

# New York City RETAIL Tour

Pokud se řekne RETAIL, není mnoho měst, která by ho mohla definovat lépe. A to nejenom na začátku století, kdy se sem jezdil Tomáš Baťa inspirovat a kdy vznikaly první samoobslužné prodejny. NYC je mekka RETAILu. Město, které nikdy nespí a kde si můžete (pokud na to máte) koupit vlastně cokoli. Ne nadarmo se New Yorku říká BIG APPLE, NYC je skutečně BIG. Proto je celkem složité udělat jednoduchý průřez těch nejzajímavějších obchodů. Do hry vstupuje několik čtvrtí. Vzrůstající Chelsea, poklidné Soho, soutěživý Brooklyn nebo pulzující Midtown. A zde možná i začneme. Tou největší klasikou bývávala vždy 5tá Avenue v okolí Central Parku. Nepřehlédnutelný Apple Store je sice aktuálně v rekonstrukci, ale za vidění stojí klasické luxusní značky od LV až po Saks Fifth Avenue. Aktuálně je začátek plný turistů, kteří si fotí Trump Tower, a kromě Nike Town na 57. ulici (ten je tedy také zavřený z důvodu rekonstrukce) je to oproti dřívějším letům trochu bída. Ale pojďme dál.



**Dyson Demo Store**, 640 5th Ave, New York

První zastávkou bude Dyson. Nedávno otevřená prodejna rozvíjí nový koncept, který představuje a zákazníkům dovolí osahat každý detail produktu. Poprvé jsem ji viděl v Torontu, kdy se mi podařilo dostat dovnitř už den před otevřením a vše si tak prohlédnout v klidu.



**Adidas**, 565 5th Ave, New York

Je málo obchodů, které takto striktně a komplexně drží koncepční linku. Nový koncept „stadium“ vypráví tento příběh do posledního detailu. Od osvětlení, navigační systém až po zábradlí na schodištích a tribuny pro návštěvníky. Vše „on brand“. Vše Adidas.



**North Face**, 510 5th Ave, New York

Personalizace je všude. Už ani Apple nemá jen jeden iPhone a nikdo nechce všechno od Ikea. A tímto směrem jdou i globální značky. Mít bundu jako každý druhý je nuda. Chceme mít vlastní názor a říci ho jasně. I o tom je rok starý obchod NF.



**Muji**, 475 5th Ave, New York

Muji je životní styl. To není jen o produktech. Naproti Bryant Park, kde se shodou okolností v zimě skvěle bruslí, najdete jejich nejnovější flagship.





**L'Occitane Flagship**, 170 5th Ave, New York  
 Krásný obchod naproti Flatiron Building, který se snaží svým zákazníkům přinést nejen produkty, ale také znalost a jejich používání = vztah. Prodejna má kromě mnoha digitálních nosičů, právě pro účely edukace, variabilní dekorace, které se mění na sezónní bázi a pomáhají zákazníkům nacházet v obchodě vždy něco nového.



**Warby Parker**, 819 Washington St, New York  
 A zase online. Levné plastové brýle za 99 dolarů dělají v retailu větší rotuku, než kdokoli kdy předvídal. WP otevírá kamenné prodejny jak houby po dešti a jsou úspěšní. Nejde přeci jenom o prodej. Důležité jsou i další služby.



**Samsung 837**, 837 Washington St, New York  
 První neprodejní koncept Samsungu byl u Columbus Circle a jmenoval se trefně Samsung Experience. Verze 2.0 zakotvila v Meatpacking District. Kromě toho, že opět nic neprodává, je to komunitní místo, kde se buduje vztah se značkou.



**Chelsea Market**, 75 9th Ave, New York  
 A teď trošku z jiného soudku. O jídle. Nově rekonstruovaný Chelsea Market je skvost mezi všemi „food hall“. Je libo humra nebo ústřice nebo čokoládu z Brooklynu? Skvělá možnost občerstvit se před další dobrodružstvím retailu.



**Sonos Flagship**, 101 Greene St, New York  
 Prodávát jen reprobedny je prostě nuda. Ti chytří neprodávají produkty, ale řešení. A to, jak se to povedlo Sonos, stojí určitě za návštěvu. A když už budete na vlně nákupu reprobeden, zajděte naproti do Devialet. Stejná kategorie, ale jiný zážitek.





**Converse**, 560 Broadway, New York

Je personalizace a personalizace. U té jedné si můžete vybrat barvu tkaniček nebo vám na produkt vyšijí vaše iniciály. Ty progresivnější vám dokonce vytisknou na 3D tiskárně jednu z předem definovaných ozdob. Ale že byste si mohli vybrat úplně vše, od materiálů až po poslední cvok, to jen tak úplně běžné není. Good job Converse!



**Casper**, 627 Broadway, New York

První kamenný obchod v historii firmy a hned na Broadwayi. Hravost a důraz na kvalitu produktu. Zákazník si může na všechno sáhnout nebo se nerušeně vyválet v posteli v uzavřeném „pokojíčku“. Experiential retail.



**SOHO Nike Flagship SoHo**, 529 Broadway, New York

18. listopadu roku 2016 jsem čekal brzo ráno před obchodem Nike v Soho, až se konečně otevřou dveře. Nový koncept prodává spíše volnost a chuť sportovat než jen kvalitní boty a příjemné tepláky. Současně oslavuje všechny, kteří chtějí něčeho dosáhnout.



**Everlane**, 28 Prince St, New York

Udržitelný rozvoj je důležitá věc. Byť se to může zdát mnohdy jen jako marketingový tahák, Everlane tímto konceptem dýchá. Představuje veškeré části „supply chain“, včetně jmen jednotlivých dodavatelů, jejich marže a konkrétního procesu dodávek. A teď otevřel svůj první obchod, kde si například můžete poslechnout zvuky zachycené během výroby v jejich moderních „friendly“ továrnách.



**Chelsea Story**, 144 10th Ave, New York

Jediný obchod svého druhu na světě. Na tříměsíční bázi mění produktové portfolio, dekorace, nábytek, prostě všechno. Koncept inspirovaný časopisem je vlastně samostatným médiem. Aktuálně značku koupilo Macy's.

Petr Šimek, WELLEN RETAIL EXPERIENCE