

En offentlig uppvisning av skarpsinnighet

Lägg till kommersiellt värde genom intelligent skyltning

När kunder besöker en återförsäljares lokaler återspeglar upplevelsen varumärket. Allt från butikens layout till dess färgpalett till den musik som spelas blir en del av denna upplevelse. Under en renoveringsprocess tar återförsäljarna naturligtvis kundens upplevelse i beaktande i varje beslut som fattas. Men en nyckelkomponent förbises ofta: belysning.

Belysning är en undervärderad resurs för återförsäljare och betraktas som en kostnad och en källa till frustration när något går fel. Eftersom belysningen ofta är så långt ner på prioriteringslistan när renoveringar blir aktuella eller inte alls övervägs tills system börjar falla blir den inte utnyttjad till sin fulla potential. Sanningen är att belysning kan spela en viktig roll både för kundens upplevelse och för verksamheten om återförsäljarna förstår dess sanna potential.

De möjligheter som återförsäljare kan hitta i sina belysningslösningar är oändliga eftersom belysning kan göra så mycket mer än att bara lysa upp en butik. Belysning kan skapa en atmosfär, en färdplan för kundens väg genom butiken, framhäva nyckelprodukter och så mycket mer. Dessutom kan den skapa energibesparingar, kostnadsbesparingar och säkerställa överensstämmelse med gällande standard - belysa vägen till optimerade affärsmetoder.

I denna e-bok diskuterar vi vikten av presentation i detaljhandels nya värld, de lärdomar som detaljhandeln kan ta av avancerade tillämpningar som i gallerier och museer och varför vi behöver en mer övervägd strategi för smart belysning samt utvecklingen av riv-och-ersätt och slutligen behovet av och möjligheterna med anpassade belysningslösningar för olika affärskoncept.



Klicka och shoppa

Den fysiska butiken är en viktig del av varumärkesupplevelsen.

s/2



Handplockad kunskap

Att lära sig genom avancerade tillämpningar.

s/4



När smart inte är så smart

Bortsett från allt snack, hur effektivt implementeras smarta lösningar.

s/8



Belysning anpassad till affärskoncepten

Att närma sig nya lösningar för affärsstrategins bästa.

s/10



Hitta budgeten

Att söka flexibla finansieringsmöjligheter för att stödja kapitalmål och operativa mål.

s/13

Klicka och shoppa

Samtidigt som den moderna världen innebär stora överväganden beträffande e-handel och onlinenärvaro för återförsäljare är den fysiska butiken fortfarande en viktig del av varumärkesbyggandet och för kundlojaliteten. Ökningen av online-shopping innebär att miljöerna på skärmen måste arbeta hårdare för att locka till sig tillräckligt många kunder för att uppnå sina försäljnings- och lönsamhetsmål. Belysning bidrar till att uppnå enhetlighet mellan butikerna och att man skiljer sig från konkurrenterna - viktiga överväganden inom detaljhandeln.

Ny utvärdering av detaljhandeln

Ökningen av e-handeln tar inte bort behovet av en engagerande butiksupplevelse. Tvärtom driver det behovet av att skapa alltmer lockande och unika miljöer för att locka till sig rätt slags - och rätt antal - kunder för att möta sina mål.

Att skapa enhetlighet

Belysning har en viktig roll att spela för framgång eller misslyckande i detaljhandeln. Allt från stämningen till accenter till skyltfönster ska arbeta tillsammans för att skapa en unik upplevelse som gör det möjligt för återförsäljare att sticka ut från konkurrenterna samtidigt som varumärkesigenkänning och lojalitet skapas genom enhetlighet över alla butiker och över hela geografiska områden.

Eftersom konsumenterna allt oftare väljer att gå online för sin vanliga dos av shoppingterapi är enhetlighet i affärsupplevelsen viktigt för att skapa en enda kundvy för att mjuka upp inköpsresan och för att skapa ett enhetligt ansikte att visa upp för marknaden. Detta är särskilt viktigt för större kedjor som måste säkerställa att samma utseende och samma känsla skapas över flera butiker och i flera regioner. Att utforma belysningslösningar som kan genomföras på olika geografiska områden är därför viktigt samt att hitta en leverantör som har kapacitet att leverera och genomföra dessa globala lösningar.

Att söka efter hållbarhet

Samtidigt med dessa estetiska överväganden har återförsäljare allt strängare hållbarhetsmål att nå. Skattebefrämjande incitament som klimatförändringsavgiften (CCL, eller CEE i Frankrike) bör driva återförsäljare mot energieffektivitet, men att hitta kapitaltillskott för själva renoveringarna kan vara ett problem. Belysning kommer att spela en viktig roll för att hjälpa företag att möta dessa utmaningar. Med stigande energikostnader måste belysningen göra mycket mer än att tillhandahålla attraktiv skyltning. Det måste vara energieffektivt och bidra till att möta tuffa effektivitetsmål. Belysning kan vara en förbisedd komponent, men den kan också bidra till ett förbättrat resultat vilket ger värde för både skyltningsmiljöer och den totala affärsstrategin.

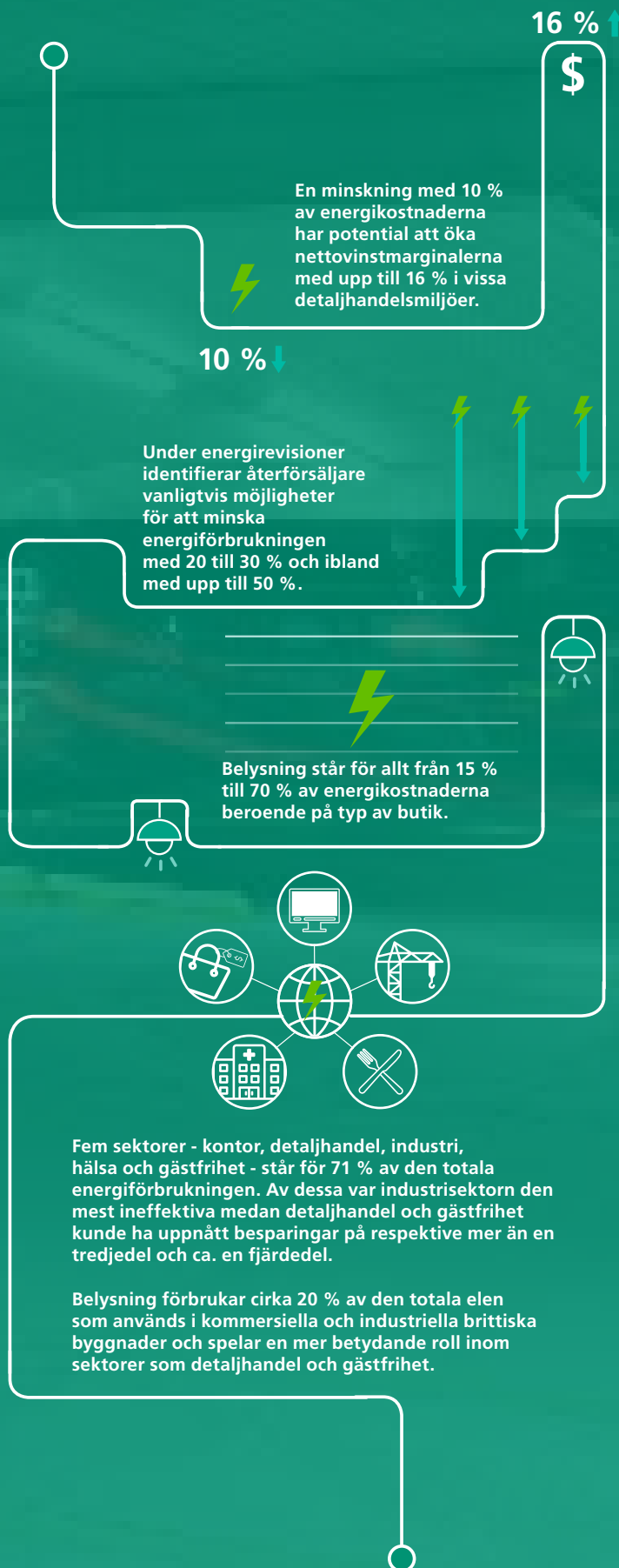
Att lysa upp vägen till smartare affärspraxis

Samtidigt som belysningen verkligen kan göra en viktig skillnad i estetiska beslut så kan den göra så mycket mer. Det finns många olika sätt som återförsäljare kan arbeta för att göra affärer och möta utmaningar genom sina belysningslösningar och en praktisk övervägd strategi är avgörande. Trots att smarta lösningar blir alltmer populära måste man närma sig dem på ett intelligent sätt. Teoretiskt kan de öka kontrollen, generera användbara insikter om kunderna och hjälpa företag att spara energi och pengar, men implementeringen av smarta lösningar bör drivas av affärsbehov. Det finns också en mängd olika smarta tillämpningar som nu blir tillgängliga: vi diskuterar senare i denna eBook varför återförsäljare noggrant behöver överväga implementering av dem.

Informationsgrafiken belyser de stora siffrorna för att visa exakt hur mycket återförsäljare kan optimera företagets prestanda genom smartare användning av belysning.

Lys upp din väg mot större kostnadsbesparingar

När det gäller belysning talar siffrorna för sig själva. Återförsäljare kan bokstavligen tända sig fram till större kostnadsbesparingar



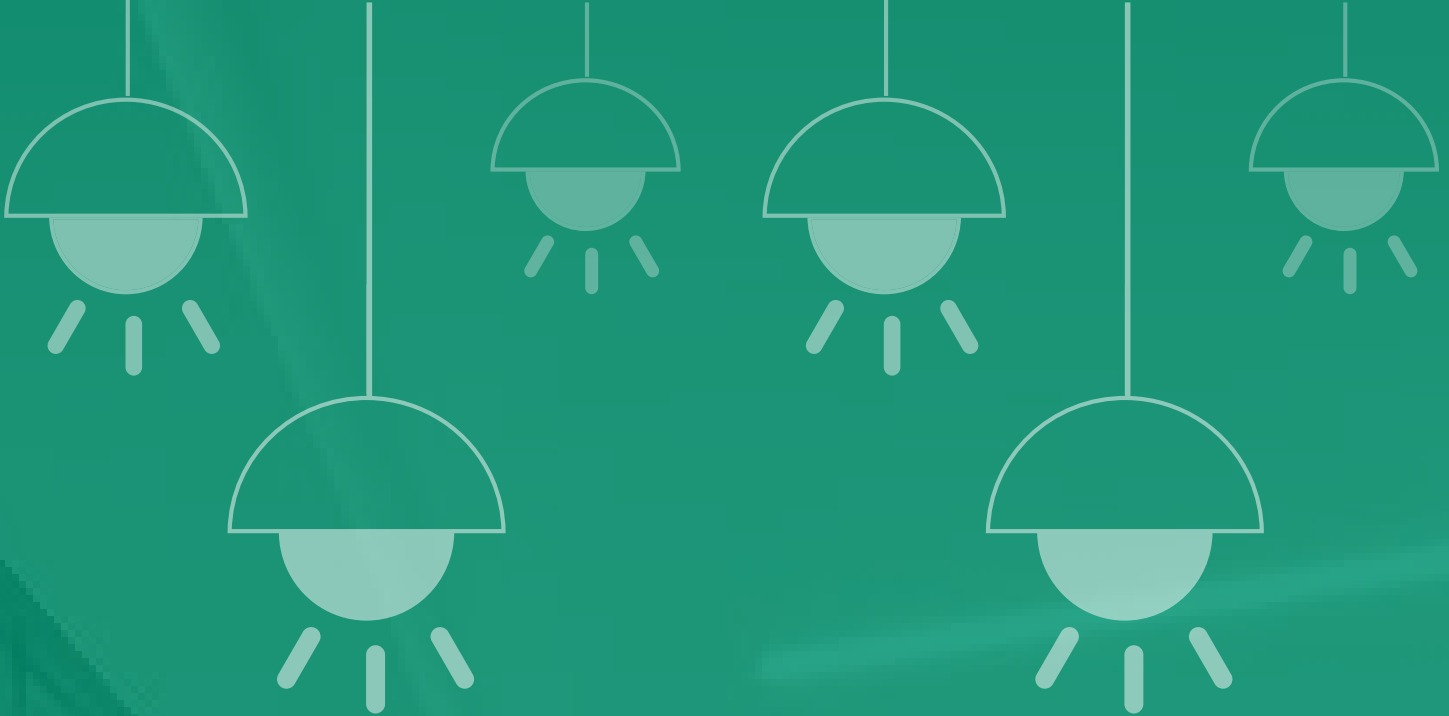
Handplockad kunskap

När det gäller att komplicera belysningsarbetet för återförsäljare är skyltning ett kritiskt element. Riktigt genomtänkt, intelligent skyltning ger mervärde till produkterna och ökar försäljningen. Ingenstans är förstklassig skyltning viktigare än på museer och i gallerier. Det finns mycket som återförsäljare kan lära sig av dessa avancerade tillämpningar som kan användas i butikerna. Belysning används på museer och i gallerier för att styra känslor, kommunicera drama och framhäva utställningar. Samma principer kan och bör tillämpas i detaljhandeln.

Vid utformningen av ett effektivt belysningsystem för ett museum eller galleri måste den perfekta miljön skapas för visning av artefakter, för att skydda utställningarna och ge en visuellt trevlig upplevelse för besökarna.

Från att skapa förväntan vid ankomsten till att kommunicera drama eller skapa fundersamhet inom utställningsutrymmet spelar belysningen en nyckelroll. Medvetenhet om själva byggnaden bör också beaktas i detaljhandeln där den byggda miljön kan och bör användas för att skapa effekter och belysningsystem bör utformas för att komplettera och förbättra den redan existerande arkitekturen.





Att använda rätt teknik

Bakgrundsljus: ju ljusare desto bättre? Nej, inte direkt. En studie utförd av Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm fann att skarp, enhetlig belysning är ineffektiv för att locka ögat. Kontraster är nyckeln. Genom att hålla bakgrundsbelysningen subtil och styra ögat med accenter kan återförsäljare skapa en mycket mer kontrollerad kundupplevelse. Det är självklart att accentbelysning är mycket mer associerad med avancerade tillämpningar vilket ger ett mer lyxigt intryck än en konsekvent skarp bakgrundsmiljö.

Accentbelysning: låt strålkastarna tala. Olika butiker har olika behov, olika utseende och känslor som de hoppas uppnå i sina belysnings skyltningar och olika meddelanden som de vill kommunicera genom dem. Beroende på vilken produkt de vill visa upp är accentbelysning särskilt viktigt för att en produkt ska sticka ut och dra till sig kundens uppmärksamhet. Effektiv användning av accentbelysning skapar också bättre stämning och atmosfär i butiken vilket gör att kunderna känner sig mer avslappnade och uppehåller sig där längre och detta har en positiv effekt på försäljningen.

Skyltfönster: innan du kan hoppas öka tiden som kunderna uppehåller sig i butiken måste du först locka in kunder. Effektiva skyltfönster kan fresta shoppare och förbipasserande på ett ögonblick - genom att visa produkter och teman, ange rätt känsla eller helt enkelt väcka nyfikenhet. När det gäller teknik är kreativitet viktigt. Ett brett utbud av armaturer kan vara effektiva, från strama strålkastare för skyltdockor till ett ständigt föränderligt flödande LED-ljus i olika färger. Genom att kombinera olika belysningslösningar kan skyltfönster ändras över natten för att spegla förändrat mode,

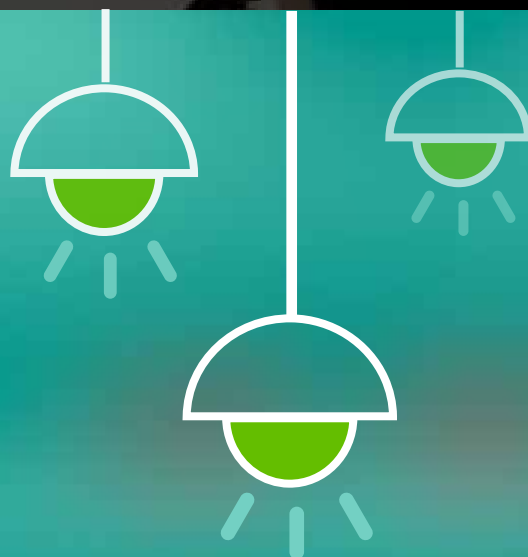
årstider eller kampanjer. Idag har allt fler butiker längre öppettider och många lämnar sin skyltfönsterbelysning på hela natten. Med stigande energikostnader gör det här att rätt balans mellan estetik och kostnadseffektivitet är viktigare än någonsin. Naturligtvis pekar behovet av både ljusare skyltning och lägre energiförbrukning direkt till LED som den optimala lösningen.

Det fula taket: lampor och armaturer kan i sig vara lite fula och bör helst döljas. Belysningsdesignen för butiken måste alltså ta hänsyn till detta. Inte bara bör designers leta efter lösningar där armaturer och inredning är utformade för att vara estetiskt tilltalande eller åtminstone lätt kamouflerade utan de bör också försöka locka ögat bort från det som händer "bakom kulisserna". Vertikal belysning av ytor och strålkastare kan hjälpa till att uppnå detta genom att se till att ögat dras åt ett annat håll.

Färgtemperatur och färgåtergivning: dessa är särskilt viktiga för att bevara skönheten och färgen hos tygerna i detaljhandeln. Ett vackert plagg upplyst av en varm halogenlampa kan snabbt förlora sin charm. Vidare inom modebranschen så bygger majoriteten av besluten att köpa en produkt i affären på hur konsumenten känner sig i omklädningsrummet. Belysning spelar även här en viktig roll. Placering av belysningen, färgtemperatur och färgåtergivning bidrar alla till om konsumenten väljer att köpa eller inte. Vitt ljus skapar utrymme medan varmare färger skapar intimitet: färger bör användas för bästa resultat i olika zoner beroende på vilken känsla och vilka kundreaktioner man vill ha.

Att lysa upp Designmuseet i London

Byggnaden är ett under av modern konstruktion med sin fantastiska interiör designad av John Pawson och upplyst via ett mångfacetterat belysningsystem med Concord-ljusarmaturer från Sylvania.



Designmuseet har en permanent utställning, två tillfälliga utställningslokaler, 400 m² studieutrymme och två butiker, ett café, en restaurang, en medlemslounge, ett auditorium med 200 sittplatser och ett evenemangsutrymme för lanseringar och evenemang. Designmuseet är en ikon i sig och belysningen har utformats för att passa in i arkitekturen hos byggnaden samtidigt som den erbjuder ett flexibelt och lätthanterat system.

Shaun Fradd, chefen för filantropi på Designmuseet, förklarar varför Concord Lighting valdes för projektet. "Designmuseet är en byggnad med flera användningsområden där människor inte bara tittar på den underbara byggnaden och utställningarna utan också drar nytta av våra inlärnings- och gästrum. Denna blandade användning såväl som storleken innebar att museet krävde ett flertal belysningslösningar för att lysa upp varje utrymme på

rätt sätt samtidigt som en önskad estetik bibehölls över hela byggnaden. Att arbeta med en belysningspartner förenklade specifikationen och installationsprocessen. Concord arbetade med vårt designteam och lyssnade på vad vi ville ha och arbetade med oss för att hitta den bästa lösningen för varje utrymme."

Huvudutställningen och evenemangsytorerna på övre suterrängvåningen, mellanvåningen och första våningen använder över 800 Concord Beacon Muse 3000K White spårmonterade strålkastare för att få flexibilitet i kontrollen av strålkastarvinklar och ljusnivåer. Över 200 meter av Lumiance Lumistrip har också installerats i utställningsutrymmet för att ge indirekt ljus ovanför utställningspanelerna medan ingångarna har Mini Continuum med integrerade strålkastare.

Att lära från Designmuseet i London

- **Belysning ska utformas för att smälta in med och komplettera befintlig arkitektur**
- Samtidigt som skillnad mellan olika områden är viktig - belysningen måste anpassas till aktiviteterna i ett visst område - är enhetlighet och en jämn kundupplevelse över hela miljön viktigt
- Flexibla system som möjliggör uppdateringar av utseendet och känslan i ett utrymme, genom att ändra vinklar och färg, bör utformas istället för att behöva uppgradera eller ominstallera system

Att skapa energibesparingar på Riverside Transport Museum i Glasgow

Som Zaha Hadids första offentliga byggnad i Storbritannien är Glasgow Riverside Transport Museum ett stolt flaggskepp i pånyttfödelsen av stadsdelen Clyde Waterfront. Med sin unika form och dominerande närvaro är det ingen överraskning att det inte gick att kompromissa med belysningsdesignen.

DHA Design var ansvariga för belysningen av utställningarna i museet. Deras uppdrag var att utforma ett övervägande markmonterat skyltningssystem som skulle skapa lämpliga höjdpunkter och kontraster till utställningarna och samlingarna.

DHA använde sig av den mångsidiga strålkastaren för att markera utställningsföremålen – för belysning av bilar, cyklar, miniatyrmodeller, bildelar och konstverk. Bevarandenivåer tillämpades på alla utställningsföremål eftersom skyddandet av konstverken mot ljusskador var grundläggande. Den låga UV-ljuset från LED-källan och en inbyggd dimmerpotentiometer från Beacon Muse gjorde det möjligt att hantera alla situationer smidigt.

Att lära från Riverside Transport Museum i Glasgow

- **Strålkastarbelysning är viktigt för att locka till sig blicken och behålla kundfokus där man vill ha den**
- Strålkastare kan göra mer än att belysa specifika delar
- För riktigt värdefulla delar bör LED-lampor användas för att skydda mot ljusskador

När smart inte är så smart

Trots den stora upphetsningen kring smart teknik i detaljhandeln - från AI till AR till VR - har riktiga tillämpningar hittills misslyckats med att hänga med. Detta gäller för smart belysning lika väl som för bredare smarta tillämpningar. Hur många "automatiskt-på"-skyltningar har du sett i butikerna på de stora shoppingstråken? Hur många fastighetsskötare känner du till som övervakar underhållet på distans?

... från AI till AR till VR - riktiga tillämpningar har hittills misslyckats med att hänga med



Samtidigt som det finns stor potential för smart teknologi i detaljhandeln och den potentiellt imponerande påverkan som smart-tekniken kan ha på faktorer såsom den tid man vill uppehålla sig i butiken och antal fotsteg så undrar man ändå hur effektivt smart-tekniken verkligen används i detaljhandeln om man bortser från allt prat?

Många återförsäljare har sett framgång med online- och mobila kanaler, men det är fortfarande en bit kvar till att integrera det digitala i den fysiska butiken. Nu när nätbutikerna är så mogna kämpar de fysiska butikerna med att komma igen.

Nu när nätbutiken är så mogen kämpar den fysiska butiken med att komma igen



Belysning har ett bra läge att vara ryggraden inom smart teknik. Redan installerad överallt och med en strömkälla är det det självklara stället att börja ansluta teknik i butiken och att ansluta kunder till butikerna. Dessutom finns det gott om nästa generationens taktik som återförsäljare kan använda för att vidta åtgärder för att bli smarta.

Men det är sällan en särskilt ljus idé om man gör det utan att ha ett affärskoncept i åtanke. Istället bör bättre användning av mer beprövade tekniker vara ett första steg till en mer effektiv inverkan på resultatet.

Börja från början

Sanningen är att vi ännu inte ens kommit till ett läge där användningen av LED-lampor är allestädes närvarande. Under andra halvåret av 2017 åkte Lux Review till Storbritanniens mest kända shoppinggata - Oxford Street - för att bedöma tillståndet på belysningen i detaljhandeln. På en gata som är känd för sina flaggskepp bör det finnas gott om den allra senaste skyltningstekniken att njuta av. Så var inte fallet. Ungefär två tredjedelar av butikerna i denna informella undersökning hade inte ens införskaffat LED-armaturer än. De som hade gjort det verkade inte ha varit skyddade för framtiden med smart-teknik.

Att söka en smartare leverantör

Det finns ett stort utbud på marknaden. Butiksinredare och handlare med visuella hjälpmedel konfronteras med fler märken, fler produkter och fler typer av mervärden än någonsin tidigare. Utmaningen är ofta hur man gör ett val: hur man jämför, väljer, blir övertygad, hittar en tydlig särskiljning och gör jämförelser av priser?

Ingen leverantör kan "göra allt" när det gäller att erbjuda bästa praxis för smarta lösningar som verkligen är anpassade till affärskoncepten. Du måste börja med det problem du försöker övervinna eller det mål du försöker uppnå.

Därifrån är samarbete viktigt för att samla bästa möjliga tillgängliga teknik och relevant kompetens som övervinner de specifika utmaningarna eller koncepten hos varje enskild återförsäljare.

Partnerskap är nödvändigt i en värld som blir allt mer digital. Eftersom det finns fler element att behärska för att säkerställa framgång är det ofta mest effektivt att samla den bästa kunskapen och den bästa teknologin från olika leverantörer för att hitta den mest effektiva vägen till en verkligt anpassad, tillämplig och effektiv lösning. Den berömda futuristen Gerd Leonhard talar om detta behov av "hyper-samarbete" som "ett viktigt avgörande krav för skapandet av alla nya ekosystem". Det kommer att vara ett av de viktigaste tillvägagångssätten för att närma oss en smartare värld.

Bevis på koncept

När teorin väl är på plats - tekniken har identifierats och integrerats - måste lösningen bevisas. Detta bör ske i en liten skala i kundens testbutik för att bevisa dess lämplighet och effektivitet innan tankar om en fullskalig implementering av smart-tekniken övervägs. Återförsäljare ska leta efter leverantörer som är villiga att arbeta tillsammans med dem för att definiera den rätta lösningen snarare än att helt enkelt tillhandahålla en förutbestämd inköpslista av smarta produkter.

Att drunkna i information

Man bör också överväga vad som faktiskt kommer att hända med de data som samlas in genom implementering av smarta teknologier. Lämpliga resurser måste införas för att hantera, analysera och hämta insikter från vad som snabbt kan bli en enorm mängd data.

Detta kommer att kräva nya färdigheter som många återförsäljare för närvarande inte har - och detta har citerats som en av de främsta orsakerna till tvekan när det gäller att vända sig till smart teknik. Det är viktigt att känna till slutresultatet: att känna till ditt affärskoncept för att installera smarta lösningar är ett viktigt steg för att fastställa vilka data du behöver samla och hur detta ska hanteras.

Belysning anpassad till affärskoncepten

Vi har fastställt att belysning kan erbjuda verkligt värde för verksamheten. En minskning med 10 % av energikostnaderna har potential att öka nettovinstmarginalerna med upp till 16 % i vissa detaljhandelsmiljöer.

En minskning med 10% av energikostnaderna har potential att öka nettovinstmarginalerna med upp till 16 % i vissa detaljhandelsmiljöer.

Som sådan måste belysningen beaktas tidigare i renoveringsprocessen. Ett mer holistiskt synsätt på belysning, om man ser det mer som ett bidrag snarare än som en kostnad, kan hjälpa företag att spara pengar över ett större antal butiker och få ut mer av uppdateringar.

Man bör också överväga återanvändning av lösningar istället för att förkasta dem - särskilt med tanke på de snabba ombyggnadstiderna i detaljhandelsmiljön. Ett cirkulärt ekonomiskt tillvägagångssätt är kritiskt - och återförsäljare bör i allt högre grad känna till de incitament för skattebefrielse som ett sådant tillvägagångssätt skulle kunna medföra.

Vägbeskrivning till effektivare ombyggnad

STEG 1: Definiera det viktigaste affärskonceptet

Lösningar bör drivas av det bredare affärsbehoven. Till exempel, om det finns behov av att skapa enhetlighet över butiker bör du leta efter en leverantör med en global räckvidd som kan erbjuda denna enhetlighet globalt. Om du vill möta hållbarhetsmål är LED ett självklart val tillsammans med lösningar såsom närvarodetektorer för att säkerställa att ljus aldrig slösas, speciellt bakom kulisserna i butikerna.

STEG 2: Genomför en energirevision

Det är viktigt att först förstå var ineffektiviteten ligger innan man beslutar om uppgraderingar eller ombyggnader. Många återförsäljare vet inte vilken typ eller hur många ljusbeslag de har och det är ett problem som blir betydligt mer komplicerat över en hel egendom. Arbeta med en leverantör som kan genomföra en fullständig energirevision av din miljö för att säkerställa de lösningar som fungerar bäst för företagets behov.

Genom att genomföra en utvärdering på plats kan man tydligt och korrekt fastställa effektivitetsvinsterna som skulle kunna realiserats genom investeringar, den infrastruktur som krävs för att detta skulle kunna ske och den lämpliga ekonomiska lösningen för att maximera avkastningen från besparingarna till verksamheten.

STEG 3: Realisera värdet av ombyggnad

Vad händer om du inte har råd med en fullständig renovering? Ombyggnad ger kostnadseffektiva alternativa uppgraderingsalternativ med låg risk för återförsäljare som är begränsade till att göra inkrementella övergripande uppgraderingar till sin byggnad.

Generell ombyggnad inkluderar utrustning, system och montering av ombyggnaden. Ombyggnad bör i princip endast ha en begränsad inverkan på en byggnads fysiska struktur, så därför ses det ofta som en föredragen lösning i sin förmåga att leverera snabba resultat.

Med tanke på de snabba ombyggnadstiderna i detaljhandeln bör man leta efter leverantörer som kan erbjuda lösningar som är lätta att uppdatera så att en ny säsongsdisplay inte behöver rivas ut helt och ersättas.

STEG 4: Välj en långsiktig leverantör

Leta efter en leverantör som erbjuder lösningar som håller och som kan utvecklas över tiden och som kommer att fungera för dig att definiera och leverera en lösning som specifikt möter dina företags behov nu och i framtiden. Leta efter någon som har stabilitet på marknaden, varaktig erfarenhet och tillförlitlighet på lång sikt för att säkerställa att den lösning du väljer kommer att fungera bra för dig i det långa loppet.

STEG 5: Håll dig smart med smart

Rusa inte efter gimmickar utan att ha ett affärskoncept i åtanke. Försiktiga men effektiva första steg i smarta tekniker inkluderar närvarodetektorer i icke-kundområden och att fastställa fotsteg för att prioritera resurser eller mobil kalibrering av belysning för hälsa och säkerhet.

STEG 6: Beakta nödbelysning

Om du gör en fullständig renovering eller bara uppgradering av vissa delar är det viktigt att du följer de senaste standarderna för nödbelysning.

Nödbelysning aktiveras när normal belysning fallerar på grund av strömavbrott. Den säkerställer att människor säkert kan lämna byggnaden med tillräcklig vägledning och sikt på säkra utrymningsvägar och att nödutrustningsplatserna är lätta att identifiera samt att räddningstjänsten har tillräcklig belysning för att utföra uppgifter och att säkerhetskritiska operationer kan fortsätta eller stängas ner på lämpligt sätt.

Hitta budgeteten

Närma sig finansiering mer innovativt

Även om det är erkänt att effektivare belysnings- och nödbelysningsystem kan ha en positiv effekt på att minska driftskostnaderna finns det samtidigt ekonomiska överväganden som måste göras när det gäller finansiering av denna investering och avkastningshastigheten på alla övergripande utlägg.

Leta efter en leverantör som har flexibilitet att närma sig finansieringen på ett mer innovativt sätt för att möta dina budgetbehov. Ett sätt som används alltmer över många aspekter av ett företags verksamhet är att omvandla investeringar från en kapitalutgift (CAPEX) till en operativ utgift (OPEX). Detta undanröjer behovet av initialt kapital, men låter organisationer minska energikostnader, förbättra driftseffektiviteten och uppfylla hållbarhetsåtgärder samtidigt som man skyddar det rörliga kapitalet. 50 % av belysningen uppskattas vara mycket ineffektiv så det är ett tydligt tillfälle och en finansiell nödvändighet för dagens företag att minska mängden energi som deras lokaler konsumerar genom att granska deras belysning och nödbelysning.

Belysningsindustrin har lyssnat på företagens funderingar och utvecklat flexibla lösningar till att finansiera nya belysningslösningar som sprider ut kostnaden på ett hanterbart sätt och som fördelar besparingar rättvist och i vissa fall erbjuder ett långsiktigt servicebaserat avtal.

Enkel återbetalning

Ett enkelt avtal om hyrköp är ett bra sätt att sprida betalningen för en belysningsuppgradering utan att det behövs kapitaltillskott. Hanterbara månatliga betalningar är förutsägbara där det inte finns några investeringar och inga initiala kostnader vilket gör det möjligt för företagen att använda sitt rörelsekapital någon annanstans samtidigt som effektiviteten i energiförbrukningen förbättras. Fördelarna med minskad energiförbrukning och effektivitetsbesparingar, såsom minskat underhåll och färre armaturfel, uppnås omedelbart av verksamheten med hjälp av denna typ av arrangemang.

Besparingsdelning

Ett mer djupgående finansiellt alternativ som garanterar besparingar och delar fördelarna mellan belysningsbolaget och kunden är en lösning med besparingsdelning. Fortfarande OPEX-baserat tenderar detta att vara lämpligt för projekt över 100 000 £ och är ett partnerskap där eventuella besparingar som görs genom förbättrad belysning delas 50/50 mellan belysningsentreprenören och kunden. Detta ger en lägre riskprofil för ett företag genom att effektivt uppmuntra belysningsbolaget att uppnå effektivitetsvinster genom förbättrade belysnings- och nödbelysningsystem. Om du väljer ett alternativ för besparingsdelning, bör en garanti vara tillgänglig som säger att om projektet resulterar i förlust kommer belysningsbolaget att betala mellanskillnaden.

Leta efter en leverantör som har flexibiliteten att kunna hitta ett mer innovativt finansieringsätt



"Belysning som tjänst"

En mer innovativ, långsiktig strategi för större organisationer som blir alltmer populär i takt med att outsourcingtrenden fortsätter att vara stark är att uppgradera belysningsinfrastrukturen med hjälp av ett servicenivåavtal. Lämpligt för projekt över en halv miljon pund så har ett sådant avtal förmånen att erbjuda kända driftskostnader under den angivna kontraktperioden. Belysning som tjänst lägger effektivt ut tillhandahållande, installation, hantering och driftsättning av belysnings- och nödbelysningsinfrastrukturen för en fast månatlig

återbetalning. Denna återbetalning är vanligtvis lägre än en organisations nuvarande belysningsräkning och har de extra fördelarna med pågående uppgraderingar genom hela kontraktet och inga ad hoc-underhållskostnader. Kontrakten kan gälla från allt upp till tjugo år och beroende på verksamhetens storlek och kontraktets varaktighet finns möjlighet till betydande energibesparingar. Mer än 50 % både under finansieringsperioden och därefter.



Även om alla ansträngningar har gjorts för att säkerställa exakthet vid sammanställningen av de tekniska uppgifterna i denna publikation förändras specifikationer och prestandadata ständigt. Aktuella uppgifter bör därför kontrolleras med Feilo Sylvania Europe Limited.

Copyright Feilo Sylvania Europe Limited, maj 2018

Sylvania-lighting.com

Ett Feilo Sylvania-företag