

# De subliemste store designs van Philip Handford

19-06-2015 11:10

Philip Handford is met zijn Londense bureau Campaign Design verantwoordelijk voor store designs van onder meer Burberry, Louis Vuitton, Nike en Fossil. Hij combineert de nieuwste technologie om unieke ervaringen te creëren voor consumenten. In het juninummer van RetailTrends geeft hij zijn visie op de phygital store, waarbij de grens tussen fysieke en digitale retail volledig vervaagd.

## Selfridges Fragrance Lab, Londen



Een glimp van de winkel van de toekomst zoals Handford die ziet was te zien in Londen. Daar zette hij speciaal voor het chique Britse warenhuis Selfridges een Fragrance Lab op. In deze futuristische installatie kochten klanten vorig jaar op basis van hun gedrag in verschillende ruimtes en reacties op geuren een gepersonaliseerd parfum met een beschrijving van hun karakter.



### **Adidas (Stan Smith), Londen**

Ter ere van het veertigjarige jubileum van de iconische Stan Smith-schoen bouwde het bureau een gigantische schoenendoos. Klanten konden daar met 3D-printers spelen en via interactieve beeldschermen hun eigen Stan Smith-schoenen konden ontwerpen. "Het draait er om klanten naar binnen te lokken door een bepaalde doordringende energie te creëren en het product op een nieuwe – viscerale en tastbare - manier te presenteren", zegt Handford in RetailTrends.

## **Kirk Originals, Londen**

De flagshipstore van brillenmerk Kirk Originals kreeg van Campaign Design 187 'winkies' toebedeeld. Deze wit gepoedercoate hoofden zijn stuk voor stuk uitgerust met andere frames en kunnen gekanteld en opnieuw gepositioneerd worden om een cluster van toekijkende uitgerekte hoofden te creëren. Dit 'publiek' is verspreid over de gehele lengte om de instore experience te versterken.

## **Burberry, wereldwijd**

De winkels van Burberry worden veelvuldig bestempeld als 'must see' voor een omnichannelervaring. Handford werkt voor deze designs nauw samen met cco Christopher Bailey. "Philips antenne is gevoelig voor de veranderingen in de manier waarop consumenten reageren op design, of dat nu in een fysieke of digitale ruimte is. Het is deze bewustwording in combinatie met zijn energie, uiteenlopende vaardigheden en creatief talent dat hem bijzonder maakt", aldus Bailey.

**Sneakerboy, Sydney**



Handford kijkt voor de phygital store verder dan alleen zijn eigen werken. Zo laten kleinere merken volgens hem zien dat verandering niet per se vanaf bovenaf begint. Bij het innovatieve Sneakerboy kunnen consumenten in een bijna virtuele winkel schoenen passen die een dag later thuisbezorgd worden. Dat is volgens hem misschien nog niet de ideale symbiose tussen het gemak van een Amazon en een Foot Locker, maar wel een van de meest futuristische. De toekomst komt eraan.

In het thema Instore in het juninummer van RetailTrends gaat Handford dieper in op dé phygital store, die volgens hem (nog) niet bestaat. "Wat we nu nog vooral zien in winkels zijn flashy pr-stunts", zegt hij in gesprek met correspondent Hans Klis. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)