

כסף לא יכול לקנות...

פרויקט גמר בעיצוב פנים

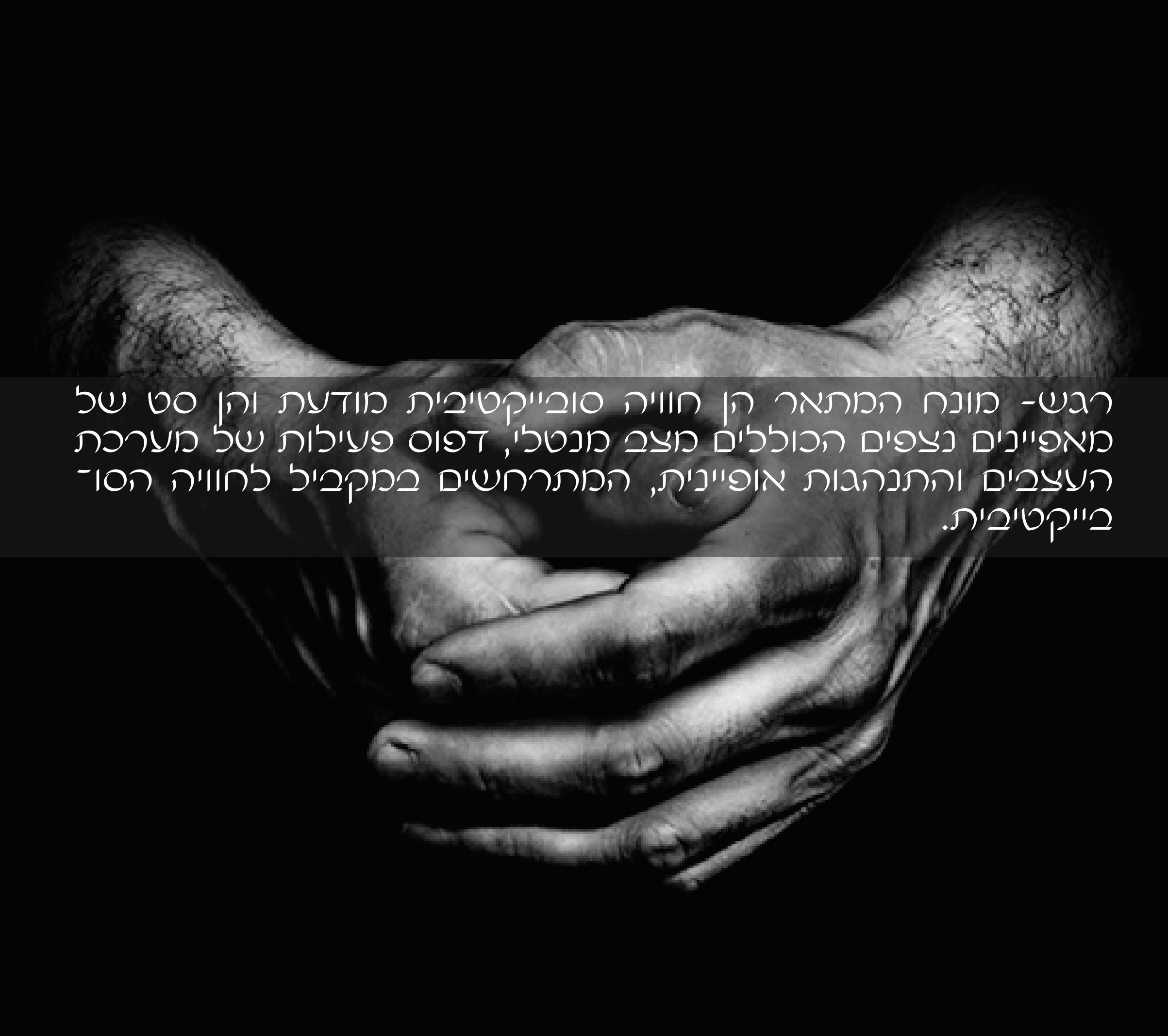


מגישה: עדן כהן
מנחה: יעל יעקבי

דברים שכסף
לא יכול לקנות...

אמונה	כישרון
רגש	תחושה
חברים	משפחה
דעה	בריאות
ביטחון עצמי	אושר
זמן	זוגיות

נפש- מכלול ההתנסויות האישיות והייחודיות שיוצרות את עולמו הפנימי של האדם, וכוללות מודעות, חשיבה, הבנה, תפיסה, זיכרון וקשב, כמו גם דחפים, מצב רוח, רגשות וריגושים, הנעה, אפיוני אישיות וביטויים התנהגותיים, המאפשרים לאדם להכיר את עצמו ואת העולם ולפעול עליהם.



רגש- מונח המתאר הן חוויה סובייקטיבית מודעת והן סט של מאפיינים נצפים הכוללים מצב מנטלי, דפוס פעילות של מערכת העצבים והתנהגות אופיינית, המתרחשים במקביל לחוויה הסובייקטיבית.

תחושה- חוויה לא מתווייגת, לא יסודית ולא מוכרת לנשוא התחושה של הרגשה או מודעות למצבים בתוך הגוף או מחוצה לו, שנגרמת באמצעות גרייה של קולטן או של מערכת קולטנים ומהווה למעשה נתון חושי ש"נצרב" במוח. פסיכולוגים רבים חולקים על ההנחה שאדם יכול להתנסות בחוויה חושית כלשהי בלי לפרש, לתייג או להכיר את החוויה.



התמקדות ברגש מסויים

פחד

פחד הוא תחושה רגשית ופיזיולוגית לא נעימה אצל בני אדם
ובעלי חיים, הנגרמת כתוצאה מחשיפה לגירוי חיצוני מסוכן או
מאיים (פיזית או מנטלית). למשל, פחד למראה חיה מסוכנת.
ככל שהגירוי החיצוני הוא בלתי צפוי וגדול יותר - תחושת הפחד
חזקה יותר.

לפחד תפקיד מרכזי בשרידותו של האדם או בעל החיים, והוא משמש כאמצעי להרחקתו מהסכנה הנשקפת לחייו, ואף מהווה גורם המונע להיכנס מלכתחילה למצבים מסוכנים. עם זאת פחד יכול להגביל את תפקודו של האדם, ואת מרחב העשייה והפעילות שלו.

פחד - זיהוי ותסמינים

במישור הפיזי הפחד גורם להעלאת הורמון האדרנלין ומביא לתופעות אופייניות כמו הרחבת האישונים, הגברת קצב פעימות הלב, צמרמורת, העלאת לחץ הדם והרחבת כלי הדם אל השרירים כל זאת כדי להכין את מערכות הגוף להתמודדות פיזית אפשרית עם האיום או הסכנה.

פחד - סוגים שונים

פחד במה

פחד גבהים

מקומות סגורים

פחד ממספרים

פחד מרופאים

פחד מבצע"ח

פחד מכישלון

פחד מליצנים

פחד מזריקות/דם

פחד מנהיגה

פחד מטיסות

פחד מחושך



PHOBIA מתמודדים עם הפחד BOX

סוג העסק: חנות לערכות התמודדות עם פחדים.

תדמית: המקום שכל אחד ירצה לבקר בו ולרכוש לעצמו ערכת פחד שבעצם מהווה התמודדות ואתגר עצמי. גם אלה שלא מפריע להם הפחד שלהם, או שהוא לא קיצוני, ירצו לבוא ולנסות להתמודד עם משהו ולצאת ממקום הנוחות.

אופי השירות: המותג יהווה 4 אופציות שירות.

- הראשונה תהיה **שירות טלפוני** - אנשים אשר מתביישים לדבר על החששות שלהם ולא יודעים להצביע על פחד מסויים יוכלו בעזרת שיחת טלפון לקבל הכוונה עם מה הם צריכים להתמודד - ואיזו ערכה לרכוש.

- השירות השני הוא **מכוון אלקטרוני** בחנות עצמה. טאבלטים שישמשו כמו שיחה טלפונית אך ימצאו בחנות עצמה ובלי נציג. שאלות מכוון המובילות לערכה המתאימה לך.

- שירות נוסף הינו **מידע על הערכות** - המידע יועבר במסכי טלוויזיה, הסברים על קיר הידיים ופלאיירים.

- השירות הרביעי והאחרון הוא **הערכות והמוכרים**. מוכרי החנות יהיו אנשי "רוגע" המשדרים אופטימיות, חום וקירבה על מנת לעזור ללקוח למצוא את מארז "הפחד שלו". הלקוח מגיע עם המודעות שלו לפחד מסויים ומקבל את המארז.

קהל יעד: 99-3. טווח הגילאים רווח מכיוון שיהיו ערכות בכל התחומים המתאימים לכל גיל כאשר כל ערכה מותאמת לנושא ולגיל שונה אך הכל בחנות אחת.

שעות פעילות: 10:00-22:00

קונספט: מקום שייצור תחושה אפלה אך מחבקת, מזמינה וייחודית. הרעיון להעביר את הפחד בצורה מעניינת ולא מאיימת. הערכות הן אלה שיכניסו את הצבע לחנות, האופטימיות. **מעברים בין רוחניות (הפחד) לבשמים (התמודדות עם ערכה פיזית).**

אופי המוצר: ערכת התמודדות לרכישה ועבודה עצמית ביתית. בערכה יהיו מוצרים שונים, טיפים, עובדות, משימות תרגול, והעיקר: **התמודדות עם הפחד בהדרגתיות בעזרת שינוי התנהגותי ותודעתי**. כל אריזה תהיה בצבע אחר בהתאם לפחד. זה מה שיכניס את האור והצבעוניות בחנות.

קטגוריות: טווחי גילאים יחולקו ל-5 קבוצות שלכל קבוצת גיל יהיו ערכות התמודדות עם פחדים שונים: 3-6, 6-12, 12-16, 16-21, 21-99.

היררכיה: קיימת היררכיה. הערכות בחנות יהיו מסודרות עפ"י גיל וסוג הפחד איתו רוצים להתמודד.

סחורה: עיקר הסחורה תהיה גלויה ללקוח אך יהיה קיים מחסן נוסף לעוד ערכות למילוי המלאי (לא תהיה סחורה שלא מוצגת)



למה ידיים? לאורך המחקר שלי ואיסוף התצלומים לפרויקט זיהיתי שפחד הידיים הן סוג של מקור הגנה, הסתתרות. רציתי להשתמש בזה ולהפוך אותן מהמקום של הפחד והבריחה למקום של החיבוק, הושטת היד.

ניתן להשתמש בחיבורים השונים שניתן לעשות עם הידיים, בטקסטורות היד שהן ייחודיות לכל אחד (טביעת אצבע) ועוד...

שפה עיצובית



יחידה מסחרית בקניון

מידות החלל: 8*16 מטר

גובה תיקרה: 7 מטר (2 קומות)

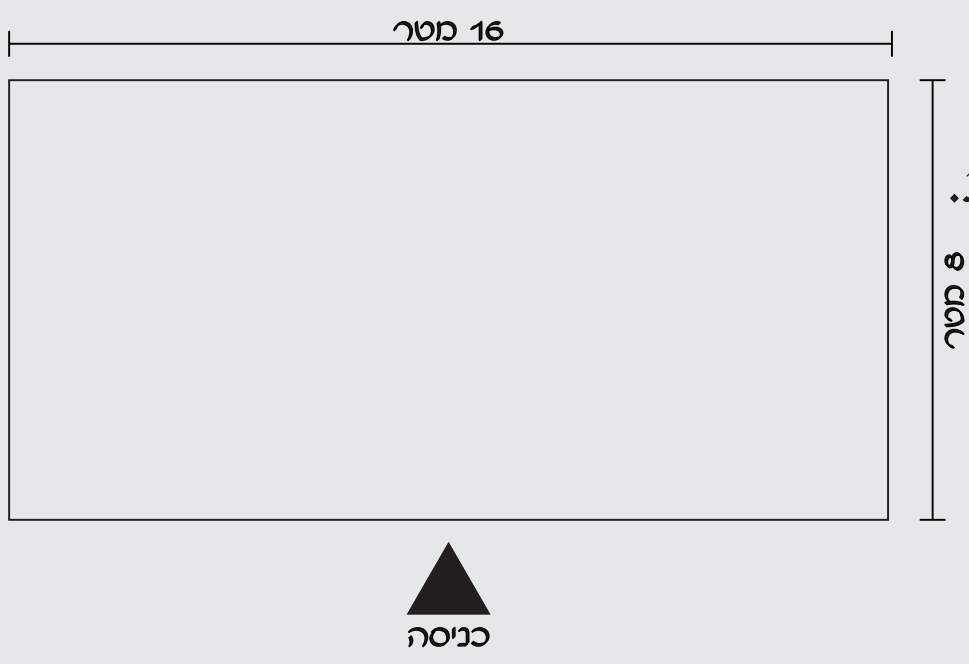
ניתוח כללי: מלבני שוכב, ארוך וצר.
פרופורציית המלבן האורך פי 2 מהרוחב- נעים ונוח.

יחידת מסחר לא פינתית

החנות בנויה לרוחבה. כניסה לרוחב נותן את התחושה של חלל פתוח (הפוך מחלל אורכי שנותן תחושה של מנהרה משהו צר). התחושה של הפתיחות מתקשרת לי לנושא בכך שאני רוצה להעביר תחושה של אפילויות אבל בצורה מחבקת, החלל הפתוח נותן מקום להרגיש מרחב, חופש...

קומה ראשונה: קומת המכירה המרכזית של המוצר
קומה שניה: קומת מכוון אישי וקפה

כניסה מהמרכז- מאפשר אופציית בחירה של התנועה בחלל- מעביר את החופש והפתיחות.



קומה ראשונה:

קופה:

- עמדת קופה
- כיסא קופה
- 2 קופות

עמדת המוצר:

- 5 סטנדים מדפים למוצרים (סטנד לכל טווח גילאים)

הסברה:

- מדפי הערכות (ידיים)
- טלוויזיות הסברה
- סטנדים לפלאיירים (הסברה על המותג ורשימת פחדים)

מחסן:

- ארון איחסון
- סולם לארון

קומה שניה:

- 3 שולחנות בר
- 6 כיסאות
- טאבלטים

- עמדת מכירה קפה ומאפה ומתוקים

תאורה:

מחסן:

- תאורת תיקרה

חלל מרכזית:

- תאורת תיקרה שקופה
- תאורה על מדפי המוצר
- ספוטים בקיר ידיים להדגשה
- לוגו מרכזי מואר
- לוגו קופה- מואר
- ספוטים פסלי ידיים (חלק אחורי קופה)

מדרגות:

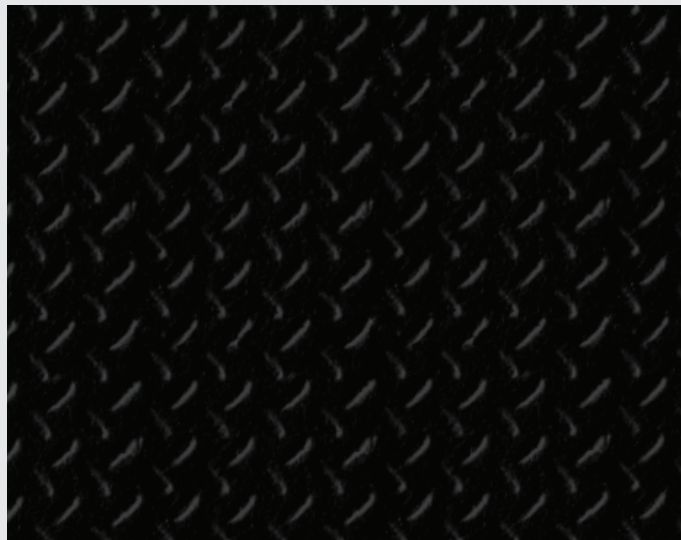
- פסי לד מדרגות
- תאורת קיר בפודסט

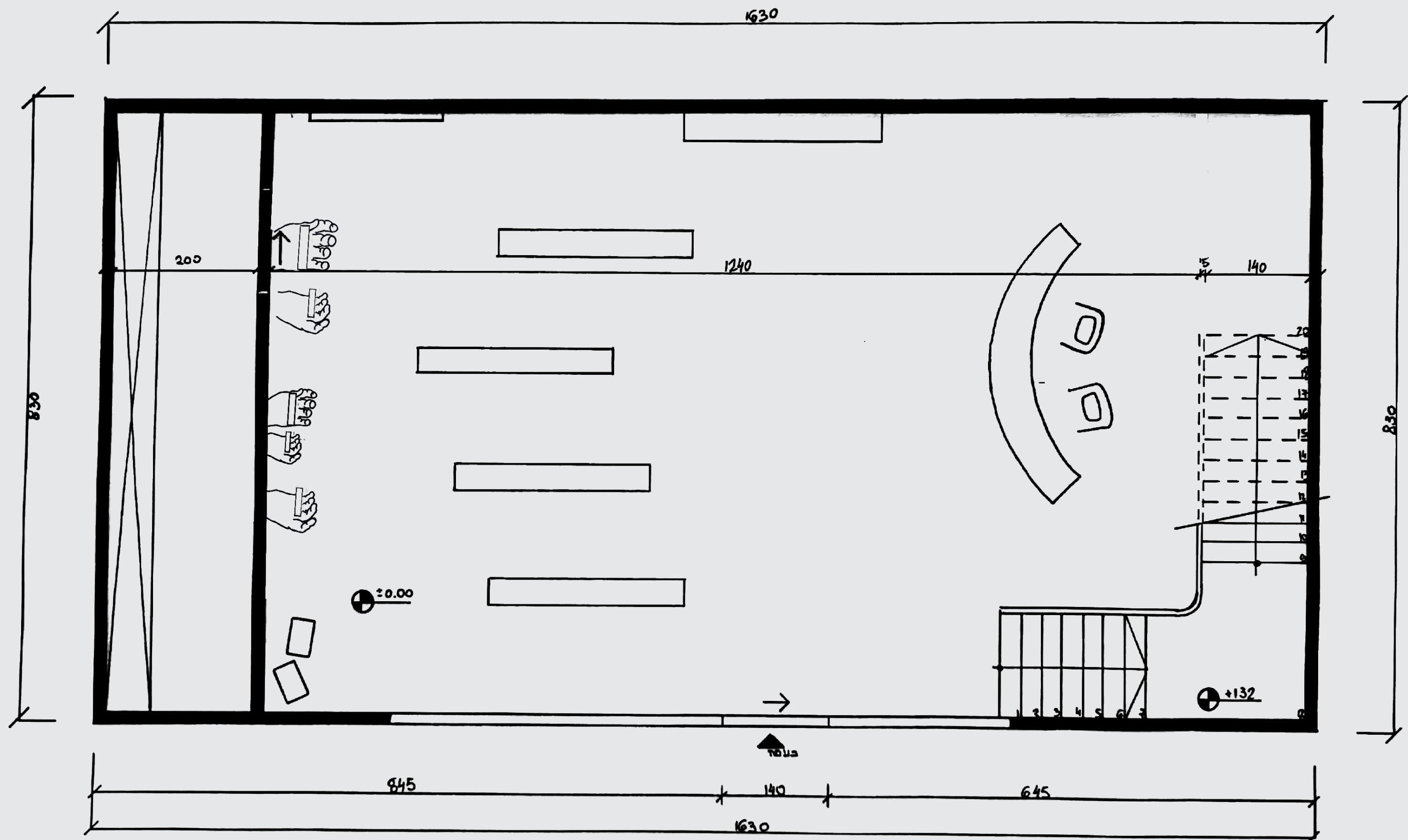
קומה 2:

- תאורת תיקרה

צבעוניות: החנות תהיה ברובה שחורה ואפורה כשהאריזות צבעוניות ובכך "מכניסות את האופטימיות" לחנות.

חומרים: שילוב בין חומר המתכת ה"זולה" הנותנת את התחושה האפלה ומהיושנת - לאבן השחורה המסמלת את הניצחיות העל זמנית. המתכת החומר הקר לאבן החמה. כל זה עם המוצר העסוי מקרטון פשוט כמו אריזות בדואר הישן.



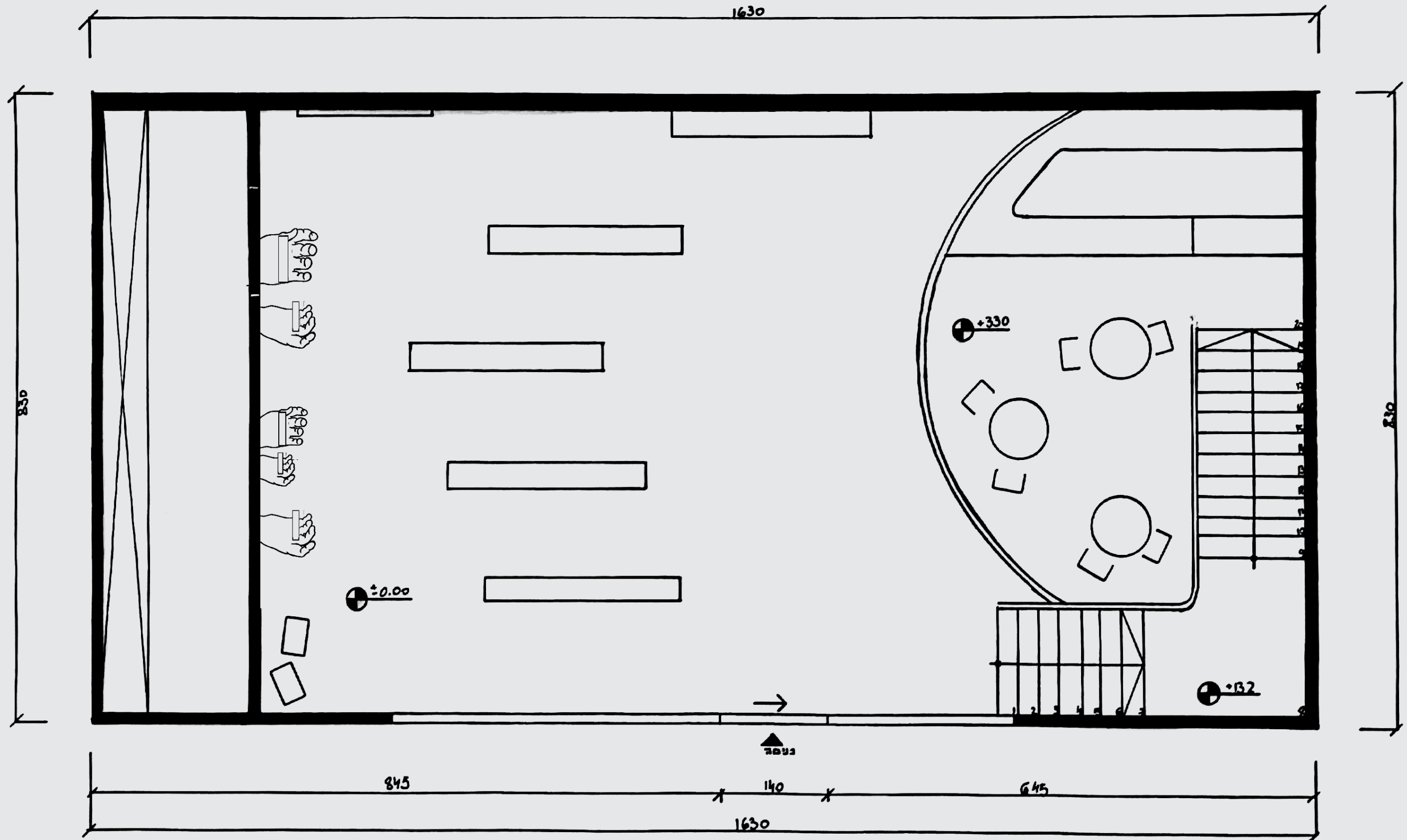


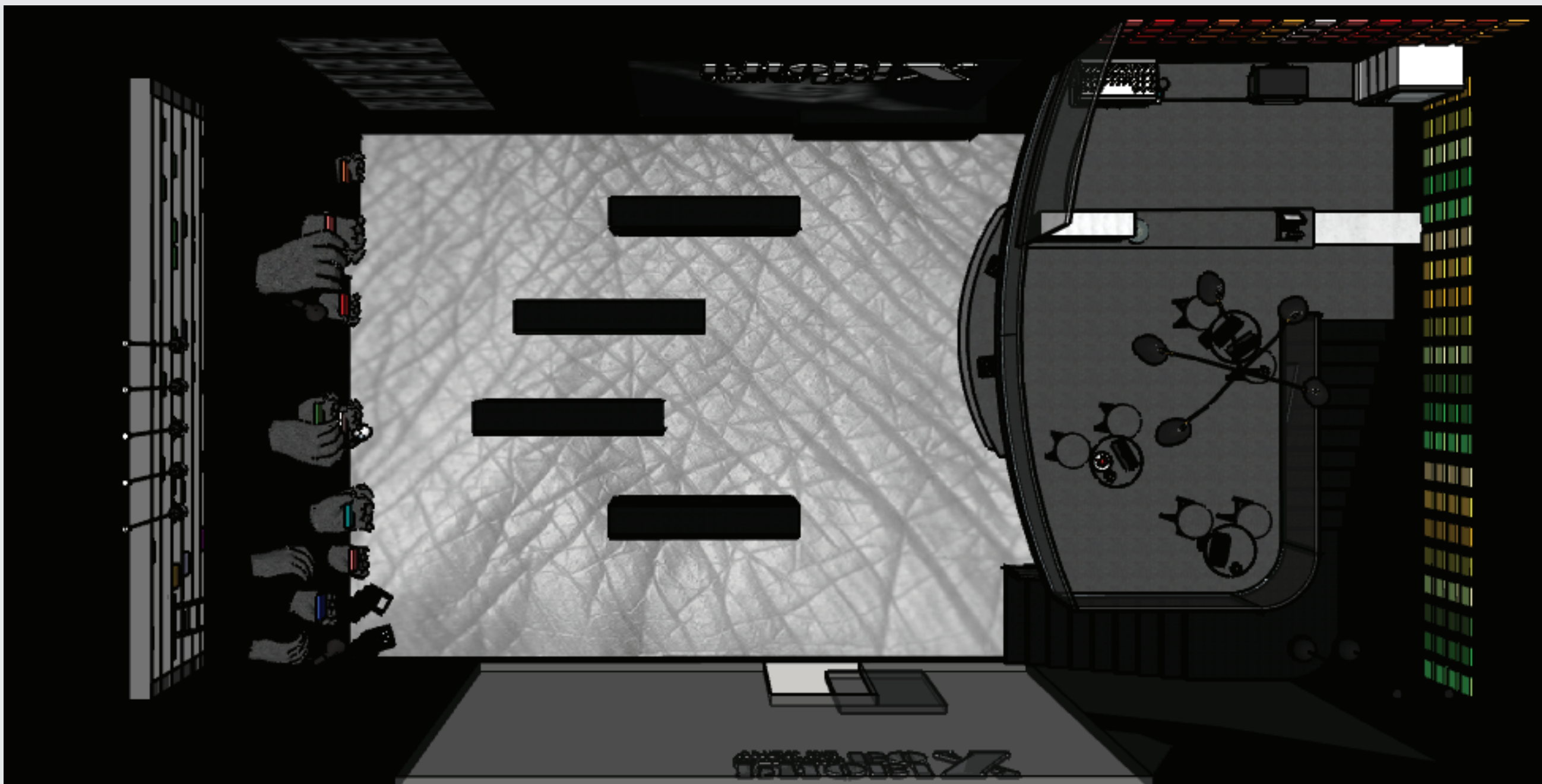
שרטוט- חתך אופקי מפלס 1

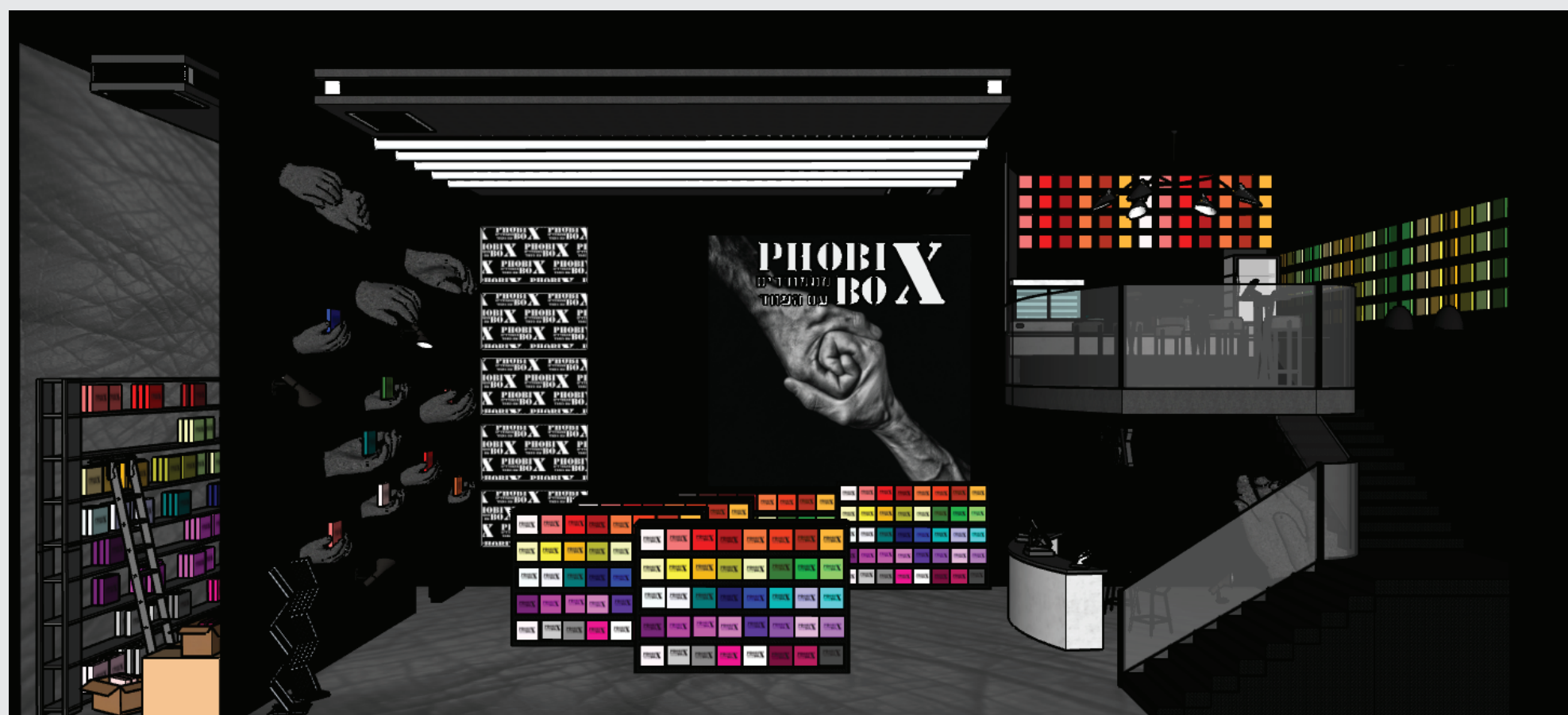
שרטוט- חתך אופקי מפלס 2

פרויקט גמר בעיצוב פנים

עדן כהן

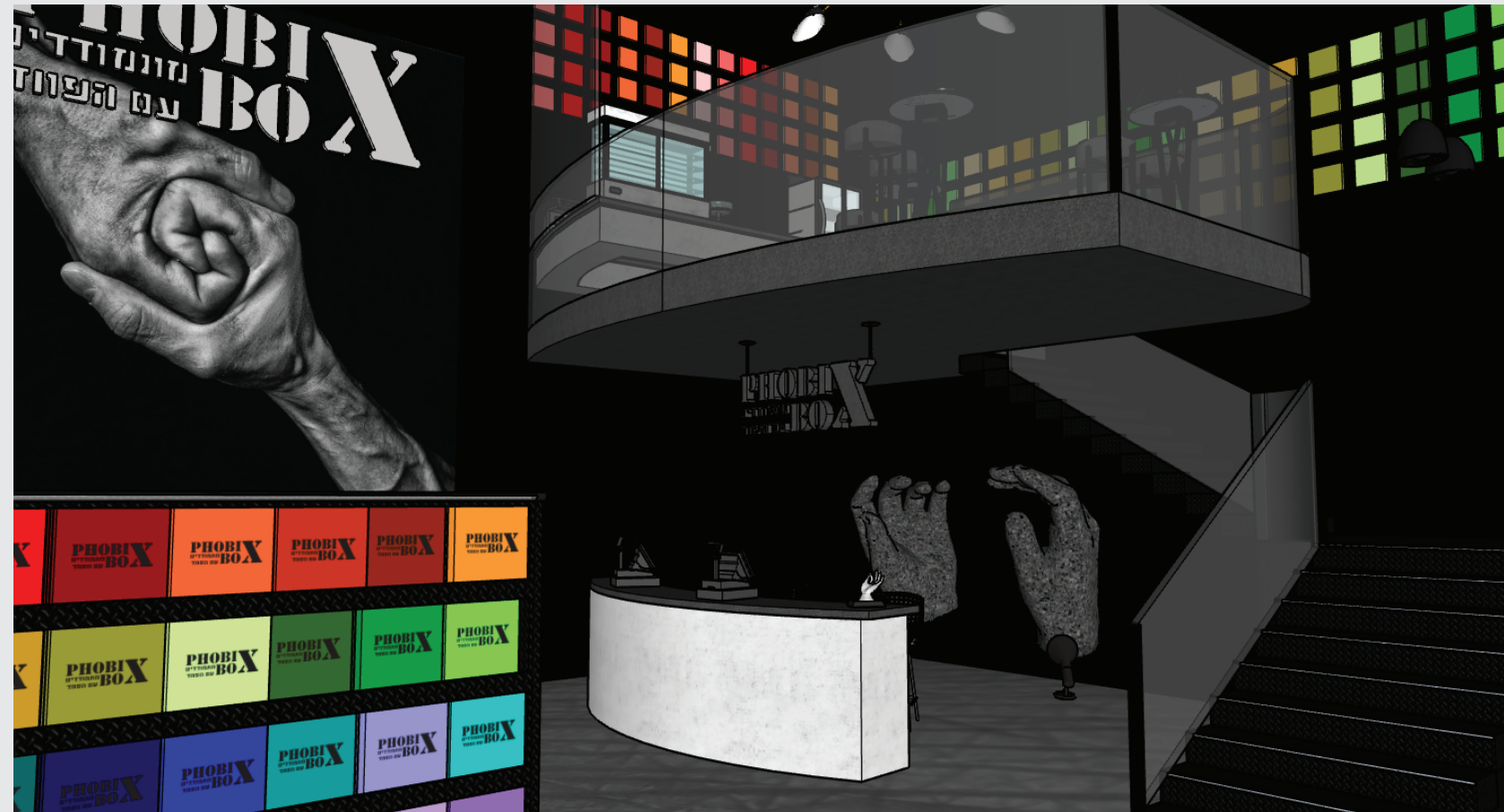






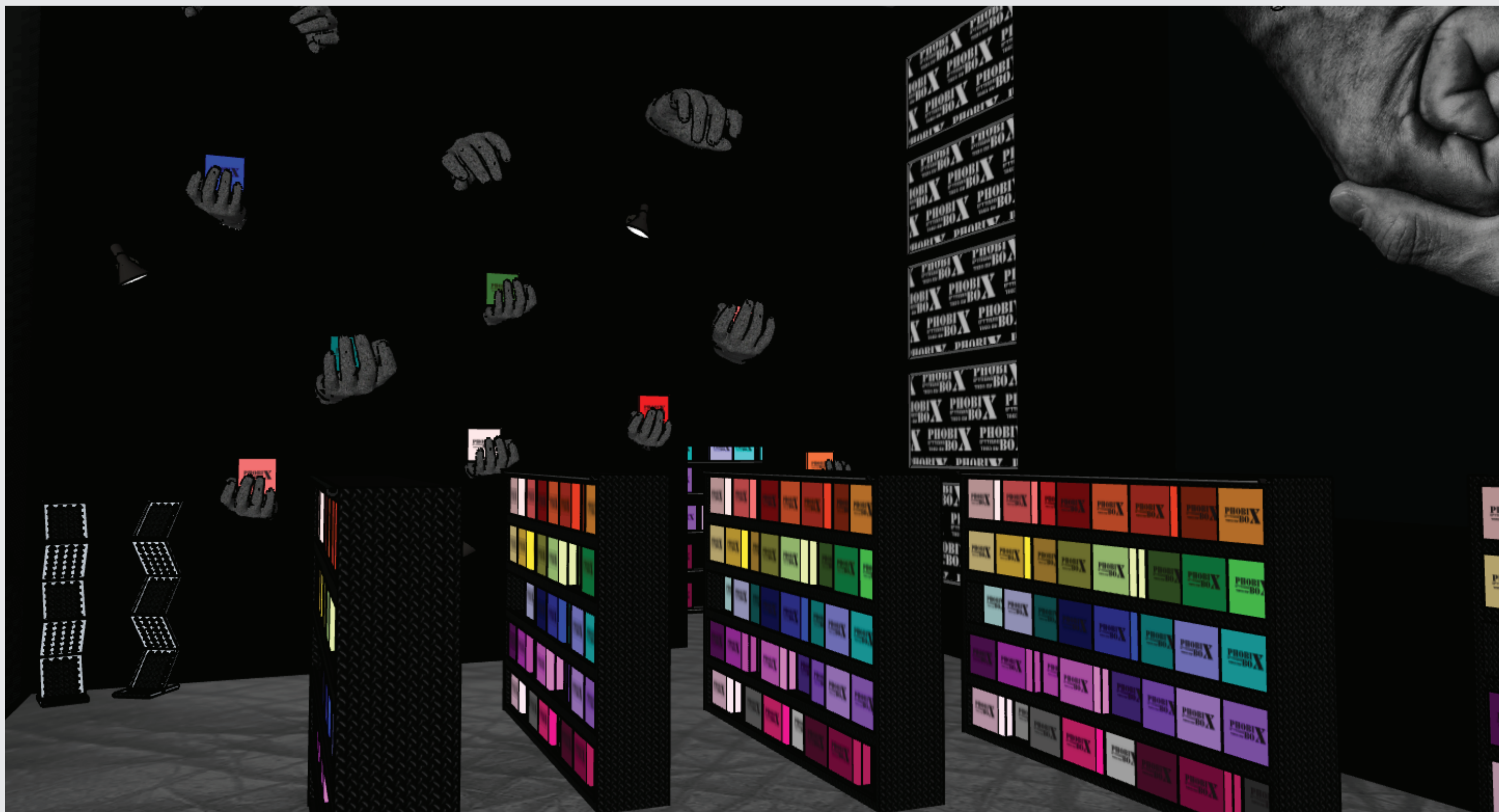
מבט פנים כללי

פרויקט גמר בעיצוב פנים



מבט אל הקופסה

פרויקט גמר בעיצוב פנים



קיר הידיים

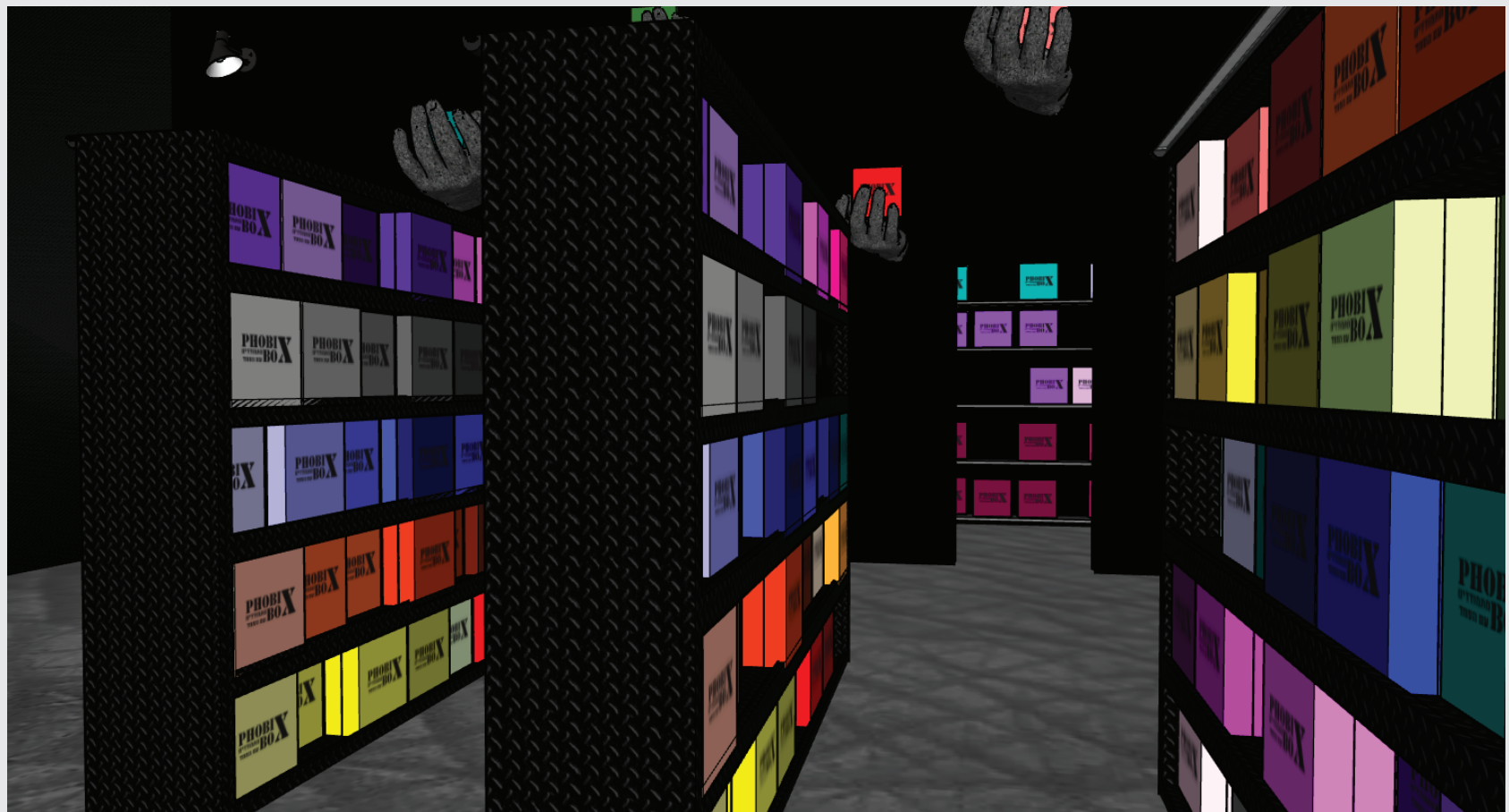
פרויקט גמר בעיצוב פנים



מפסלס עליון- קומת מכון וקפה



מבט ממפלס עליון למפלס תחתון



כניסה אל מחסן ופנימה

פרויקט גמר בעיצוב פנים



תודה רבה!