

İç mimarlık sektörü ve günümüzde
baskının pazardaki rolü

THINK DÉCOR

GİRİŞ

Mevcut Avrupa
dekorasyon
pazarı

PERSPEKTİF

Dekorasyon alanını
şekillendiren önemli trendler

İÇGÖRÜ

BHS'ler için fırsatları
ortaya çıkarıyoruz



Canon

İçindekiler

03 GİRİŞ

04 GÜNÜMÜZDE DEKORASYON

06 DEKORASYONUN GELECEĞİ

10 DUYUSAL PAZARLAMA İLE DENEYİM YARATMAK

12 BASKIDA YÜKSELEN TRENDLER

14 TASARIM İLE DEKORASYON

16 YENİLİĞİN GELECEĞİ

18 3 BOYUTLU BASKI

20 SONUÇ

23 YENİ ADIMLAR



“

Dekorasyon, bir yerin şık veya güzel şeylerle döşenmesi veya süslenmesidir

”

“Şirketler, tüketicilerine ürün veya hizmetin bir parçası olduğu hikayeler anlatarak onlarla duygusal bağ kuruyor”

AB Dışişleri Bakanı

Dekorasyon alanındaki trendler sürekli değişiyor. İster ofisler, perakende alanları ve toplantı için kullanılan otel odaları gibi ticari iç mekanlara ister bireysel tüketicilere yönelik olsun, tasarımdaki bu hareketler iç mekanların daha uyarlanabilir, çekici ve her zamankinden daha dinamik olmasını gerektiriyor. Zaten kendini ifade etme hakkını talep eden bir Avrupa ekonomisinde bu son derece doğal bir durum.

Ticari ve endüstriyel ortamlardan ev eğlence sistemindeki yeni dalgaya kadar, şu anda dekoratif uygulamaları keşfetmekte olan pazarlardaki büyüme, endüstriyel baskı sektörünün 2020 itibarıyla 107 milyar doların üstüne çıkmasını sağlayacak.¹

Think Décor, ister tüketiciler ve onların bireyselliğe olan ihtiyaçları ister talep üzerine ekonomisinin yarattığı baskı olsun, Avrupa dekorasyon endüstrisini şekillendirmekte olan trendleri ve markalar ile tüketicilerin endüstrinin büyümesini tanımlamaya nasıl yardımcı olduğunu ele alacak. Hem mevcut hem de gelecekteki manzaraya bakarak baskı hizmeti sağlayıcılarının (BHS'ler) tamamen ısmarlama bir deneyim yaratmak için baskı çözümlerini kullanarak bu çok yönlü pazardan nasıl faydalanabileceğinin altını çizecek. ○

1: İşlevsel ve Endüstriyel Baskının 2020'ye Uzanan Geleceği, Smithers Pira, 2015

Günümüzde dekorasyon

Avrupa dekorasyon endüstrisi yavaşlayacağına benzemiyor, zira dijital baskı pazarının 2024 yılında, 2013'teki değeri olan 120,9 milyar dolardan %225 daha yüksek olması bekleniyor.² Hatta geçen yıl tasarımda en çok büyüyen sektörlerin bazıları kıyafet ve iç dekorasyona yönelik tekstil, ambalajlama, duvar kağıtları ve iç mekanlardı.³

Bir dizi farklı sektöre baktığımızda görüyoruz ki bizler dış görünüşe çok fazla önem veriyoruz. Ancak, tasarımın ön plana çıktığı noktada, hedef kitle, işlev ve maliyet gibi dekorasyonun arkasındaki uygulamaya ilişkin faktörlerin gözden kaçırılmaması önemlidir.

Örneğin, endüstriyel ortamlara **yönelik dekorasyonu** ele alalım. Öncelikli olarak yoğun iş gücünü motive etmek ve ilgisini çekmek için kullanılan dekorasyonun, marka kimliğini güçlendirirken müşteriyi etkilemesi de bekleniyor. 2015'te değerinin 67 milyar dolar olduğu bildirilen işlevsel baskı ve endüstriyel sektörün önümüzdeki yıllarda önemli bir artış göstererek 2020'de 107 milyar doları geçeceği tahmin ediliyor. Döşemeler de dahil olmak üzere baskılı dekorasyon ve laminatlar şu anda bu sektörün en fazla büyüyen uygulamalarından biri.⁴ Bunun nedeni dijital baskının ideal çözümü sunmasıdır. Bu yüzden iç dekorasyon uygulamalarını üretmek BHS'ler için daha erişilebilir bir niş haline geliyor.

Aynı şekilde, perakende sektöründeki **rekabet**, tüketicileri elde tutma isteğiyle ateşleniyor. Tasarımın deneyim yaratmak için nasıl kullanıldığına dair harika bir örnek, perakendenin yüksek tempolu yapısının alanların gerektiğinde yenilenmesine olanak tanıyan esneklik konseptini getirmesidir. Çok kanallı pazarlamanın yükselişi, tüm kanallarda sorunsuz bir perakende deneyimi yaratmak için perakendecileri, müşteri deneyimiyle ilgili yaklaşımlarını tekrar gözden geçirmeye itti. Perakende trendleri nihayetinde basılı işaret levhalarına olan talep üzerinde büyük bir etki yaratabilir, zira dünya çapındaki basılı satış noktası ve perakende işaret levhası pazarının 2020'de 49,8 milyar dolara ulaşması bekleniyor.⁵

Diğer bir örnek de markanın her yerde olduğu **konaklama** endüstrisidir. Muhtemelen hemen fark etmesek de dekoratif masa kaplamaları ve restoran menülerinden duvar kaplamalarına ve kumaş şemsiyelere kadar küçük detaylar bir markanın hikayesini anlatmak için toplu olarak kullanılır. Görsel öğeler tüketiciler için kapsayıcı bir deneyim yaratılmasına yardımcı olurken, geniş formatlı yazıcılar da BHS'lerin hayata yaratıcı bir vizyon katmasına yardımcı olabilir.

Söz konusu **tüketiciler olduğunda**, odak noktası evlerini daha güzel hale getirmektir. Yumuşak eşyalar, duvar kağıdı, cam, seramik veya laminat aracılığıyla bizi temsil eden bir alan yaratma tutkumuz, son derece kişiselleştirilmiş iç mimari öğelerine yaptığımız harcamaları artırdı. Dijital baskı tüketici çağı için biçilmiş kaftandır, zira küresel ev dekorasyon pazarının 2020 itibarıyla 644 milyar dolar getirmesi bekleniyor.⁶ Avrupa'da internetten ev eşyası satış pazarı sadece 2015'te 30 milyar avroya ulaştı.⁷ Avrupa'da IKEA gibi önde gelen satıcılar dahil özelleştirilmiş ev dekorasyon ürünleri ve şirketlerinin yükselişiyle, önümüzdeki yıllarda pazarın daha da büyüyeceğini söylemek yanlış olmaz.

Avrupa dekorasyon endüstrisi son beş yılda önemli ölçüde büyüme kaydederken, endüstrinin gelecekteki büyümesini şekillendirecek olan şey bugünkü trendlerdir. ○

2: İşlevsel ve Endüstriyel Baskının 2020'ye Uzanan Geleceği, Smithers Pira, 2015

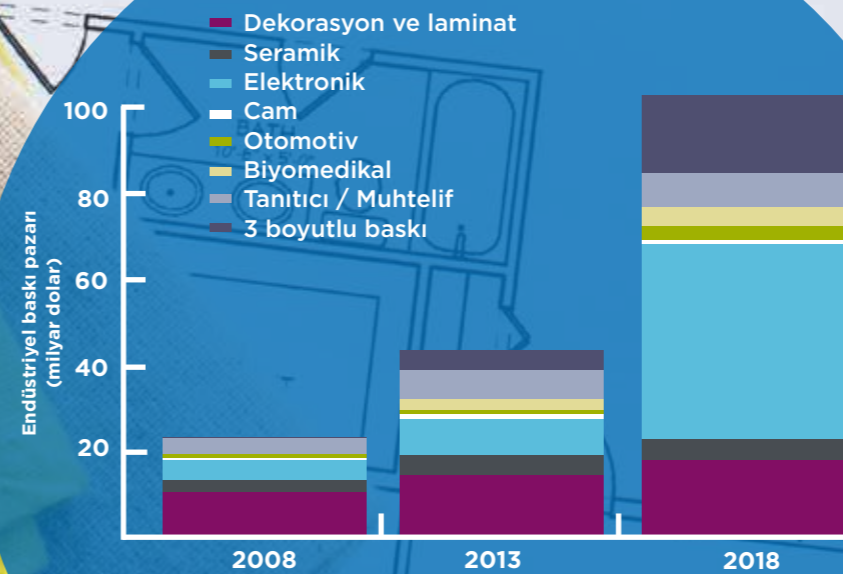
3: 'Küresel endüstri gelecek için iyimser', Print Week, 2015

4: Endüstriyel Baskı pazarının 2018 itibarıyla 103 milyar doları geçmesi bekleniyor, Smithers Pira, 2014

5: Basılı satış noktası/işaret levhası pazarının 2020 itibarıyla 49,8 milyar dolara ulaşması bekleniyor, Smithers Pira, 2015

6: Ürüne göre Ev Dekorasyon Pazarı - Küresel Fırsat Analizi ve Endüstri Tahmini 2014 - 2020, Birleşik Pazar Araştırması, 2015

7: Ürüne göre Ev Dekorasyon Pazarı - Küresel Fırsat Analizi ve Endüstri Tahmini 2014 - 2020, Birleşik Pazar Araştırması, 2015



“

İnkjet büyük değer katacak. Ancak inkjet'in herhangi bir endüstriyel süreçte başarılı olması için, doğru çözümün üretilmesini sağlamak amacıyla hem imalatçıların hem de müşterilerin liderlik göstermesi gerekir. Büyük ölçekli endüstriyel baskı için bu kolay olmayabilir, ancak inkjet'in üreticilere sunacağı esneklik, gösterilen çabaya, yapılan yatırıma ve harcanan zamana değer. Şu anda inkjet'e yatırım yapma fırsatını değerlendirenler rekabette avantaj sağlayacaktır.

Marcus Timson, Kurucu Ortak, Inprint ”

Dekorasyonun geleceği

İnsanlar kimlik kazanma ihtiyacıyla hareket eder. Diğerlerine kim olduğumuzu net bir şekilde gösterebilmek isteriz. Refah düzeyinin artması sadece kendini ifade etme ihtiyacının ortaya çıkmasını tetikledi, zira tüketiciler şu anda kendi marka kimliklerini, yani hem kendilerini tanıtan hem de hatırlatan kişiliği yaratmaya önem veriyor.

Ancak tüketiciler bu benzersizlik hissini ararken markalar da onların ilgisini canlı tutmanın yollarını arıyor. İç mimari şirketleri müşterilere kendi ürünlerini tasarlama fırsatı vererek müşterilerin bireyselliğe duyduğu ihtiyaca cevap veriyor. Dijital baskı, özelleştirme için bir platform sağlayan, hem de nispeten düşük maliyetli ve daha da önemlisi hızlı teslim süresi sunan çözümler sayesinde kişiye özel hizmetlere gösterilen bu talebi mükemmel bir şekilde karşılıyor. Hem baskı şirketleri hem de tasarımcılar günümüz dünyasında zaman ve hızın önemini anlıyor ve takdir ediyor. Örneğin, mobilya tasarımcısı Brad Sewell zaman fikrini alarak tasarım sürecine dahil etti. Sewell'in Campaign mobilya serisi, parçaların UPS ve FedEx yönergelerine uyan boyut, şekil ve ağırlıklarda üretilmesini amaçlıyordu. Bu da, sorunsuz teslimat ve kolay sığmanın yanı sıra müşterileri birden fazla teslimat gününün yarattığı zorluklardan kurtarıyordu.⁸

Daha küçük ölçekli ticari baskı çoğunlukla tüketici deneyimine odaklanırken endüstriyel baskının daha ziyade üretim ve üretim yöntemlerine odaklandığının farkında olmak önemlidir. Dijital yöntemlerin bu sektörde kullanılmaya başlanmasının daha uzun süre almasının nedeni de budur. Günümüzde IKEA gibi şirketlerin başarısı bireysel düzeyde yarı özelleştirilebilir dekorasyonun büyümesinin göstergesi niteliğindedir. The Print Foundry gibi baskı şirketleri evleri dekore etmek için bireyselleştirilmiş baskıların kullanılmasına yönelik artan istekten zaten istifade ediyor. Özellikle inkjet baskının kaydettiği büyümeyi de düşünürsek gelecekte daha fazla değişiklik ve kaymalar bekleyebiliriz.

Kâr amaçlı çoğu baskı gibi dijital baskının da önemi artıyor. 2008'de inkjet, endüstriyel baskının %5'inden azına tekabül ederken 2012'de %19'un üzerindedir.

ve Smithers Pira'nın tahminine göre inkjet'in 2018'de değer anlamında pazarın %30'undan fazlasını oluşturması bekleniyor.⁹

McDonald's gibi satıcılar bile müşterilerin ilgisini farklı şekillerde çekmek için restoranlarını canlı grafiklerle yeniden tasarlayarak benlik duygumuza hitap ediyorlar.¹⁰ Markalar konseptlere odaklanırken BHS'ler de müşterilerin etkileşimde bulunabileceği yaratıcı malzemeler üreterek vizyonu hayata geçiriyor. Broşürler ve posterlerden büyük ölçekli reklam panolarına, hızlı, ucuz ve yüksek kaliteli dijital baskı, şirketlerin günlük bazda çok kanallı pazarlama kampanyalarını başarılı bir şekilde yürütmesine yardımcı oluyor. >

“

Dijital baskı, yaratıcılığı eşsiz projelere dönüştürmenin etkin ve kolay bir yoludur. Özel alanlar yaratmamızın yanı sıra otel ve restoranlar gibi yerleri kişiselleştirmemize olanak tanır. Özel bir duvar resmi, duvar kağıdı veya cam resmi üretmemiz gerektiğinde hem sanatsal hem de pratik uygulamalar için dijital baskıyı kullanıyoruz.

Schoos Design CEO'su Michael Berman

”

Doğal olarak dekorasyondaki son teknolojiye karşı çıkanlar da var. Birçok endüstriyel baskı şirketi analog baskıya büyük yatırım yaptı ve bunun için haklı sebepleri var. Örneğin döşeme imalatında dijital inkjet baskı genellikle en pratik çözüm değildir. İmalat süreleri çok uzun ve kaliteli üretime talep yüksek. Ayrıca nihai ürünün de sağlam ve dayanıklı olması gerekiyor. Herhangi bir teknolojinin, mevcut çalışma şeklini korumayı tercih eden bir pazar tarafından kabul görmesi için çok daha sıkı çalışması gerekir. Bu da endüstriyel baskı için tam dönüşümün gerçekleşmesine biraz daha zaman olduğu anlamına geliyor.

InPrint Dekorasyon Anketi 2016'ya göre, seramik gibi dekorasyon uygulamaları için dijital baskı kullanıp kullanmamaya karar verme sürecini esas etkileyen faktör, bir şirketin daha verimli ve rekabetçi olmasını sağlama potansiyelidir. Yaratıcı potansiyel önemli olsa da her zaman yeterli değildir. Dünya değişiyor ve tüm endüstriler küçük partiler halinde üretim yapıyor. Bunun nedeni, nihai müşteriden gelen talebin sürekli değişmesidir. Analogun kendisi bu trende oynamıyor. Dijital ise oynuyor. Döşeme üretim şirketleri bunu iyice anladığında esnek üretim seçenekleri sağlamak için dijital kullanmak istemeye başlayacaklar, çünkü bu, onların rekabetin içinde kalarak para tasarrufu yapmasını sağlayacaktır. ○





Hayatımızın
%80'ini
 iç mekanlarda
 geçiriyoruz

Duyusal pazarlama ile deneyim yaratmak

“...dijital cihazların dünyayı domine ettiği bir çağda, sadece görsel veya işitsel reklamcılığın ötesinde tüketicilerin duyularını harekete geçirerek onların ilgisini çekmek son derece güçlü olma potansiyeline sahip.” – Marketing Week

Perakende firmaları dekorasyonun ardındaki duyusal ve psikolojik önemi anlamaya başlıyor. Duyusal pazarlama hâlâ yükselen bir trend olsa da şimdiden perakende ve konaklama dünyasında derin bir etki yaratmış durumda.

Hayatlarımızın ortalama %80'ini¹¹ iç mekanlarda geçirdiğimiz düşünülürse, bulunduğumuz ortamın, üzerimizde bu kadar büyük bir etkisinin olmasına şaşırılmamalıdır. İster verimliliğimizi ister ruh halimizi veya genel refahımızı etkilesin, etrafımızdakiler büyük bir rol oynar. Uzmanlar 2016'dan beri gerçeklik pazarlamasının yükselişe geçmesini bekliyor. Bu kapsamda özellikle 4 boyutlu sinema ve video da dahil olmak üzere ilave duyusal deneyimlerin önümüzdeki on yılda hızla yükseleceği öngörülmüştür.¹²

Etrafımızdakilere karşı doğal hassasiyetimiz bireyleri, belirli özellikleri taşıyan ortamlar aramaya itti. Fiziksel rahatlık (ortamın doğru sıcaklıkta olması gibi) ve fizyolojik rahatlık (ortamın tanıdık olması ve doğru miktarda uyarıcı içermesi) buna örnek olarak gösterilebilir. Markalar artık beş duyunun tamamına hitap etmenin önemini anlamaya başlıyor ve baskı çözümlerinin de rol oynadığı çok duyulu pazarlama kampanyalarına yatırım yapıyor.

Duyusal pazarlamanın yüksek profilli bir örneği McCain'in "kokulu reklam" kampanyasıydı. Bu kampanya firmanın Hazır Kumpir ürününü tanıtmak üzere Birleşik Krallık'taki 10 otobüs durağında yürütülüyordu. Otobüs duraklarındaki altı yapraklı posterler 3 boyutlu fiber glas kumpirlerle donatılmıştı. Bu kumpirler düğmeye basıldığında ısınarak fırında pişmiş patates kokusu yayıyordu. Posterler ayrıca tüketicileri Hazır Kumpirleri denemeye teşvik etmek için indirim kuponları da dağıtıyordu.

Günümüzde baskı şirketlerinin önündeki çok duyulu çözümlerin artışı, rakiplerinden sıyrılmak isteyenler için heyecan verici bir fırsat. Ancak çoğu, nereden ya da nasıl başlayacağını bilmediği için bu alanı keşfetme konusunda hâlâ kararsız. Bu alandaki uzmanlara danışarak hizmetlerini çok duyulu çözümleri kapsayacak şekilde genişleten baskı şirketleri, gerçek anlamda yenilikçi kampanyalar üzerinde çalışma fırsatı gibi mükafatlarını da göreceklerdir. ○

¹¹: Christine Piotrowski, İç mimar olmak: Tasarım alanındaki kariyerlere yönelik bir rehber.
¹²: 2016 için en iyi duyusal pazar trendleri, Marketing Week, 2016

Baskıda yükselen trendler

“

Daha yenilikçi, sürdürülebilir ve akıllı dekorasyon yarışında dijital teknoloji güçlü bir yardımcıdır.

Gjora Elkeslasi,
Elkeslasi Surface Design

”

Dekorasyon trendleri baskı teknolojisindeki gelişmelerden en iyi şekilde faydalanmak için sürekli değişip dönüşürken tasarımcılar da iç mekan dünyası konusunda daha fazla risk alıyor.¹³

3 boyutlu baskıya sahip fiber optikleri düşünün. Öğrenci M.Grossl, iç mekânlarda kullanılacak modüler bir ışıklandırma sistemi oluşturmak için 3 boyutlu baskıdan yararlandı. Sistem, her yere sığacak şekilde özelleştirilebilecek modüler bir petek yapısı oluşturmak için 3 boyutlu baskıya sahip bileşenler kullanıyordu. Ya da 3 boyutlu duvar kağıdı. twenty2 şirketinin tasarımcıları Kyra ve Robertson Hartnett, New York Sanat Koleji Pratt Institute ile ortak çalışarak 3 boyutlu duvar kağıtlarından oluşan bir koleksiyon hazırladı. Beş stilde mevcut olan duvar kağıdı, özel 3D gözlüğüne gerek kalmadan 3 boyutlu efekti veriyordu.

Diğer bir örnek de mutfaklara yönelik özelleştirilmiş koruyucu panellerdi. Zira tasarım stüdyosu Complete Graphics kısa süre önce müşterilerine dijital baskı yardımıyla kişiselleştirme hizmeti sunacağını duyurmuştu. Bütün bunlar IDC'nin önümüzdeki on yılda dijital dönüşüme kurumsal bağlılık diye nitelendirdiği evrimin bir parçası ve sonunda dijital dönüşüm ekonomisinin ortaya çıkmasına vesile olacak gibi görünüyor. İsraili şirket Elkeslasi Surface Design'ı ele alalım. Dijital platform kullanımı sayesinde şirketin çalışma biçimi değişti ve tasarımcılarının farklı süreç ve dokuları deneyerek benzersiz bir uygulama serisi yaratmasına olanak tanıdı. Mesela eski bir sanat olan kakmacılığı yeniden keşfetmek için dijital teknolojiden yararlandılar. 16. yüzyıla ait bir sanat olan kakmacılıkta sanatçılar dekoratif desenler, tasarımlar ve resimler yaratmak için ahşap kaplama parçalarını bir yapıya uyguluyordu.

IDC, dijital iş stratejilerinin yükselişinin, 2016'yı da geçerek kurumların BT harcamalarının yarısından fazlasından sorumlu olacağına inanırken, büyüyen dijital dönüşüm ekonomisi de dijital tedarik zincirleri ve dağıtım kanallarının ölçeğini büyütürken önemli bir faktör haline gelecek. IDC'nin tahminlerine göre 2018 itibarıyla büyük kuruluşların yarısından fazlası dijital tedarik ve dağıtım ağlarının ölçeğini büyütme için endüstri bulut platformları oluşturacak ve/veya onlarla işbirliği yapacak.

Avrupa dekorasyon endüstrisinin baskı üzerindeki doğrudan etkisi aşikar olsa da, baskı teknolojisindeki yeniliklerin de tasarım sürecinin üzerinde aynı derecede büyük bir etkiye sahip olduğu yadsınamaz bir gerçektir. ○

Twenty2, 3 boyutlu duvar kağıdı
Görüntü kaynağı: <http://www.digitaltrends.com>



3 boyutlu objeler ve süs eşyaları

3 boyutlu baskının hızı ve hassasiyeti iç mimariyi büyük ölçüde etkiledi. Süs eşyaları ve oyuncaklardan çanak ve kaplara, sadece saatler içinde son derece karmaşık modeller üretebilmesi bir yetenek dalgasına ilham kaynağı oldu.

Posterler ve baskılar

Eşsiz sanat eserleri bir alana bireysellik katar. Society 6 gibi internetten sipariş üzerine baskı hizmeti veren sanat perakendecilerinin yükselişi, uygun fiyata bağımsız sanatın yeniden dirilmesine önyak oldu.

Yer

Endüstriyel baskının tasarımları toplu üretme kapasitesi, baskılı döşeme ve yer muşambası üretiminde akla gelen ilk yöntem olmasını sağladı. Daha kişiye özel projelerde ise, dijital baskı kullanılarak elde edilen canlı desenler bitirilmiş yüzeye uygulanmak üzere ana kaplama malzemesine uygulanabilir.

Duvar kaplamaları ve duvar kağıdı

Baskılı duvar kaplamaları ofisler, dükkanlar, kafeler gibi ticari alanların yanı sıra etkili grafikler ya da hemen göze çarpmayan, temalı veya kurumsal marka oluşturma için de idealdir.

Kumaş

Kumaşlar söz konusu olduğunda, aralarında kaplamalar ve aktif maddelerin de bulunduğu işlevsellikler dijital baskı kullanılarak geleneksel yöntemlere göre çok daha etkin bir şekilde uygulanabilir.

Tasarım ile dekorasyon

Günümüzde baskı hizmeti sağlayıcıları baskının sınırlarını zorlayarak dijital ve 3boyutlu baskı teknolojisindeki son gelişmelerden faydalanan eşsiz alanlar yaratabiliyor. Biz de burada kişiye özel bir ortam yaratmak için başvurabileceğiniz en yaygın uygulamaları ele alıyoruz.

Yenilik süreci

Geniş Format Yazıcılar

165 milyar dolar değerindeki küresel dekoratif tekstil pazarı, FESPA ve sektör danışmanı InfoTrends tarafından geniş format sektörünün en heyecan verici büyüme uygulaması seçildi. 21,2 milyar dolarlık dekoratif laminat pazarı ve 26 milyar dolarlık duvar kaplaması sektörüyle birlikte geniş format baskı sağlayıcılarına çok sayıda fırsat sunmaktadır. Buna karşılık, geniş formatlı baskı da günümüzde yaygın olan toplu özelleştirme taleplerinin karşılanmasına yardımcı olabilir.

Dijital baskı, bir yerin bireyselleştirilmesinde önemli bir rol oynar. Kısa baskı süreleri ve kişiselleştirme gibi faydaları, hem tüketicilerin hem de kurumsal müşterilerin evlerinde veya iş yerlerinde eşsiz bir görünüm elde etmesini sağlar; otel lobileri için çevresel grafiklerden ve perakende teşhir salonlarından imitasyon mermer duvar panelleri gibi özel yapı malzemelerini gerçek malzemelerden çok daha ucuza üretmeye kadar.

Canon'un Think Personal raporunda vurgulandığı gibi, geniş formatlı baskı imalat ve üretim süreçlerini basitleştirmenin yanı sıra verimlilik ve iş akışı kalitesini de daha önce hiç olmadığı gibi optimize ediyor.

Günümüzde, yaratıcı müşterilerin kendilerini eşsiz şekillerde ifade etmelerine olanak tanıyan web tabanlı, talep üzerine baskı çözümlerine ulaşmaları son derece kolay. Dahası, fiziksel ürünler ve dijital ürünler arasında yeni bağlantılar ortaya çıkmaya başlıyor. Bu durum da pazarı daha dinamik hale getiriyor. Web'den baskı sayesinde her ölçekten BHS, kişiselleştirmeyi bir hizmet olarak sunabilir. Yazılımdaki gelişmeler, uzman becerisi olmadan ürünleri imgelerle veya içerikle özelleştirmenin bir yolunu sunuyor. Ayrıca müşterilerin artık kendi ürünlerini tasarladığı ve yükselişte olan "kendi içeriğini kendin hazırla" trendini de destekliyor.

Bolton at Home, kaydettiği büyümeyi ve Bolton'daki evlerle gayrimenkullerde 124 milyon sterlinlik iyileştirme yapma azmini desteklemek için iki yeni ofise taşındı. İç tasarımın kuruluşun vizyonunu ve isteklerini yansıttığından emin olmak için de tasarımcı Stella Corrall'dan yardım aldı.

Lintec Graphic Films ve onun Vitrocolour film ürünüyle çalışan Corrall hayal gücünün sınırlarını zorlayarak hem ışık hem de alan açısından optimal bir çalışma ortamı yaratırken şirket açısından önemli olan mahremiyeti de göz önünde bulundurdu.

Tasarım ekibi, oyuklar ve buzlu özelliklerin yanı sıra cesur renk kullanımı gibi çeşitli baskı efektlerini araştırdı. İstenilen sayıda renkle bastırılabilen Vitrocolour, tasarımcıların çizilmeyen, canlı ve göz alıcı cam yüzeyi uygulamaları tasarlamasına olanak tanıdı. Işığın iletimi, renk ve konumlandırma öğelerinin hepsi, ortamın doğasına uygun hale getirilen ısmarlama uygulamalar sunmak üzere çeşitlendirilebilir.

“

İnsanın içini ferahlatan bir çalışma ortamı yaratmak için ofislerin her kısmı farklı bir hisse ve renk paletine sahiptir

”

Tasarımcı Stella Corrall,
Lucentia Design,
enquiries@lucentia-design.com



3 boyutlu baskı

3 boyutlu baskının hayatımıza girmesi çeşitli sektörler üzerinde derin bir etki yarattı. Gartner, dünya çapında 3 boyutlu yazıcılara yapılan nihai kullanıcı harcamasının 2015'teki 1,6 milyar dolardan 2018'de yaklaşık 13,4 milyar dolara yükselmesini bekliyor. PwC de ev dekorasyonuna yönelik özel baskının, yükselişte olan önemli kullanım alanlarından biri olacağını öngörüyor.

3 boyutlu baskı, imalat ve mühendislik şirketlerinin çalışma biçimini kökten değiştiriyor ve yaratıcı endüstrilere, özellikle de dekorasyon endüstrisine çok sayıda fırsat sunuyor. Canon'un Ürün Tasarımı raporunda ele alındığı gibi, 3 boyutlu baskı, ürün tasarımı sürecine büyük faydalar sağlıyor.

Pazar ve müşteri onayından emin olmak için basılmış prototip öncesi modelleri paylaşma, yenilikçi düşünmeyi keşfetme ve sonraki aşamalarda reddedilmeyi önlemek için daha sık test gerçekleştirme imkanı paha biçilemez bir avantajdır.

3 boyutlu baskının daha kapsamlı ekonomik sonuçları da önemlidir. McKinsey Global Institute'un araştırmasına göre 3 boyutlu baskı, 2025 yılı itibarıyla küresel ekonomi üzerinde 550 milyar dolara ulaşan bir etki yaratabilir.

3 boyutlu yazıcıların nispeten hızlı ve ucuz süreçlerle gittikçe daha erişilebilir hale gelmesi beklenirken dekorasyon endüstrisinin üzerindeki etkisi de yadsınmaz. 3 boyutlu baskı tasarımcıların yeni malzeme kombinasyonlarıyla, yeni şekillerle ve yapılarla denemeler yapmasına olanak tanıyor ve şimdiden hem ticari ortamlarda hem de ev ortamlarında mobilya, aydınlatma ve dekoratif süs eşyalarının tasarım ve üretiminde kullanılıyor.

Aydınlatma tasarımcısı Robert Debanne 3 boyutlu baskıyı geleneksel baskı yöntemlerinin ötesinde düşünme arzusuyla kullanarak modern tasarımlarının her birinin içindeki mozaikleri ve geometrik desenleri aydınlatacak araçları sağlıyor.

Bu aynı zamanda türünün tek örneği olan kişiselleştirilmiş eşyalar üretmek için de ideal bir süreç. O

“

3 boyutlu baskı sayesinde insanlar mobilyadan aksesuara her şeyi kişiselleştirme gücüne sahip olacak. Çok az kişinin kitleler için tasarım yaptığı çağdan milyonların tasarımcı parçalarını kendi kişisel zevklerine göre özelleştirdiği çağa geçiş yapacağız.

”

Hollandalı tasarım stüdyosu Freedom of Creation'ın kurucu ortağı Janne Kyttänen

Bir ileri teknoloji şirketinin akustik tavanı:
Akustik çözüm olarak kullanılmak üzere U şeklinde bükülen baskılı alüminyum paneller (Lameller).
Elkeslasi Surface Design

Sonuç

Üretim yapabilmek bir şey, satış yapabilmek tamamen başka bir şeydir. Dijital baskılı dekorasyonun başarılı olması için şirketlerin yatırım yaparak doğru cihazlarla ve doğru danışmanlıkla hizmetlerinin kapsamını genişletmeye gönüllü olması gerekir. Günümüzün kişiselleştirilmiş, özelleştirilmiş dünyasında, dijital baskılı iç dekorasyon yaşadığımız, çalıştığımız ve eğlendiğimiz alanları kökten değiştiriyor ve bu durumdan en çok yararlanacak olanlar da BHS'lerden başkası değil. İsmarlama üretim yapma imkanı zaten ezber bozan bir durum, ancak bunu her zamankinden daha da geniş bir ölçekte yapabilmek, devrim yaratma potansiyeline sahip.

Hepimiz baskının gücünü ve çeşitli endüstrilerde ilk tasarım aşamasından nihai üretime kadar çeşitli şekillerde kullanılabileceğini biliyoruz. Birçok BHS zaten baskıyı çeşitli malzemelerle uygulanacak şekillerde kullanıyor. Ancak fırsatlar gerçekten sonsuz ve tüm işletmelerin kendilerini yükseltmek ve bilançolarındaki kâr-zarar hanesini iyileştirmek için baskı çözümlerini nasıl kullanabileceklerini araştırmaları gerekir. ○

“

Sürdürülebilirlik ve geri dönüşüm gibi küresel trendler günümüzün dekorasyon endüstrisinde fazlasıyla kendini gösteriyor. Mimarlar ve tasarımcılar çevresel kaynakları korumanın yeni yollarını ararken aynı zamanda da çimento, pas, ahşap ve mermer gibi doğal malzemeler kullanıyorlar. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda, gelişen teknolojiler sayesinde daha alışılmışın dışında uygulamalar görmeye başlayacağımız söylenebilir.

”

Giora Elkeslasi, Elkeslasi Surface Design

David Tower Oteli'nin Duvar Kaplaması:
Baskılı alüminyum kompozit paneller,
Elkeslasi Surface Design

Sonraki Adımlar

Araştırmanızı yapın

Ziyaret ettiğiniz her ortam konusunda hassassanız, dijital dekorasyonun sahip olduğu potansiyelin seviyesi sizi hayrete düşürecektir. Baskının alanların dekorasyonunda nasıl kullanıldığına ve karşılaştığımız dekorasyonun ne kadarının dijital baskılı olduğuna dikkat edin.

İşletmenizin en çok hangi alanlara yakın olduğunu göz önünde bulundurmak da önemlidir. Dekorasyon pazarının farklı alanlarının farklı gereksinimleri vardır.

Bu gereksinimler arasında şunlar yer alabilir:

- Yüksek değerli bir ortam yaratmak ör. konaklama ve restoranlar
- Müşteri deneyimini etkilemek ör. perakende satış noktası
- Estetik ve son derece işlevsel iç mekanlar sunmak ör. ticari alanlar ve hastaneler
- Kişiselleştirme ve özelleştirme ör. tüketici pazarları

Mevcut olanaklarınızı değerlendirin

Dekorasyonun hangi alanlarının pazarınızda en yüksek dijital benimseme oranlarına sahip olduğuna bakın. Dekorasyonda, dijital büyümeye uygun olan yerel trendler var mı? Kişiselleştirme ve özelleştirme ne kadar popüler? Tüketicilerin buna yeterli erişimi var mı? Son olarak da, şirket olarak hangi yaratıcı yeteneğe sahipsiniz ve tedarikçilerinizle müşterilerinizin hangi yeteneklerinden istifade edebilirsiniz? Malzeme imalatçıları büyümekte olan bu pazarlar için sürekli yeni malzemeler geliştirmektedir, bu yüzden yeni gelişmelere erişim sağlayarak rakiplerinizden bir adım önde olmak için yerel tedarikçilerinizle iletişim halinde olun. Mevcut müşterileriniz arasında dekorasyon uygulamalarıyla ilgilenenler varsa, bu başlangıç için ideal bir fırsattır.

Teknolojinizi göz önünde bulundurun

Büyümekte olan talep üzerine ekonomisinden istifade etmek için bazı dijital iş akışları ve süreçlerin uygulamaya koyulması gerekir. Benzersiz ve yaratıcı hizmetler geliştirmek için dijital baskı kapasitenizi diğer süreçlerle nasıl birleştirebileceğinizi kendinize sorun. Örneğin analog baskı süreçleri ya da 3 boyutlu baskı olabilir. Yazılım, uygulama öncesi işlemler ve sonlandırma gibi hangi baskı öncesi iş akışlarını araştırabilir veya kullanabilirsiniz?

Yüksek değerli efektler çok katmanlı mürekkepten oluşan dokular, cila desenleri veya özel sonlandırma efektleri kullanılarak yaratılabilir. Müşterileriniz için ilham verici numuneler yaratmak üzere denemeler yapın, yaratıcılığınızın ve baskı ekipmanınızın sınırlarını zorlayın. Orijinalliğin ilhamın anahtarı olduğunu unutmayın.

Örnekle yol gösterin

Son olarak, kendi tesisinizi dijital baskılı uygulamalarla dekore edin. Hizmetlerinizin bir parçası olan yaratıcılık, kalite ve uygulama yelpazesini bütünüyle görücüye çıkarmanın daha iyi bir yolu olabilir mi? Size ilham verecek ve rakiplerinizin önünde tutacak yaratıcı ilham ve konseptler için yerel tasarım ve dekorasyon fuarlarını gezin.

Canon ile Konuşun

Ürün uzmanlarımız, uygulama uzmanlarımız ve müşteri temsilcilerimiz size yardım etmeye hazır. Rulodan ruloya ve tabaka kağıt üretim yazıcılarından UV düz yataklı yazıcılara ve düz yataklı kesme sistemlerine, su bazlı mürekkep püskürtmeli yazıcılardan benzersiz CrystalPoint ve tek geçişli sistemlere kadar sektörün en büyük üretim baskısı portföylerinden birini temsil ediyorlar. Mevcut veya potansiyel baskı müşterilerinize olağanüstü hizmetler sunmanız için baskının ve malzemelerin sınırlarını zorlayacak beceriler kazanmanıza yardımcı olabiliriz. ○



Mikado Sanatı

Baskılı Alüminyum Mikado Çubukları,
Elkeslasi Surface Design

Sektörle ilgili daha fazla bilgi için, baskı sektörüne özel dergimiz Think Digital'a www.canon-europe.com/thinkdigital üzerinden abone olmak ister misiniz?

Dilerseniz bizi Twitter üzerinden de (@CanonProPrintUK) takip edebilirsiniz.

Canon