

Retail store & brand repositioning

Innisfree

The brief

2015년 이니스프리는 판교 플래그십 매장 건축을 위해 텐저린을 찾아왔습니다. 유니클로, 무지 같은 글로벌 SPA 브랜드로 자리매김 하기 위해 플래그십 인테리어 디자인을 의뢰하였고, 텐저린은 이니스프리를 새롭게 독창적인 고객 경험 및 브랜드 전략을 설립할 수 있도록 디자인 전략을 세웠습니다.

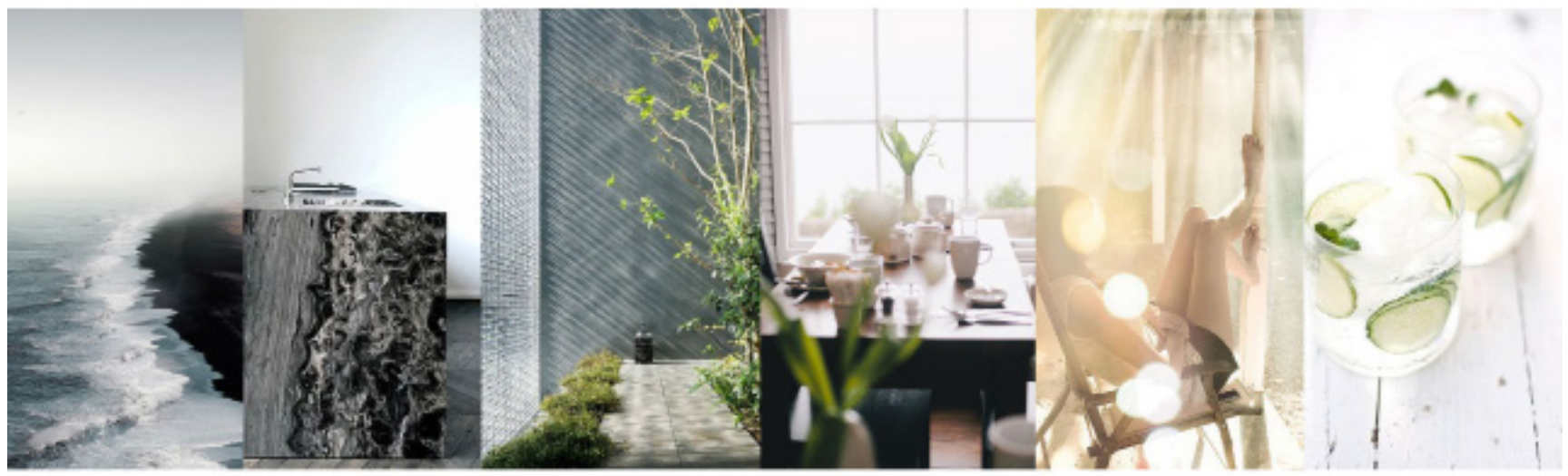


Key insights

런던에서는 고객 경험 및 리테일 사업 리서치, 전문가 인터뷰, VMD 전략 구성 등을 통해 사용자 통찰력을 확립하였습니다. 텐저린은 새로운 디자인 전략과 가이드를 제안하였고, 이니스프리의 기존 전략과 융합하여 고객의 브랜드 인지를 높히는데 도움을 주었습니다. 이니스프리는 단순히 뷰티제품 브랜드가 아닌 이니스프리 라이프스타일을 선택한다는 것을 중점으로 세계 시장에서 경쟁력을 가질 수 있도록 브랜드 컨셉을 확장하였습니다.



Discovering the benefits of natural living



Harnessing the power of nature found on Jeju
High contrast and drama, through materials and colour
Natural light where possible
Areas for recreation and refreshment
A relaxed, friendly and free atmosphere

The solution

제품 패키지와 디스플레이를 조정하였고, 내부 리테일 스토어 마감과 외부의 구조적인 형태를 통해 새로운 분위기를 제공하였습니다. 고객 동선을 고려하여 매장 제품군을 설정하였고 새로운 형태의 디퓨저 체험을 제공하여 고객경험을 풍부하게 하였습니다. 매장 가운데에는 뉴욕 아티스트 Richard Clarkson의 조명을 설치하여 브랜드 이미지를 강조하였습니다.



2층의 이니스프리 그린 카페에서는 이니스프리 제품군의 원료를 활용하는 음식과 음료를 제공하고 원목과 오두막 형태의 좌석을 배치, 고객들에게 자연 그대로의 효능을 전달하는 이니스프리의 제품과 라이프스타일을 느낄 수 있도록 했습니다.



The client says:

"Our new flagship store in Seoul helps to position Innisfree as a lifestyle SPA brand with an international appeal, says Innisfree CEO Se Hong Ahn, "tangerine is helping us to create a blueprint for a unique retail experience that's underpinned by an effective digital infrastructure."