

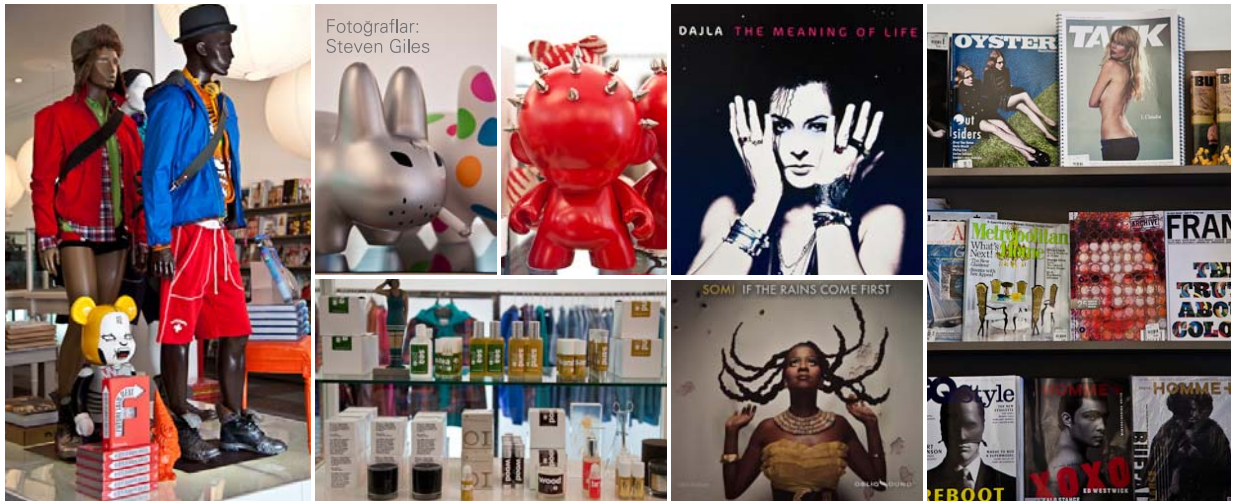
## Mıknatıs Noktalar II : BASE

Çoğu insan için Miami yolculuğunun sebebi olan South Beach çekiciliğini iki eksenden alır: Bir tarafta sırtını 5. Caddenin dayayan The Art Deco District; diğer tarafta ise irili ufaklı mağazaları, barları, restoranları ve otelleri küçük bir iç-şehre dönüştüren Lincoln Road... Lincoln Road üzerindeki yüzlerce noktada içinde "BASE" özeldir - Mıknatıs etkisine sahip perakende noktaların ilklerinden sayılabilir. Sadık müşterilerinin yanısıra turistlerin uğramadan geçmediği bu mağaza, unutulmaz Miami Vice dizisinin tüm dikkatleri South Beach'e çektiği dönemde açılmıştır. Yirmi yılı aşkın süredir var olmasına rağmen güncelliğini korumayı başarmıştır.

BASE'i özel kılan en önemli unsur kurucularının işe çok net bir hedef kitle tanımlaması ile başlamış olmasıdır. Steven Giles ve Bruce Cannella "BASE kabilesi" olarak isimlendirdikleri hedef kitleyi şöyle tanımlar: Özgün, yeni bir tasarım gördüğünde veya müzik dinlediğinde içgüdüsel olarak iyi olup olmadığını anlayan, kalabalıktan ayrılmayı bir hedef yerine bireysel tercihlerini izlemenin doğal bir sonucu olarak gören, tasarıma değer veren ama bir servet harcamak istemeyen, aldığı objelerin koleksiyon değeri olmasını bekleyen insanlar. Bu hedef kitle görsel kültür üzerine besleyici bir kitap, kitlesel beğeni radarının dışında kalan bir albüm veya benzerleri etrafta görülmeyen özel bir giysi aradığında ya da sadece "takılmak" istediğinde BASE'e gelir. Filmler, kitaplar, dergiler, kıyafetler, DJ bölümü, içinde buldukları mekanın dönüştürme gücüne sahip irili ufaklı objeler... Orta büyüklükteki bu mekan sadece giysi ve birkaç CD satarak kendini "lifestyle" perakende noktası olarak konumlandıran yerlerin çok ötesine geçer. İçerideki zenginlik bir saatlik ortalama ziyaret süresini çok normal kılar.

BASE'in mıknatıs etkisine sahip olmasının arkasındaki bir diğer faktör ise sürekli takiptir. Tasarımcılar, özellikle Brezilyalı tasarımcı Luis Morais yakından takip edilir ve yeni tasarımlarına yer verilir. Eve yönelik koleksiyon için DFC (Mexico City), Studio Job (Belçika, Hollanda) and Based Upon öncelik verilen tasarımcılar arasında yer alır. Bir perakende noktası etrafında "kabile" yaratacak kadar güçlü bir duruşa sahip olduğunda içgüdüsel olarak kendi ürünlerini lanse eder. BASE'in New York bazlı bir parfümevi ile birlikte çalışarak geliştirdiği özgün kokular bu güdünün bir sonucudur. SAND, WOOD ve LIFE sade ambalajları, özgün kokuları ve isimleri, içerdikleri yoğun aromatik yağlar ile ayrışır. Mağazanın içindeki kokuyu evine taşımak isteyenler olduğu için SAND ev parfümü en popüler üründür. BASE kabilesi bugünlerde "HOPE" isimli yeni parfümü heyecanla beklemektedir.

Mıknatıs etkisine iyi bir örnek olmasının yanısıra, BASE, Seth Godin'in "Tribes: We Need you to Lead Us" kitabı sayesinde son zamanlarda çok konuşulan kabile kavramını yıllar önce işinin merkezine taşımış olması açısından dikkate (ve ziyarete) değer bir girişimdir.



Fotoğraflar:  
Steven Giles