de klant als de werking van het bedrijf, indien detailhandelaren het ware potentieel ervan inzien.

De mogelijkheden die detailhandelaren in hun verlichtingsoplossingen kunnen vinden zijn eindeloos, omdat verlichting veel meer kan dan alleen een winkel verlichten. Verlichting creëert sfeer en een routekaart voor de winkelervaring van de klant, verlichting trekt de aandacht naar belangrijke producten en nog veel meer. Bovendien kan verlichting energiebesparingen, kostenbesparingen en compliance tot stand brengen - wat de weg effent voor geoptimaliseerde bedrijfspraktijken.

In dit eBook bespreken we het belang van weergave in de nieuwe wereld van de detailhandel, de lessen die de retailsector kan leren van geavanceerde toepassingen zoals galerij- en museumruimtes, waarom we een meer doordachte benadering van slimme verlichting nodig hebben, de evolutie van verwijderen en vervangen en ten slotte de behoefte aan en de mogelijkheid om verlichtingsoplossingen op één lijn te brengen met zakelijke drivers.



Clicks (de webwinkel) en Bricks (fysieke winkels)

De fysieke winkels zijn een essentieel onderdeel van de merkbeleving.

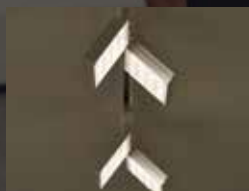
p. 2



Georganiseerde leer-momenten

Leren van high-end applicaties.

p. 4



Wanneer smart niet helder is

Over de hype: hoe effectief zijn slimme oplossingen die worden ingezet.

p. 8



Verlichting uitgelijnd voor zakelijke drijfveren

Nieuwe oplossingen benaderen in het belang van een bredere bedrijfsstrategie.

p. 10



Het budget vinden

Flexibele financieringsopties zoeken om kapitaal en operationele doelstellingen te ondersteunen.

p. 13

Clicks (de webwinkel) en Bricks (fysieke winkels)

Terwijl de moderne wereld enorme overwegingen op het vlak van e-commerce en online winkels biedt om mee om te gaan, blijft de fysieke bakstenen winkel een essentieel onderdeel van merkopbouw en klantenloyaliteit. De opkomst van online winkelen betekent dat etalageomgevingen harder moeten werken om voldoende klanten aan te trekken om hun verkoop- en winstdoelen te behalen. Verlichting helpt bij het bereiken van consistentie tussen winkels en differentiatie van concurrentie - belangrijke overwegingen binnen de retailomgeving.

De retailhandel opnieuw evalueren

De opkomst van e-commerce neemt de noodzaak van een boeiende winkelervaring niet weg. Integendeel, het stimuleert de noodzaak om steeds aantrekkelijker en uniekere omgevingen te creëren, om het juiste type - en het juiste aantal - klanten aan te trekken om doelstellingen te bereiken.

Consistentie creëren

Verlichting speelt een belangrijke rol in het succes of falen van de winkelomgeving. Van sfeerverlichting, tot accentverlichting, tot etalageverlichting: alles zou moeten samenwerken om een unieke ervaring te creëren die detailhandelaren in staat stelt zich te onderscheiden van de concurrentie, terwijl ze merkherkenning en loyaliteit creëren door consistentie tussen winkels en over verschillende geografische gebieden heen.

Naarmate consumenten steeds vaker online kiezen voor hun reguliere dosis winkeltherapie, is afstemming van de ervaring in de winkel van cruciaal belang om één klantbeeld te creëren, de kopersreis te vergemakkelijken en een consistent beeld voor de markt te creëren. Dat is vooral belangrijk voor grotere ketens die ervoor moeten zorgen dat dezelfde look en dezelfde sfeer worden gecreëerd in meerdere winkels en in meerdere regio's. Het ontwerpen van verlichtingsoplossingen die kunnen worden geïmplementeerd in verschillende geografische gebieden is daarom belangrijk, net als het vinden van een leverancier die over de capaciteiten beschikt om deze wereldwijde oplossingen te leveren en te implementeren.

Op zoek naar duurzaamheid

Tegelijkertijd met deze esthetische overwegingen hebben detailhandelaren steeds strengere duurzaamheidsdoelstellingen om te bereiken. Fiscale stimuleringsmaatregelen zoals de Climate Change Levy of CEE in Frankrijk zouden detailhandelaren moeten aanzetten tot energie-efficiëntie, maar het vinden van kapitaal voor de renovaties zelf kan een probleem zijn. Verlichting speelt een belangrijke rol bij het helpen van bedrijven om die doelstellingen te bereiken. Nu de energiekosten stijgen, moet verlichting veel meer doen dan aantrekkelijke etalages bieden. Verlichting moet energie-efficiënt zijn en bijdragen aan het behalen van hoge efficiëntiedoelstellingen. Verlichting kan een over het hoofd gezien onderdeel zijn, maar het kan ook bijdragen aan verbeterde bedrijfsresultaten, wat waarde toevoegt aan zowel etalageomgevingen als de bredere bedrijfsstrategie.

De weg verlichten naar slimmere bedrijfspraktijken

Hoewel verlichting duidelijk een belangrijke differentiator kan zijn voor esthetische overwegingen, kan het zoveel meer doen. Er zijn veel verschillende manieren waarop detailhandelaren kunnen werken aan het voldoen aan zaken en uitdagingen via hun verlichtingsoplossingen, en een praktische, weloverwogen aanpak is daarbij van essentieel belang. Hoewel slimme oplossingen steeds populairder worden, moeten ze op een intelligente manier worden benaderd. Theoretisch kunnen ze de controle vergroten, nuttige klantinzichten genereren en bedrijven helpen energie en geld te besparen, maar de implementatie ervan moet worden gestuurd door de bedrijfsbehoeften. Er zijn ook een groot aantal slimme applicaties beschikbaar: we bespreken later in dit eBook waarom detailhandelaren zorgvuldig moeten nadenken het inzetten van dergelijke applicaties.

De infographic benadrukt de grote aantallen om te laten zien hoeveel detailhandelaren de bedrijfsprestaties kunnen optimaliseren door een slimmer gebruik van verlichting.

Verlicht uw pad naar hogere kostenbesparingen

Als het op verlichting aankomt, spreken de cijfers voor zich. Detailhandelaren kunnen letterlijk hun pad verlichten naar hogere kostenbesparingen en efficiëntieverbeteringen.



Georganiseerde leermomenten

In termen van het moeilijker maken van verlichting voor detailhandelaren, is weergave een cruciaal element. Echt doordachte, intelligente weergaven voegen waarde toe aan producten en verhogen de verkoop. Nergens is een eersteklasweergave belangrijker dan in musea en galerijen. Er is veel dat detailhandelaren kunnen leren van deze geavanceerde applicaties die in de winkel kunnen worden toegepast. Verlichting wordt gebruikt in musea en galerijen om emoties te begeleiden, drama over te brengen en tentoonstellingen te verbeteren. Dezelfde principes kunnen en moeten worden toegepast in de winkelruimte.

Bij het ontwerpen van een effectief verlichtingsplan voor een museum of galerij, moet de perfecte omgeving worden gecreëerd voor het weergeven van artefacten, om de exposities te beschermen en een visueel comfortabele ervaring voor bezoekers te bieden.

Van het creëren van anticipatie bij aankomst tot het overbrengen van drama of contemplatie binnen de

tentoonstellingsruimte: verlichting speelt een sleutelrol. Gevoeligheid voor het gebouw zelf moet ook worden overwogen in de detailhandel, waar de gebouwde omgeving kan en moet worden gebruikt om impact te creëren, en verlichtingssystemen moeten worden ontworpen om de reeds bestaande architectuur aan te vullen en te verbeteren.





De juiste technologieën toepassen

Sfeerverlichting: hoe helderder, hoe beter? Nou, niet precies. Een studie uitgevoerd door het Royal Institute of Technology in Stockholm ontdekte dat heldere, uniforme verlichting niet effectief is om de aandacht te trekken. Contrast is daarentegen de sleutel. Door de omgevingsverlichting subtiel te houden en het oog met accenten te begeleiden, kunnen detailhandelaren een veel meer gecontroleerde klantervaring creëren. Het spreekt voor zich dat accentverlichting veel meer geassocieerd is met hoogwaardige applicaties, dus geeft het een luxueuzere indruk dan een consistent lichte omgeving.

Accentverlichting: laat de spots het woord doen. Verschillende winkels hebben verschillende behoeften, verschillende looks en verschillende gevoelens die ze hopen te bereiken in hun verlichtingsweergaven, verschillende berichten die ze via hen willen communiceren. Afhankelijk van het product dat ze willen presenteren, is accentverlichting vooral belangrijk om een product op te laten vallen en de aandacht van de klant te trekken. Naast het benadrukken van specifieke producten zorgt een effectief gebruik van accentverlichting ook voor een beter humeur en sfeer in de winkel, waardoor klanten zich meer ontspannen voelen, langer in de winkel blijven en dat alles heeft natuurlijk een positief effect op de verkoop.

Etalages: voordat u kunt hopen de verblijfstijd toe te laten nemen, moet u eerst klanten binnen lokken. Effectieve winkelatalages kunnen klanten en voorbijgangers binnen een paar seconden naar binnen lokken – door producten en thema's te presenteren, de juiste sfeer te creëren, of gewoon door hen nieuwsgierig te maken. Op het vlak van technologie staat creativiteit centraal. Van strakke spots voor mannequins tot continu van kleur veranderende LED's: een breed scala aan armaturen kan effectief zijn. Door verschillende verlichtingsoplossingen te combineren kunnen winkelatalages in een mum van tijd worden

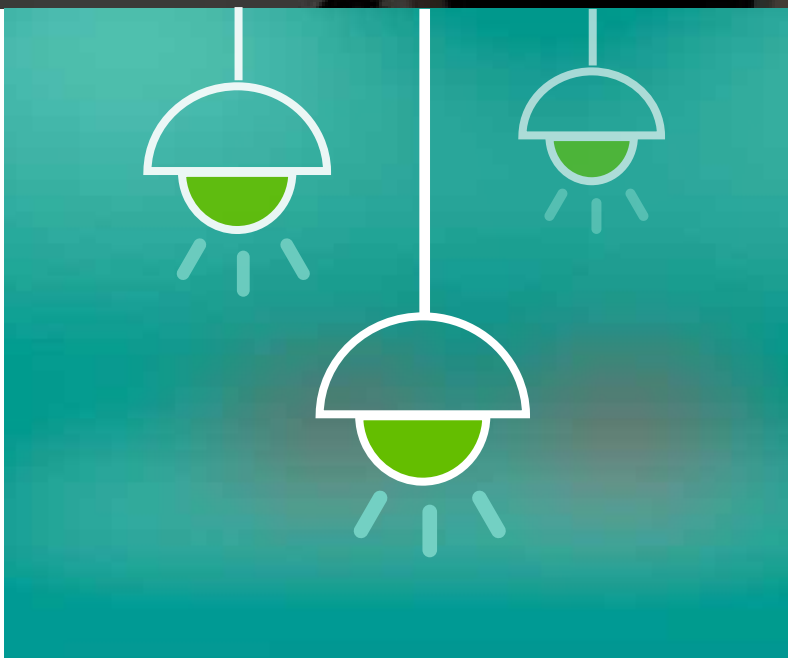
aangepast aan veranderende modetrends, seizoenen of aanbiedingen. Tegenwoordig blijven meer en meer winkels langer open; velen laten hun etalageverlichting de hele nacht aanstaan. Nu de energiekosten stijgen, is het vinden van de juiste balans tussen esthetiek en kostenefficiëntie belangrijker dan ooit. Natuurlijk wijst de behoefte aan zowel helderdere etalages als een lager energieverbruik direct in de richting van LED-verlichting als optimale oplossing.

Het lelijke plafond: verlichtingsarmaturen en fittingen zelf kunnen enigszins lelijk zijn en moeten bij voorkeur worden verborgen. Lichtontwerp voor de verkoopvloer moet hier rekening mee houden. Niet alleen moeten ontwerpers op zoek gaan naar oplossingen waarin armaturen en accessoires esthetisch aantrekkelijk ontworpen worden of, althans, gemakkelijk gecamoufleerd worden, ze moeten ook proberen de aandacht te onttrekken aan wat zich 'achter de schermen' afspeelt. Verticale oppervlaktebelichting en spots kunnen helpen dat te bereiken door ervoor te zorgen dat de aandacht naar elders wordt getrokken.

Kleurtemperatuur en kleurweergave: kleurtemperatuur en kleurweergave is vooral belangrijk bij het beschermen van de schoonheid en kleur van stoffen in winkels. Een mooi kledingstuk dat wordt verlicht door een warme halogeenlamp kan snel zijn charme verliezen. In de modesector blijven de meeste beslissingen om een product in de winkel te kopen gebaseerd op hoe de consument zich voelt in de kleedkamer. Verlichting speelt hier ook een belangrijke rol. Hoe het licht wordt gepositioneerd, de kleurtemperatuur en de kleurweergave dragen allemaal bij aan de beslissing van de consument om iets te kopen of niet. Wit licht creëert ruimte, terwijl warmere kleuren intimiteit creëren: kleur moet worden gebruikt voor het beste effect in verschillende zones, afhankelijk van de stemming en de acties van de klant die gewenst zijn.

Verlichting van het Design Museum

Het gebouw van het Design Museum is een wonder van moderne constructie met zijn prachtige binnenruimte ontworpen door John Pawson en wordt verlicht via een veelzijdig verlichtingsplan met Concord-armaturen van Sylvania.

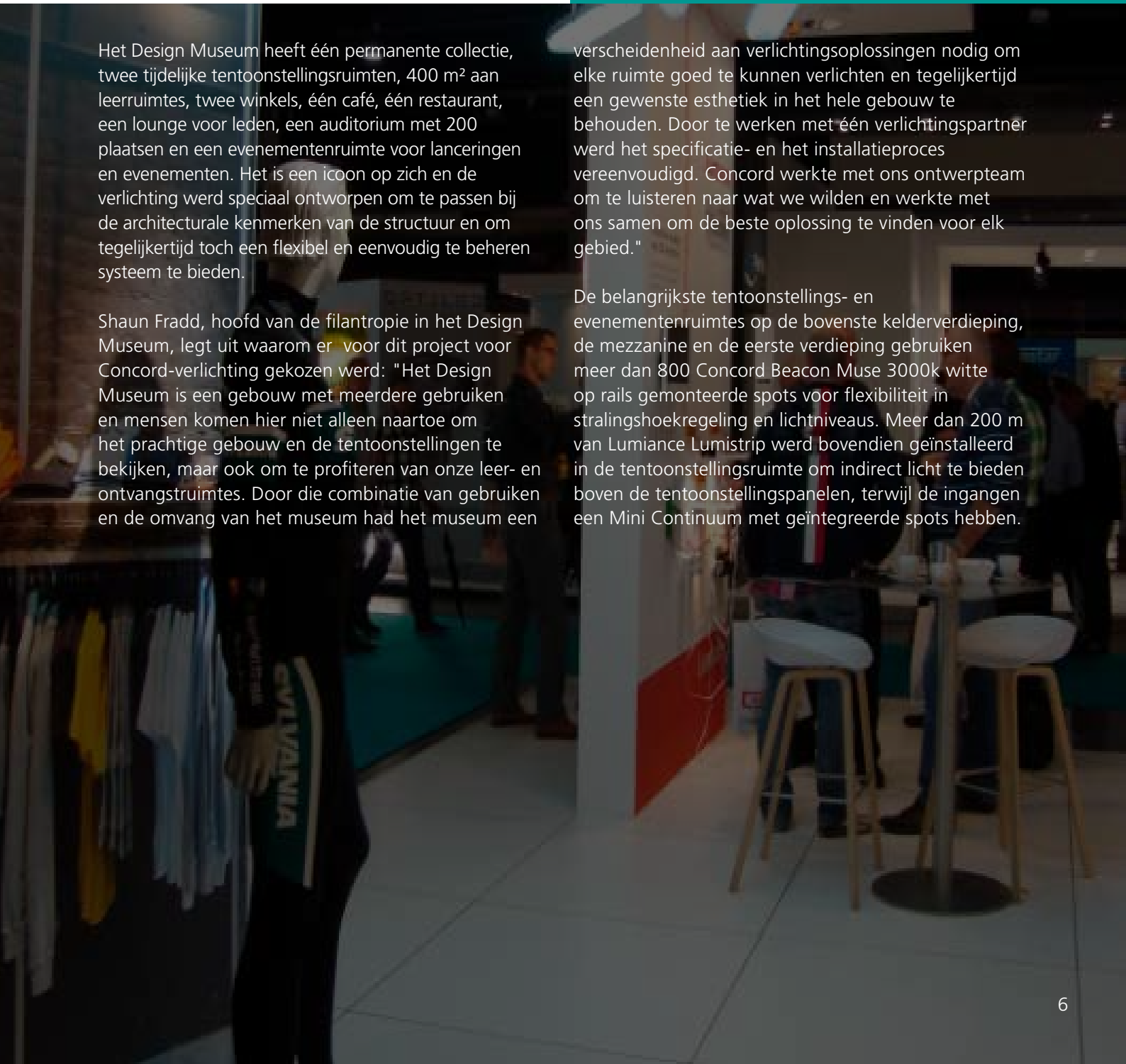


Het Design Museum heeft één permanente collectie, twee tijdelijke tentoonstellingsruimten, 400 m² aan leerruimtes, twee winkels, één café, één restaurant, een lounge voor leden, een auditorium met 200 plaatsen en een evenementenruimte voor lanceringen en evenementen. Het is een icoon op zich en de verlichting werd speciaal ontworpen om te passen bij de architecturale kenmerken van de structuur en om tegelijkertijd toch een flexibel en eenvoudig te beheren systeem te bieden.

Shaun Fradd, hoofd van de filantropie in het Design Museum, legt uit waarom er voor dit project voor Concord-verlichting gekozen werd: "Het Design Museum is een gebouw met meerdere gebruiken en mensen komen hier niet alleen naartoe om het prachtige gebouw en de tentoonstellingen te bekijken, maar ook om te profiteren van onze leer- en ontvangstruimtes. Door die combinatie van gebruiken en de omvang van het museum had het museum een

verscheidenheid aan verlichtingsoplossingen nodig om elke ruimte goed te kunnen verlichten en tegelijkertijd een gewenste esthetiek in het hele gebouw te behouden. Door te werken met één verlichtingspartner werd het specificatie- en het installatieproces vereenvoudigd. Concord werkte met ons ontwerpteam om te luisteren naar wat we wilden en werkte met ons samen om de beste oplossing te vinden voor elk gebied."

De belangrijkste tentoonstellings- en evenementenruimtes op de bovenste kelderverdieping, de mezzanine en de eerste verdieping gebruiken meer dan 800 Concord Beacon Muse 3000k witte op rails gemonteerde spots voor flexibiliteit in stralingshoekregeling en lichtniveaus. Meer dan 200 m van Lumiance Lumistrip werd bovendien geïnstalleerd in de tentoonstellingsruimte om indirect licht te bieden boven de tentoonstellingspanelen, terwijl de ingangen een Mini Continuum met geïntegreerde spots hebben.



Leren van het Design Museum

- **Verlichting moet worden ontworpen om te passen bij en een aanvulling te vormen op bestaande architectuur**
- Hoewel zonale differentiatie belangrijk is - verlichting moet worden afgestemd op de activiteiten die in een specifiek gebied worden ondernomen - zijn consistentie en een naadloze klantervaring in de hele omgeving van essentieel belang
- Er moeten flexibele systemen worden ontworpen waarmee het uiterlijk van een ruimte eenvoudig kan worden bijgewerkt, bijvoorbeeld door de hoek of van kleur te veranderen, in plaats van te systemen te moeten upgraden of moderniseren

Energiebesparing creëren in het Riverside Transport Museum

Het eerste publieke gebouw van Zaha Hadid dat in het VK werd geopend, het Glasgow Riverside Transport Museum, pronkt als een vlaggenschip van de Clyde Waterfront-regeneratie van de stad. Door de unieke vorm en veeleisende aanwezigheid van het gebouw is het geen verrassing dat het verlichtingsontwerp niets te wensen mocht overlaten.

DHA Design was verantwoordelijk voor het verlichten van de tentoonstellingen in het museum. Hun opdracht was om een overwegend op de grond gemonteerd displaysysteem te ontwerpen dat geschikte accenten en contrast met de tentoonstellingen en collecties zou bieden.

DHA gebruikte een veelzijdige verlichting met spots om de displays selectief te accentueren - voor het verlichten van auto's, fietsen, miniatuurmodellen, auto-onderdelen en kunstwerken. Het toepassen van conserveringsniveaus op alle tentoonstellingen was daarbij van essentieel belang om de kunstwerken tegen schade door blootstelling aan licht te beschermen. De lage UV-waarde van de LED-bron en een ingebouwde dimmerpotentiometer van de Beacon Muse zorgden ervoor dat deze lichtbron alle situaties gemakkelijk aankon.

Leren van het Riverside Transport Museum

- **Spots zijn essentieel om de aandacht te trekken en de focus van de klant te behouden waar die gewent is**
- Spots kunnen meer doen dan specifieke stukken verlichten
- Voor echt waardevolle stukken moeten er LED's worden gebruikt om te beschermen tegen blootstelling aan licht

Wanneer smart niet helder is

Ondanks de enorme drukte hype rondom smart-technologie in de detailhandel - van AI tot AR tot VR - zijn echte toepassingen tot nu toe nog niet doorgebroken. Dat geldt net zo goed voor smart-verlichting als voor bredere smart-toepassingen. Hoeveel 'automatisch aan'-etalages hebt u al gezien in luxueuze winkels? Hoeveel vastgoedmanagers kent u die onderhoudsbehoeften op afstand monitoren?

... van AI tot AR tot VR - echte toepassingen zijn tot nu toe nog niet doorgebroken

Er is een enorm potentieel voor slimme technologieën in de retailsector en de slimme technologieën kunnen een potentieel indrukwekkende impact hebben op factoren zoals verblijfstijd en aantal bezoekers, maar laten we even een moment nemen om een stapje terug te doen van de hype: hoe effectief zijn smart-technologieën echt in gebruik in de retailsector?



Veel detailhandelaren hebben succes geboekt met online en mobiele kanalen, maar er is nog veel werk aan de winkel om het digitale aspect te integreren in de fysieke winkel. Nu het online winkelfront zo vergevorderd is, worstelt de fysieke winkel om alles bij te houden.

Nu het online winkelfront zo vergevorderd is, worstelt de fysieke winkel om alles bij te houden

Verlichting is goed gepositioneerd als de ruggengraat van slimme technologieën. De verlichting is al overal geïnstalleerd en beschikt over een stroombron en daarom is het de voor de hand liggende plaats om technologieën in de winkel te verbinden en om klanten met ze te verbinden. Bovendien zijn er tal van nieuwe generatie tactieken die detailhandelaren kunnen gebruiken om stappen te zetten om "smart" te worden.



Maar dat doen zonder zakelijke drijfveer in gedachten is zelden een bijzonder slim idee. In plaats daarvan zou een beter gebruik van meer beproefde technologieën een eerste stap moeten zijn naar een effectievere impact op het bedrijfsresultaat.

Beginnen vanaf het begin

De waarheid is dat we nog niet eens een locatie hebben gevonden waar de opname van LED's alomtegenwoordig is. In de tweede helft van 2017 ging Lux Review naar de beroemdste winkelbestemming van het Verenigd Koninkrijk - Oxford Street - om de staat van de retailverlichting te beoordelen. Op een straat die bekend staat om zijn flagshipstores, moet er genoeg geavanceerde retailalagetechnologie zijn om van te genieten. Dat bleek niet het geval. Ongeveer twee derde van de detailhandelaren in dit informele onderzoek had zelfs nog geen LED-fittingen geïmplementeerd. Degenen die wel LED-fittingen hadden, bleken niet toekomstbestendig te zijn voor de slimme technologie.

Op zoek naar een slimmere leverancier

Er is een enorm aanbod op de markt. Winkelontwerpers en visual merchandisers worden geconfronteerd met meer merken, meer producten en meer soorten toegevoegde waarde dan ooit tevoren. Het maken van de juiste keuze is vaak een uitdaging: hoe kan men vergelijken, kiezen, overtuigd worden, een duidelijke differentiatie vinden en vergelijken op basis van prijs?

Geen enkele leverancier kan 'alles doen' als het gaat om het bieden van slimme oplossingen van de beste kwaliteit die echt zijn afgestemd op zakelijke drijfveren. U moet beginnen met het probleem dat u probeert te overwinnen of met het doel dat u probeert te bereiken.

Van daaruit is samenwerking van cruciaal belang voor het samenbrengen van de beste technologieën en relevante expertise die de specifieke uitdagingen of drijfveren van elke individuele verkoper overwinnen.

Een partnerschapsbenadering is cruciaal in een wereld die steeds digitaler wordt. Omdat er meer elementen zijn om te beheersen om succes te garanderen, is het samenbrengen van de beste kennis en de beste technologieën van uiteenlopende leveranciers vaak de meest effectieve route naar een echt op maat

gemaakte, toepasbare en beste praktijkoplossing. Gerenommeerde futurist Gerd Leonhard spreekt over deze behoefte aan 'hyper-samenwerking' als "een cruciale kernvereiste voor het creëren van alle nieuwe ecosystemen". Het zal een van de belangrijkste mogelijkheden biedende aspecten zijn terwijl we op weg zijn naar een slimmere wereld.

Proof of concept

Als de theorie eenmaal aanwezig is - de technologieën zijn geïdentificeerd en geïntegreerd - moet de oplossing bewezen worden. Dat zou op kleine schaal in de namaakwinkel moeten gebeuren om de geschiktheid en effectiviteit ervan te bewijzen, voordat men begint na te denken over een slimme implementatie op grote schaal. Detailhandelaren moeten op zoek gaan naar leveranciers die bereid zijn om met hen samen te werken, om de juiste oplossing te definiëren, in plaats van gewoon een vooraf vastgestelde waslijst met slimme producten te bieden.

Verzuipen in gegevens

Er moet ook worden nagedacht over wat er daadwerkelijk gebeurt met gegevens die zijn verzameld door de implementatie van slimme technologieën. Er moet een geschikt hulpmiddel worden gecreëerd om inzichten te beheren, te analyseren en te vergaren van wat snel een enorme gegevensspot kan worden.

Dat vereist nieuwe vaardigheden die veel detailhandelaren momenteel niet hebben - en is aangehaald als een van de belangrijkste redenen voor aarzeling om zich tot slimme technologieën te wenden. Het is belangrijk om het eindspel te kennen: weten dat de drijfveer van uw bedrijf voor het installeren van slimme oplossingen een belangrijke stap is in het bepalen van welke gegevens u moet verzamelen en hoe deze moet worden beheerd.

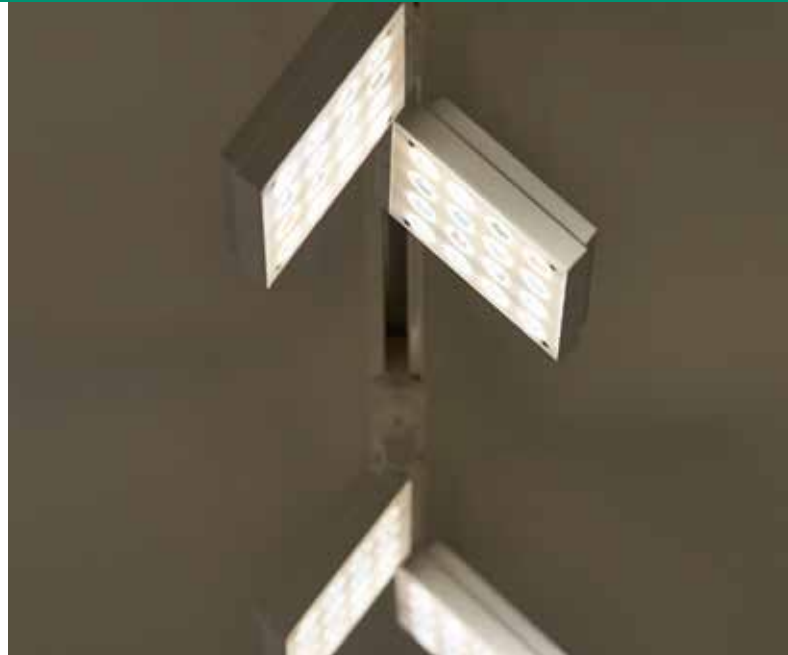
Verlichting uitgelijnd voor zakelijke drijfveren

We hebben vastgesteld dat verlichting een echte waarde kan bieden voor het bedrijf. Een daling van de energiekosten met 10% heeft het potentieel om de nettowinstmarges met tot wel 16% te verhogen in bepaalde retailomgevingen.

Een daling van de energiekosten met 10% heeft het potentieel om de nettowinstmarges met tot wel 16% te verhogen in retailomgevingen

Als zodanig moet verlichting eerder in het renovatieproces worden beschouwd. Een meer holistische benadering van verlichting, die verlichting als een bijdrager beschouwt, in plaats van een kost, kan bedrijven helpen geld te besparen in een groter aantal winkels en meer uit updates te halen.

Er moet ook worden nagedacht over het hergebruik, en niet over de verwijdering van oplossingen, vooral gezien de snelle hersteltijden in verband met de winkelomgeving. Een benadering van circulaire economie is van cruciaal belang - en detailhandelaren moeten zich steeds meer bewust zijn van de fiscale stimuleringsmaatregelen die een dergelijke aanpak met zich mee zou kunnen brengen.



Roadmap naar efficiëntere renovaties

STAP 1: definieer de belangrijkste zakelijke drijfveer

Oplossingen moeten worden gedreven door de behoeften van de bredere onderneming. Als het bijvoorbeeld nodig is om consistentie tussen verschillende winkels te creëren, moet u op zoek gaan naar een leverancier met een wereldwijd bereik die wereldwijd consistentie kan bieden. Als u op zoek bent naar duurzaamheidsdoelen, is LED een voor de hand liggende keuze, alsook oplossingen zoals aanwezigheidsdetectoren om te zorgen dat er nooit licht wordt verspild, vooral in de achterste ruimtes van winkelgebieden.

STAP 2: laat een energieaudit uitvoeren

Het is van cruciaal belang om eerst te begrijpen waar de inefficiënties liggen, voordat u beslissingen neemt over upgrades of renovaties. Veel detailhandelaren weten niet welk soort of hoeveel lichtarmaturen ze in de winkel hebben, een probleem dat aanzienlijk complexer wordt indien er meerdere winkels zijn. Werk samen met een leverancier die een volledige energieaudit van uw omgeving kan uitvoeren om de beste oplossingen in zijn klasse te garanderen die werken voor de behoeften van het bedrijf.

Door een beoordeling ter plaatse uit te voeren, is het mogelijk om duidelijk en correct vast te stellen welke efficiëntieverbeteringen kunnen worden gerealiseerd door welke investering, de infrastructuur die nodig is om dat mogelijk te maken en de juiste financiële oplossing om het rendement op de besparing te maximaliseren voor het bedrijf.

STAP 3: zie de waarde van modernisering in

Wat als u een volledige renovatie niet kunt betalen? Moderniseringsmaatregelen bieden kosteneffectieve, efficiëntie-upgrademogelijkheden met een laag risico voor detailhandelaren die beperkt zijn tot het uitvoeren van incrementele kapitaalupgrades voor hun gebouw.

Standaard maatregelen voor modernisering omvatten de modernisering van apparatuur, systeem en assemblage. Modernisering zou in principe slechts een beperkte impact op de fysieke structuur van een gebouw moeten hebben, dus wordt het vaak gezien als een geprefereerde oplossing in zijn vermogen om snelle resultaten te leveren.

Gezien de snelle moderniseringstijden in de detailhandel, moet u op zoek naar leveranciers die oplossingen kunnen aanbieden die gemakkelijk te updaten zijn, zodat een nieuwe seizoensetage geen verwijdering en vervanging vereist.

STAP 4: kies een leverancier op lange termijn

Zoek naar een leverancier die oplossingen biedt die lang meegaan en in de loop van de tijd verder ontwikkeld kunnen worden. Zoek naar een leverancier die samen met u een oplossing kan definiëren en leveren die nu en in de toekomst precies voldoet aan de behoeften van uw bedrijf. Zoek naar expertise, ervaring en betrouwbaarheid om ervoor te zorgen dat de oplossing die u kiest u op de lange termijn goed van dienst zal zijn.

STAP 5: word slim met smart

Loop niet in de gimmicks zonder een zakelijke drijfveer in gedachten te hebben. Aarzelende maar effectieve eerste stappen in slimme technologieën omvatten: aanwezigheidsdetectoren in niet-klantgedeelten die het aantal bezoekers vastleggen om prioriteit te geven aan hulpmiddelen of mobiele kalibratie van verlichting voor gezondheid en veiligheid.

STAP 6: denk na over noodverlichting

Of het nu gaat om het uitvoeren van een complete renovatie of het upgraden van bepaalde elementen, het is van cruciaal belang dat u voldoet aan de nieuwste normen op het gebied van noodverlichting.

Noodverlichting wordt geactiveerd wanneer de normale verlichting uitvalt door een stroomstoring. Noodverlichting zorgt ervoor dat mensen veilig het gebouw kunnen verlaten met voldoende begeleiding en zichtbaarheid op veilige vluchtroutes, dat locaties van nooduitrusting gemakkelijk te identificeren zijn, dat hulpdiensten voldoende verlichting hebben om taken uit te voeren en veiligheidskritische activiteiten correct kunnen worden voortgezet of stopgezet.

Het budget vinden

Neem een meer innovatieve benadering van financiering aan

Hoewel men erkent dat efficiëntere verlichtings- en noodverlichtingsystemen een positief effect kunnen hebben op het verminderen van operationele kosten, zijn er tegelijkertijd financiële overwegingen in termen van financiering van deze investering en de snelheid van rendement op dergelijke kapitaaluitgaven.

Zoek naar een leverancier die de flexibiliteit heeft om een meer innovatieve benadering van financiering aan te nemen om aan uw budgettaire behoeften te voldoen. Eén manier die in toenemende mate wordt gebruikt in veel aspecten van de bedrijfsvoering van een bedrijf, is om investeringen te transformeren van een investeringskost (CAPEX) naar een terugkerende kost (OPEX). Dat maakt de behoefte aan kapitaal vooraf overbodig, maar stelt organisaties in staat om de energiekosten te verlagen, de operationele efficiëntie te verbeteren en duurzaamheidsmaatregelen te realiseren, terwijl tegelijkertijd het werkkapitaal wordt beschermd. 50% van verlichting wordt als zeer inefficiënt beschouwd, dus er is een duidelijke mogelijkheid, evenals een financiële noodzaak, voor de bedrijven van vandaag om de hoeveelheid energie die hun gebouwen verbruiken te verminderen door hun verlichting en noodverlichting te herzien.

De verlichtingssector heeft geluisterd naar de zorgen van bedrijven en heeft flexibele oplossingen ontwikkeld om nieuwe verlichtingsoplossingen te financieren die de kosten spreiden op een beheersbare manier, besparingen gelijkmatig verdelen en in sommige gevallen een langeretermijnservice-gebaseerde overeenkomst bieden.

Gemakkelijke terugbetaling

Een eenvoudige overeenkomst voor huurkoop is een goede manier om de betaling van een verlichtingsupgrade te spreiden zonder dat er kapitaal vooraf nodig is. Beheersbare maandelijkse betalingen zijn voorspelbaar, terwijl er geen kapitaaluitgaven en geen kosten vooraf zijn, waardoor bedrijven hun werkkapitaal elders kunnen gebruiken terwijl de efficiëntie van hun energieverbruik wordt verbeterd. De voordelen van een lager energieverbruik en efficiëntiebesparingen, zoals minder onderhoud en minder uitvaltijd van de armatuur, worden met dit type overeenkomst onmiddellijk gerealiseerd.

Besparingen delen

Een meer diepgaande financiële optie die besparingen garandeert en de voordelen deelt tussen het verlichtingsbedrijf en de klant, is een oplossing waarbij besparingen worden gedeeld ("savings sharing"-oplossing). Deze oplossing, nog steeds OPEX-gebaseerd, is meestal geschikt voor projecten van meer dan £ 100.000 en is een partnerschap waarbij besparingen die worden gerealiseerd door verbeterde verlichting 50/50 gedeeld worden tussen de verlichtingscontractant en de klant. Dat biedt een lager risicoprofiel voor een bedrijf door het verlichtingsbedrijf effectief te stimuleren om efficiëntiewinsten te realiseren door middel van verbeterde verlichtings- en noodverlichtingsystemen. Als u kiest voor een optie met delen van besparingen, moet er een garantie beschikbaar zijn dat als het project verlies oplevert, het verlichtingsbedrijf het verschil zal betalen.

Zoek naar een leverancier die de flexibiliteit heeft om een meer innovatieve benadering van financiering aan te nemen



"Licht als een service"

Een meer innovatieve langetermijnbenadering voor grotere organisaties die steeds populairder wordt naarmate de trend naar outsourcing sterk blijft, is het upgraden van verlichtingsinfrastructuur met behulp van een "service level agreement" (dienstenniveau-overeenkomst). Een serviceovereenkomst is geschikt voor projecten van meer dan een half miljoen pond en heeft het voordeel dat ze bekende exploitatiekosten over de gespecificeerde contractduur aanbiedt.

"Licht als service" besteedt effectief de levering, installatie, beheer en inbedrijfstelling van verlichtings- en noodverlichtingsinfrastructuur uit voor een vaste maandelijkse terugbetaling. Die terugbetaling is meestal lager dan de huidige verlichtingsrekening van een organisatie en heeft de extra voordelen van voortdurende inbedrijfstelling van upgrades gedurende het hele contract en geen ad hoc-onderhoudskosten. Contracten kunnen tot twintig jaar duren en afhankelijk van de grootte van het bedrijf en de duur, is er kans op aanzienlijke energiebesparingen, van meer dan 50%, zowel tijdens de financiële looptijd als daarna.



Hoewel er alles aan is gedaan om bij deze publicatie de nauwkeurigheid van de technische gegevens te garanderen, veranderen de specificaties en prestatiegegevens voortdurend. De huidige gegevens kunt u daarom opvragen bij Feilo Sylvania Europe Limited.

Copyright Feilo Sylvania Europe Limited mei 2018

Sylvania-lighting.com

Een bedrijf van feilo Sylvania