

Это кульминация!

Флагманский *оптический салон* сети «Тамара» – заветное место для всех, кто осведомлен о роли очков в имидже. Но это ведь не мемориал оптического дизайна, а проект пассионарный и динамичный. Потому свой 23-й день рождения «Тамара» встретит не просто в новом облике, а в новом статусе. По прежнему адресу, но как заново родившись. О нюансах этого преображения и аспектах жанра *eye fashion* – наш разговор с *Татьяной Проскуриной*, директором этого яркого проекта.



Татьяна Проскурина, директор сети оптических салонов «Тамара».

Татьяна, салон на Державина – бесспорный лидер в теме «оптическая мода». Что же побудило к переменам, если вы и так впереди?

Мне не нравится понятие «лидерство», оно избыточно спортивное. Нам нравится не «рваться вперед», нам нравится выходить за рамки. Потому и преображение – это поиск новых оттенков своего творческого «я».

Как изменится концепция салона?

Перемены большие. Изменился сам титул места – теперь это «модный дом оптики». У нас теперь вдвое больше пространства – 250 квадратных метров. Отдельный зал для медицинской оптики, отдельный – для солнцезащитных очков. Мы теперь сможем подать оптическую моду на энциклопедическом уровне. От демократичных новинок на острие дизайна до очков-сенсаций из уникальных материалов, за которыми не грех и из другого города приехать. Расширится и средний сегмент – в общем, рост будет комплексным. Масштабно будут поданы темы, с которыми многие коллеги

работают по остаточному принципу – детская оптическая мода, спорт. Обычные, «гражданские» очки во многих ситуациях спортивной жизни попросту немислимы, потому поиск решения у большинства упирается в контактные линзы. Да, линзы во многих случаях – практичный и логичный вариант. Но отнюдь не единственный. Есть специальные спортивные очки – специальные небьющиеся линзы, оправы, учитывающие спортивную эстетику, а главное – эргономику спорта. Например, очки с заушниками «Stripe», сделанные в форме позвоночника, с лица не падают в принципе. Столь же сложная тема – детские очки. Особые формы, особые цветовые решения, материалы, учитывающие динамическую специфику даже самых маленьких детей. Еще одно интересное предложение – так называемый family look. Например, взрослая оправка Dolce & Gabbana и к ней – её малышовая версия. Не менее интересная тема – очки для подростков. Очень увлекательный дизайнерский мир – уже не детство в чистом виде с его ярко-ребячливыми решениями, но еще и не взрослая эстетика. Это что касается собственно товара. А есть еще и сервисные аспекты. Мы планируем «огранить до блеска» весь сервисный треугольник.

А что это за треугольник?

Триада «производство, диагностика, консультации». Сервисный комплекс. Во-первых, у нас очень хорошая лаборатория, делаем максимально объемный ремонт – не только доводку заушников, но и за самые сложные случаи беремся. Комплектующие получаем марочные, от производителей – благодаря прямым связям. Во-вторых, у нас хорошо поставлена диагностика. В составе модно-

го дома есть офтальмологический кабинет с передовой техникой и лицензией. Наконец, иным будет и уровень гостевого комфорта – появится большая лаунж-зона. Выбор очков – процесс вдумчивый и неспешный. Потому лаунж-стиль тут не излишество, он логичен. В общем, мы не просто стали больше в два раза. Мы вышли на уровень максимального представления темы.

Перемены большие. Изменился сам титул места – теперь это «модный дом оптики». У нас теперь вдвое больше пространства – 250 квадратных метров.



го дома есть офтальмологический кабинет с передовой техникой и лицензией. Наконец, иным будет и уровень гостевого комфорта – появится большая лаунж-зона. Выбор очков – процесс вдумчивый и неспешный. Потому лаунж-стиль тут не излишество, он логичен. В общем, мы не просто стали больше в два раза. Мы вышли на уровень максимального представления темы.



К слову, о моде. Каковы сейчас её тренды?

Во-первых, появился большой слой – чисто оптические бренды. Раньше тренд-мейкерами были модные дома, сделавшие репутацию на текстиле, трикотаже и обуви. Но сейчас у универсальных дизайнерских бюро, у брендов прет-а-порте появились соперники – молодые компании, специализирующиеся конкретно на очках. Еще одно интересное и сложное новое явление состоит вот в чём: оптическая мода отходит от тотального культа бренда. Сейчас производители по-иному берегут свое марочное «я» – методом «сужения дверей». То есть, путём ограничения сообщества продавцов, которые эту марку могут представлять в своих странах и городах. Кстати, нашу реконцепцию все партнеры оценили благожелательно.

У «Тамары» и фасад теперь очень выразительный, даже парадоксальный, неожиданный для темы «оптика»...

Да, мы решили играть на парадоксах. Обычно ведь что ассоциируется с фасадным дизайном салонов-оптик? Металл, стекло, композитные полимеры. Мы же решили уйти от типично-банальных ходов, заменив материалы, прямолинейно ассоциирующиеся с темой на темное дерево. А новые окна без переплетов – метафора ясного и радостного взгляда на мир. Для модного дома любые небанальные, удивляющие ходы приемлемы если они позитивны и не вредят психологическому комфорту клиента. Смелость нам не порок, раз уж мы решили подать понятие «эксклюзивность» более объемно, оттеночно, стереоскопически. Эксклюзивность – это не только ценовая исключительность. Не только «величие цены», но еще и художественная энергетика, эстетическая актуальность. Потому в ас-

сортименте модного дома будут и недорогие позиции – это наше принципиальное решение.

А нет ли в этом риска для концепции?

Нет, я не считаю, что это «уронит тему». Потому что мы в оптической моде за 23 года достигли



Мы в оптической моде за 23 года достигли уверенно-глубокого знания предмета, чувствуем весь «рельеф темы».

уверенно-глубокого знания предмета, чувствуем весь «рельеф темы». Оптика – это наше семейное, родовое дело. Умение выбирать очки – это для нас из разряда «как дышать». Потому я за концепцию спокойна совершенно. Ведь она родилась не как прихоть, даже не как занятный и остроумный замысел, она именно вызревала. Можно сказать, все остальные стадии жизни салона – это предыстория. А нынешний модный дом – кульминация. ☺



TAMARA

Сеть оптических салонов TAMARA
г. Новосибирск, ул. Державина, 20;
ул. Ильича, 6; ул. Кирова, 25; Морской пр., 21.
salon-tamara.ru tamaraoptics

