

חדשני, הייטקי ועדכני: הלוק החדש של התחנות



דלפק טרמינלים חדשני, יחידות טפסים מותאמות, מסכים דיגיטליים מתקדמים. הטוטו פותח במהלך רחב היקף לעיצוב מחדש של התחנות, שישפר את סביבת העבודה והשירות ללקוח. בטוטו החליטו להעניק עדיפות בהטמעה לתחנות בדרום ובצפון אשר נמצאות בסמוך לקווי העימות ולפטור אותן מהשתתפות עצמית במימון הטמעת העיצוב

שאמור לשדר עדכניות ורעננות, הכול תחת ערכי מותג ה-Winner. "אנחנו משיקים מהלך עליו עבדנו זמן רב - בחשיבה ובתכנון - שישפר הן את סביבת העבודה של בעלי התחנות והן את הנראות ויאפשר להם לשפר את השירות ללקוחות", אומר **איציק ברק**, מנהל המכירות הארצי בטוטו. "הציפיות של הלקוחות כיום נמצאות במגמת עלייה בעקבות החוויה שהם חווים בביקור בנקודות מסחר קמעונאיות בארץ ובעולם. חשוב על חנויות אפל או אפילו חנויות למכירת דברי ספורט. הלקוחות מצפים ליותר - הן בתחום השירות, הן בתחום הנוחות והן בתחום העיצוב. המהלך שיזמנו, נועד לענות בדיוק על

הטוטו יוצא בימים אלה במהלך רחב היקף לעיצוב מחדש של התחנות בכל רחבי הארץ. מדובר באחד הפרויקטים היותר משמעותיים שיזם הטוטו בשנים האחרונות והוא נועד לאפשר לתחנות לקפוץ קדימה בזמן ולהתייבב בחזית העיצוב הקמעונאי והחדשנות הטכנולוגית - לא רק בקנה מידה מקומי אלא בינלאומי. הפרויקט כולל הקמת דלפק טרמינלים חדשני, יחידות טפסים מודרניות המייצרות סדר וארגון ומסכים דיגיטליים אנכיים, שיכללו מסרים שיווקיים מתחלפים ויחליפו את הפוסטרים המודפסים הקיימים כיום בתחנות. כל המתקנים, האמצעים והאביזרים עוצבו לפי הקו העיצובי החדש שנקבע,



התחנות אינן זהות בגודלן. האם העיצוב החדש יתאם גם לגודלן של התחנות? בוודאי. אנחנו בהחלט מבינים את האילוצים של תחנות קטנות, למשל בגוש דן שם עלות מ"ר נדל"ן היא גבוהה. לאותן תחנות יצרנו פתרונות משולבים כך שניתן יהיה לנצל באופן אופטימלי את השטח. לדוגמה, למי שאין לו שטח גדול, יקבל יחידת קיר משולבת הכוללת טפסים ומסך מידע."

תהליך השדרוג, מדווח ברק, כבר החל למעשה בשטח כאשר חלק מהתחנות כבר מיישמות את הפתרון החדשני, הלכה למעשה. בעלי התחנות נדרשים להשתתף בחלק מעלות השדרוג. "מדובר בדמי רצינות שנועדו להבטיח את מחויבות בעל התחנה לנראות החדשה", הוא מבהיר. "למעשה, מרבית העלות נופלת על הטוטו שמסבסד את המהלך כולו, בפריסה ארצית, באופן מלא כמעט. התקציב שהקצנו השנה לטובת הנושא עומד על כשבעה מילון שקלים. סכום גבוה מאוד ואנחנו מאמינים שההשקעה הזאת תשתלם הן לבעל התחנה והן למועצה בראייה לטווח הארוך."

“ בעלי התחנות מאוד אוהבים את הקונספט החדש ומבינים את המטרות שעומדות בבסיס המהלך - עדכון הקו העיצובי, הצגת התכנים בפורמט דיגיטלי ועמידה בסטנדרט הנגישות ”

ציפיות אלה – לייצר חוויה בנקודת המכירה". ברק מזכיר, כי זה למעלה מעשר שנים שהקו העיצובי בתחנות לא השתנה ועלה הצורך להתאים את המוצרים לטרנדים שיש בעולם מבחינה עיצובית וטכנולוגית, תוך שמירה על זהות מותגית קיימת. כן עלה הצורך להתאים את התחנות לדרישות נגישות השרות. הוא גם מציין כי הקונספט החדש, משלב אמצעים

דיגיטליים שיחליפו בטווח הארוך את חלק מהחומרים המודפסים. "אי אפשר להמשיך לאורך זמן עם פוסטרים מנייר שמתיישנים ומתבלים", הוא מדגיש. "המעבר למסכים דיגיטליים, שיציגו מסרים שיווקיים שיעודכנו און ליין כל הזמן, הוא כבר לא רק שאלה של נראות, אלא גם של שיפור השירות והשיווק ללקוחות התחנות."

פונקציונליות, נגישות ומניעת תקלות

ברק מציין עוד, כי העיצוב החדש שם דגש גם על נושא הצגת הטפסים. "הפתרונות שאנו מציגים לניירת ולטפסים השונים מייצרים סדר, ארגון, נוחות שימוש ולוק הייטקי. אחרי הכל, בכל תחנה יש לא מעט טפסים, תוכניות, עלונים וחומרים שיווקיים. חשוב מאוד שכל אלה יוצגו בצורה נאה ומסודרת, במקום אחד שמרכז את כולם.

"בתהליך התכנון והייצור השקענו מחשבה רבה בכל פרט", מסביר ברק. "קח למשל את דלפק המכירה בו מוצב הטרמינל. הוא עוצב על פי עקרונות הנדסיים כדי להתאים למשימה. ירדנו עד לפרטים הקטנים ביותר, כמו ברגים וכיפופים, ודאגנו לעשות שימוש במיטב החומרים. הכל במטרה להבטיח פונקציונליות, נגישות ומניעת תקלות. כדי להשלים את התמונה העיצובית, הוספנו גם מערכת ישיבה בעיצוב חדשני - שולחנות, כסאות, כסאות בר - הכל בסגנון נקי ולא צעקני."





רעננות וספורטיביות בחזית הטכנולוגיה

מהלך השדרוג יצא לדרך אחרי תהליך ארוך של דיונים ועבודת מטה, שכלל מספר שלבים ובהם גיבוש הקונספט העיצובי החדש, בחירת ספקים ומעבר לייצור. את המהלך כולו ליוותה וביצעה חברת **קורן פתרונות חזותיים**, בבעלותו של **ליאור קורן** שהקצה לצורך הפרויקט, צוות ייעודי שלם למען ההצלחה שלו ופריסה מיטבית בשטח. חברת קורן כיום, היא בין החברות הבולטות בארץ בתחום של עיצוב מסחרי ופיתוח חוויית קניה. החברה מתמחה בעיצוב, תכנון, פיתוח, ייצור והתקנה של מתחמים מסחריים ונקודות מכירה מתקדמות.

"התוצאה היא מאוד מרשימה", מחווה ברק את דעתו. "השילוב בין מסך המידע הדיגיטלי, עם זכויות מחוסמת, יחידת המכירה של בעל התחנה המשודרגת עם חזית מרחפת, שבתוכה צג המכירה המראה ללקוח את פרטי העסקה שביקש ומסך דיגיטלי להצגת תוכן שיווקי, ויחידה אחת שמרכזת את כל הטפסים והחומרים השיווקיים בתאים מותאמים, עם תמיכה מותאמת וחומרים חדשניים למניעת עייפות החומר - הכל ישדר מודרניות ועדכניות. זה יאפשר לתחנות להיות אטרקטיביות יותר, נעימות יותר ומסבירות פנים יותר. הכל יהיה חדשני, ממותג, עם מראה אחיד ונקי, שישדר רעננות וספורטיביות בחזית הטכנולוגיה. במהלך הזה אנחנו גם מביאים לידי ביטוי את האסטרטגיה הכוללת שלנו בטוטו לשיפור טכנולוגי בכל מישורי הפעילות."

שאנו נמצאים. "התחנות בצפון הארץ ובדרומה שנמצאות בקו העימות יוכלו להטמיע את העיצוב החדש ללא השתתפות מצדן והעלות כולה תהייה על המועצה", מדגיש ברק. "מדובר בתחנות שרבות מהן נסגרו ופוננו ואנו חשים אחריות מוסרית כלפיהן. עלינו לדאוג להן כדי שיוכלו ליהנות מתנאי פתיחה משופרים במהלך שנת 2024.

מעבר לעדיפות לתחנות בצפון ובדרום, איך מתבצע תהליך ההטמעה?

"במהלך 2023 התכווננו להתחיל ולהחליף את הקו העיצובי ב-60 תחנות ברבעון האחרון של השנה. עם זאת, לאור הלחימה חל עיקוב. במהלך 2024 אנו צופים שנצליח להטמיע את הקו העיצובי החדש ולהגיע לכ-200 תחנות שיהנו מעיצוב מודרני."

איך הגיבו בעלי התחנות שבהן כבר הוטמע העיצוב מחדש?

"בהתלהבות רבה. בעלי התחנות מאוד אוהבים את הקונספט החדש, מתחברים אליו ובעיקר מבינים את החשיבות השיווקית שלו ואת המטרות שעומדות בבסיס המהלך - לעדכן את הקו העיצובי, להציג את התכנים בפורמט דיגיטלי ולעמוד בסטנדרט הנגשת השרות. אני מקווה שבשנת 2024 נראה יותר ויותר תחנות, בכל רחבי הארץ, מתהדרות עם הלוק החדש."

מהי ההערכה שלך לגבי השפעת העיצוב מחדש על הפעילות בתחנות?

"אני מאמין שהשדרוג יהפוך את התחנות למקום שכיף יותר להיות בו ונוח לשלוח בו טפסים. ההערכה של כולנו בטוטו היא שהעיצוב מחדש יאפשר מכירה נעימה יותר וחווייתית יותר. כשהסביבה היא יותר מזמינה ורגועה - אתה מוריד חסמי מכירה. כשאתה יוצר אווירה ספורטיבית ודיגיטלית שמשדרת מקצוענות - אתה מגדיל מכירות. בסוף, אני משוכנע, כל המהלך הזה יתורגם ליותר מכירות בתחנות."

כשהסביבה היא יותר מזמינה ורגועה - אתה מוריד חסמי מכירה. כשאתה יוצר אווירה ספורטיבית ודיגיטלית שמשדרת מקצוענות - אתה מגדיל מכירות



עדיפות לתחנות בצפון ובדרום

אחת ההחלטות המרכזיות שקיבל הטוטו מייד עם תחילת יישום המהלך בשטח הייתה, לתת עדיפות לבעלי התחנות שפוננו או נפגעו קשה במכירות העסק בצפון ובדרום, כתוצאה ממצב המלחמה