Visual Merchandiser

corso di specializzazione professionale

CORSO DI SPECIALIZZAZIONE PROFESSIONALE

Il Visual Merchandiser può definirsi il principale supervisore del punto vendita e delle strategie aziendali di posizionamento dei prodotti esposti.

DURATA 96H:
9 lezioni in aula
6 lezioni webinar
dal 12/2/2017 al 23/4/2017

Prima lezione gratuita dom. 12/2: "Saldi e Psicologia del cliente"

c/o **Copernico Centro Studi**
Via Roma 125
31030 Carbonera (TV)
www.copernicocs.it
copernicocs@copernicocs.it
0422 306792 - 328 4925961

Composizione didattica:

- visual merchandising, analisi e allestimento del punto vendita
- marketing e marketing mix, l'analisi dinamica del mercato e le scelte commerciali applicabili alla vendita
- retail management, la cura degli acquisti e del magazzino, acquisizione e fidelizzazione cliente

Docenti:

- dott. **Loris Dal Poz** psicologo del lavoro
- prof. **Raffaele Ferrante** esp. fashion e strategie di marketing
- prof.ssa **Erica Cigni** professionista retail e fashion market
- prof. **Massimiliano Morandini** resp. commerciale esp. web marketing

Finalità:
Fornire competenze per aumentare le vendite mediante tecniche efficaci di esposizione e comunicazione del prodotto.

Destinatari:
Commessi, Visual Merchandiser e imprenditori già titolari di attività commerciale.

Il corso prevede prova intermedia e finale di apprendimento, e lo sviluppo di un progetto di allestimento applicabile all'eventuale azienda in cui si opera.

Disponibile su richiesta organizzazione tirocinio in azienda.

Costi:
775€ + iva pagabili in 3 rate
Iva non applicata ai privati

per maggiori info scrivere via mail o contattare lo studio

copernico CENTRO STUDI

Corso di specializzazione professionale - durata 96h

Il Visual Merchandiser: analizzare ed allestire il punto vendita implementando efficaci strategie di marketing e di gestione economica ed organizzativa.

Gli aspetti e le tecniche per diventare un Visual Merchandiser professionista in realtà piccole medie grandi in ambito ABBIGLIAMENTO

1° incontro gratuito di valutazione il 12/2/2017 h9-18 "SALDI e psicologia del cliente - applicarla alla vendita"

Introduzione	Il Visual Merchandiser si può definire **il principale supervisore del punto vendita** e delle strategie aziendali di **posizionamento dei prodotti esposti**. È tra i più importanti interlocutori dei marchi in relazione ai target di vendita. **Segue gli obiettivi di fatturato**, di scelta delle strategie di distribuzione e inoltre di marketing e web marketing.
Settore	Commercio al dettaglio di prodotti d'abbigliamento.
Finalità del corso	Fornire competenze per aumentare le vendite mediante tecniche efficaci di esposizione e comunicazione del prodotto. Il Visual Merchandiser può essere impiegato in modo strutturato in realtà piccole medie grandi, o come consulente free-lance, o prestando collaborazioni presso agenzie locali e nazionali di Visual. Il corso prevede prova intermedia e finale di apprendimento, e lo sviluppo di un progetto di allestimento applicabile all'eventuale azienda in cui si opera.
Struttura del corso	Il corso si divide in **3 macro-sezioni**: • visual merchandising, analisi e allestimento del punto vendita • marketing e marketing mix, l'analisi dinamica del mercato e le scelte commerciali applicabili alla vendita • retail management, la gestione del punto vendita, la cura degli acquisti e del magazzino, l'acquisizione e la fidelizzazione del cliente 9 lezioni si svolgeranno **in aula** presso le sale di Copernico Centro Studi - Carbonera (TV) Via Roma 127 - foto sale 6 lezioni in modalità **Webinar** a distanza mediante proprio pc o tablet, rivedibili in qualsiasi momento
Destinatari	**Commessi, Visual merchandiser, consulenti, titolari di attività commerciali.** Verrà rilasciato **attestato di frequenza.** Su richiesta del partecipante possibilità di tirocinio presso aziende di settore.
Docenti	Dott. Loris Dal Poz, docente e tutor del corso, psicologo del lavoro Prof. Raffaele Ferrante, esperto in ambito Fashion e strategie di Marketing; Prof.ssa Erica Cigni, professionista del retail e del fashion market; Prof. Massimiliano Morandini, resp. commerciale, esperto in web marketing.

copernico CENTRO STUDI

Copernico Centro Studi psicologia del lavoro, ricerca, selezione e formazione
iscrizione albo reg. veneto 3809 - p.i. 03651260261

Via Roma 127, 31030 Carbonera (TV) - Tel. 0422/306792 - Fax 0422/1830848 - **num. verde 800180486** www.copernicocs.it - copernicocs@copernicocs.it

Prezzo, modalità di iscrizione	**775 euro + iva, pagabili in n.3 rate** *quota deducibile come spesa professionale* **l'iva non viene applicata per iscrizioni di privati** Convenzione agevolata per eventuali pernottamenti. Per iscrizioni e maggiori informazioni cliccare qui o chiamare il numero 0422/306792.
Date di svolgimento TOTALE 96h **Prima lezione gratuita di valutazione.**	**dom. 12/2 aula** h9-18 - PRIMA LEZIONE GRATUITA - SALDI e psicologia del cliente. **dom. 19/2 aula** h9-18 - **lun. 20/2 aula** h9-18 **dom. 26/2 aula** h9-18 - **lun. 27/2 webinar** h9-13 **dom. 5/3 aula** h9-18 - **lun. 6/3 webinar** h9-13 **dom. 19/3 aula** h9-18 - **lun. 20/3 webinar** h9-13 **dom. 26/3 aula** h9-18 - **lun. 27/3 webinar** h9-13 **dom. 2/4 aula** h9-18 - **lun. 3/4 webinar** h9-13 **dom. 23/4 aula** h9-18 esame finale con analisi del piano di allestimento sviluppato
Programma	*Il Visual Merchandiser racchiude in due parole competenze di marketing, di vendita, di gestione e analisi strategica.* **Il Visual Merchandising** • Definizione attuale e funzionale di Visual Merchandising, che cos'è nello specifico, che funzioni può avere e perché è importante al giorno d'oggi Il Punto Vendita • Peculiarità per un'attività di Visual, considerati i fattori riguardanti il sistema espositivo: luogo, ambientazione, grafica • Come rendere più efficace e appetibile un punto vendita • Analisi della realtà di vendita, in riferimento al settore e ai vari aspetti per il miglioramento dell'esposizione e della comunicazione Comunicazione applicata al punto vendita • Comunicare il punto vendita: stimolazione del cliente tramite colori e suoni in grado di influenzarne il comportamento d'acquisto • Tecniche di comunicazione e Marketing: sfruttare il luogo e il contesto nel momento giusto, rivolgendosi al target di riferimento L'allestimento • Allestire l'interno del punto vendita: consigli su quali tecniche utilizzare a seconda del prodotto proposto, secondo la tecnica AIDA - *attenzione, interesse, desiderio, azione* Trends, le tendenze del mercato • Trend Analysis: analisi statistica del prodotto per anticiparne il positivo inserimento nel mercato • Raccogliere catalogare differenti tipologie di materiali, per avere più idee e dettagli possibili dei vari prodotti • Tradurre in strategie le tendenze di mercato, sfruttando i proprio prodotti e adattandoli nel miglior modo possibile a quello che il mercato richiede

copernico CENTRO STUDI

Copernico Centro Studi psicologia del lavoro, ricerca, selezione e formazione
iscrizione albo reg. veneto 3809 - p.i. 03651260261

Via Roma 127, 31030 Carbonera (TV) - Tel. 0422/306792 - Fax 0422/1830848 - **num. verde 800180486** www.copernicocs.it - copernicocs@copernicocs.it

Il vero Visual è anche un Retail Manager

Retail Management

- la figura del retail manager e le sue funzioni
- Retail Management: approccio e strategie da attuare nei confronti del mercato
- Il Fashion Luxury: il continuo cambiamento del retail, della moda e dello stile, applicazione pratica n.1 Fashion Luxury Goods

Il cliente fidelizzazione e monitoraggio dei nuovi bisogni

- Il cliente come centro della strategia
- Il comportamento d'acquisto:Il nuovo volto del Cliente e i suoi bisogni, prendendone in considerazione le influenze: sociali, di marketing, situazionali e psicologiche
- Applicazione pratica 2: Fashion Luxury Goods

Elaborazione diretta di una strategia di distribuzione

- Analisi della concorrenza - Tecniche di vendita - Controllo ed eventuale riposizionamento distributivo
- Gestione delle risorse umane del singolo shop o dei punti vendita
- L'esposizione del prodotto da vendere in funzione del magazzino

Il marketing strategico: analizzare il mercato e rivolgersi a esso, al fine di massimizzare i risultati economici dell'impresa.

Marketing Mix

- Il prodotto - Brand: il ruolo e il posizionamento, analizzando i tre tipi di prodotto: essenziale, tangibile e ampliato.
- Il prezzo: analisi e strategie delle politiche di pricing
- La distribuzione, tramite la gestione dei canali di distribuzione e dei magazzini, collegata alle attività di merchandising, sia in ambito nazionale che internazionale

Promozione e comunicazione aziendale

- Analisi delle attività con le quali un'azienda si presenta al mercato: advertising, publicity, sponsorship ecc.
- Analisi della concorrenza, come farla e come analizzare i competitor, essenziale per la strategia aziendale, identificazione delle opportunità o delle minacce.

Il Marketing Esperenziale

- Peculiarità ed importanza del Marketing Esperenziale
- Da economia di prodotto ad economia basata sull'esperienza, azienda come fornitore di emozioni ed esperienze
- Elaborazione di una strategia di distribuzione per ampliare e migliorare il mercato

Web Marketing

- Il Canale Digitale e analisi Social Web Marketing, Content Marketing: che cos'è e perché è importante al giorno d'oggi
- Casi pratici a confronto