

Scuola Visual Merchandising

Prepariamo i Futuri Scenografi dei Punti Vendita

ROMA 16 - 17 - 18 - 19 - 20 Ottobre 2017

1. Premessa

L'**immagine aziendale** è tutto e il periodo di criticità del mercato ha aumentato in modo esponenziale la concorrenza: questo ha conseguentemente causato una forte necessità di differenziazione dei punti vendita da quelli dei propri competitors.

A prescindere da come un'azienda gestisca la propria distribuzione, la **chiave del successo sul mercato è sicuramente lo Store**, ovvero lo spazio fisico dove si reca il consumatore che, a sua volta, deve essere particolarmente stimolato e incentivato all'esperienza ed all'acquisto.

Per questo il mercato richiede **figure altamente professionali**, dedicate alla cura degli Store, in particolare **professionisti nella comunicazione visiva e commerciale**, che rendano il punto vendita attrattivo, i prodotti seducenti e il brand estremamente riconoscibile, attraverso specifiche strategie e tecniche di **Visual Merchandising**, da integrare e coordinare con gli obiettivi e le strategie di marketing della propria azienda.

2. Obiettivi del Corso

Il Corso di **Visual Merchandising** prepara professionisti **Visual Merchandiser**, pronti per inserirsi da subito nel mondo del lavoro. Non si tratta solamente di un corso, ma anche di un'esperienza unica di crescita professionale aggiungendo un plus alla propria carriera.

Il **percorso combina teoria e pratica** e trasferisce le conoscenze fondamentali della professione, direttamente dagli addetti del settore e con workshop tratti da casi reali.

Guidati da esperti professionisti del **retail** provenienti da importanti aziende, i corsisti impareranno ad **organizzare la merce, il layout e la comunicazione** sul punto vendita di negozi e grandi spazi commerciali, per tutti i settori del mercato: **fashion, design, healthcare, food&beverage**.

Ecco alcuni ambiti che saranno affrontati nella giornata:

- In quale ambito sviluppare le proprie competenze ed attitudini: **fashion, design, healthcare, food&beverage?**
- Quale tipo di professione del Visual Merchandising è più vicino alle mie attitudini? **Retail designer, windows dresser, visual merchandiser specialist?**
- Come presentarsi alle aziende pur non avendo ancora esperienza nel settore?
- Come è strutturato il mondo del lavoro e delle aziende, e quali sono i mercati e le aziende che ricercano questi ruoli?

3. Destinatari della Formazione

Il corso si rivolge a **diplomati/laureati e operatori di settore** che desiderano acquisire competenze specifiche in materia di Visual Merchandising.

Il Visual Merchandiser è una figura altamente professionale molto richiesta: una personalità eclettica e dinamica, organizzata e fortemente motivata dal punto di vista commerciale, sarà sicuramente agevolata nell'apprendimento.

4. Tematiche del Progetto

Scuola Visual Merchandising – E' il corso esperienziale articolato in 5 giornate per un totale di 40 ore d'aula sviluppato in 5 moduli che si alternano tra teoria e pratica, con lezioni frontali, analisi di casi aziendali, esercitazioni pratiche.



MODULO 1

Visual merchandising: figure professionali, obiettivi, strategie e strumenti in linea con le politiche di marketing. Shop experience, store design e marketing multisensoriale.

Ruolo del visual merchandising nell'ambito del marketing dell'azienda commerciale incentrato sul consumatore. Le nuove tendenze di consumo e di acquisto. La risposta del nuovo punto di vendita su misura del proprio target. Il valore del brand e del "prodotto" punto di vendita. La shopping experience multisensoriale... Esempi e discussioni relativi a brand image, nuove tendenze di acquisto, format commerciali e concept innovativi nei diversi settori e mercati.

- **Il Visual Merchandising come strumento di marketing.**
Conoscere la clientela e le sue esigenze per orientarne i comportamenti e incentivarne gli acquisti e per migliorare la funzionalità commerciale attraverso strategie mirate di offerta merceologica, di servizio e di comunicazione. Customer satisfaction e qualità totale.
- **Visual merchandising: una figura professionale poliedrica.**
Sviluppo e multidisciplinarietà del visual merchandising, i diversi ruoli professionali e competenze nell'ambito delle diverse aziende e dei punti di vendita: dalla boutique al concept store al flagship store, dal retail indipendente alle catene, dai multispecializzati alla grande distribuzione.
Requisiti personali e professionali essenziali per diventare un punto di riferimento per l'azienda.
- **Nuove tendenze di consumo e di acquisto: shopping experience e marketing multisensoriale.**
Lo store come luogo di vendita e di comunicazione, emozionale e di esperienza. Componenti funzionali, razionali ed emozionali del punto di vendita. Atmosfera e ambiente incidono sulla funzionalità commerciale e sulla redditività. La comunicazione multisensoriale, il marketing dei cinque sensi. L'esperienza e il coinvolgimento del cliente sulla base della strategia di posizionamento dell'insegna.
- **Esempi e case history tratti dai diversi settori merceologici e comparti di mercato** dalla moda, al design, all'healthcare, al food&beverage, ecc.

MODULO 2

Gli strumenti di Visual Merchandising ed il loro coordinamento strategico e operativo.

Classificazione e aggregazione dell'offerta merceologica nello spazio di vendita, layout merceologico.

Workshop: progettazione di un assortimento, aggregazioni, sequenze e adiacenze merceologiche.

Obiettivi e panoramica degli strumenti e delle tecniche del visual merchandising. Aggregazioni merceologiche e relativo layout. Workshop sull'assortimento e sulle aggregazioni dell'offerta merceologica. Esempi tratti dai diversi settori merceologici, comparti di mercato e format commerciali.

- **Obiettivi, strategie e strumenti di visual merchandising in un'ottica marketing di qualità totale.**
Gli obiettivi nell'ottica dei clienti, del commercio e dell'industria. Vendere il "prodotto" punto di vendita. Progettare il punto di vendita intorno ai clienti-obiettivo e all'offerta commerciale ad essi più adeguata. Obiettivi di marketing: funzionalità commerciale, customer satisfaction, attrazione, fidelizzazione, ... Obiettivi economici: redditività, produttività (di prodotti, reparti, spazi, addetti, ...), scontrino medio, ...
- **Strumenti di visual merchandising: panoramica, organizzazione e coordinamento strategici e operativi.**
 - Aggregazioni merceologiche / reparti.
 - Progettazione e gestione dello spazio di vendita (layout): circolazione e percorsi, layout merceologico e delle attrezzature, spazi promozionali e di animazione commerciale.
 - Esposizione dei prodotti: display di base, continuativo, stagionale e promozionale.
- **Aggregazioni merceologiche funzionali alle esigenze e ai comportamenti di acquisto dei clienti.**
Segmentazione del mercato e scelta del target. Offerta merceologica: progettazione e classificazione in funzione delle caratteristiche ed esigenze dei clienti del punto di vendita, degli obiettivi commerciali e dell'immagine aziendale. Aggregazione dell'offerta merceologica e sua disposizione in vendita.

WORKSHOP: Classificazione e aggregazione dell'offerta merceologica base di un punto di vendita, sequenze e adiacenze, layout merceologico.



MODULO 3

Progettazione, organizzazione e gestione dello spazio di vendita (Layout). Esposizione dei prodotti (display).

Strumenti e tecniche di progettazione del punto di vendita in linea con le politiche aziendali e di insegna finalizzate ad ottimizzare la visibilità, la funzionalità e la redditività dei prodotti, delle categorie e dei reparti. Criteri e tecniche di esposizione dei prodotti in funzione delle modalità di “lettura” e di scelta dei clienti. Workshop sul layout e sul display. Esempi tratti dai diversi settori merceologici, comparti di mercato e format commerciali.

- **Organizzazione e gestione dello spazio vendita (Layout)**

Definizione dei percorsi principali e secondari per alimentare la circolazione in tutte le aree del negozio. Layout merceologico: criteri, sequenze e adiacenze merceologiche funzionali al cliente e al cross selling. Assegnazione degli spazi di vendita. Attrezzature espositive e loro layout: requisiti, selezione e gestione. Le 3D dell’area espositiva. Spazi preferenziali, promozionali e di animazione commerciale. Cartellistica.

WORKSHOP: Ideazione e progettazione del layout di un punto di vendita.

- **Esposizione dei prodotti (display).**

Display e obiettivi aziendali. Display di base, di gestione e promozionale. Prodotti: un “gioco di squadra”. Criteri e modalità espositivi in funzione dei bisogni e delle logiche di lettura, di scelta e di acquisto dei clienti. Assegnazione degli spazi. Display verticale e orizzontale. Chiaroscuri, alternanze e variabilità.

WORKSHOP: Ideazione e progettazione dell’impianto espositivo di una categoria merceologica.

MODULO 4

Comunicazione e animazione nel punto vendita. Coordinare esterno e interno, display di base e promozionale. Il punto di vendita del futuro tra digitale e reale. Gli indici di performance. Il controllo dei risultati del visual.

Percezione e comportamento dei clienti nel punto di vendita. Pianificazione della comunicazione del e nel punto di vendita. Tipi e forme di comunicazione differenziati nei diversi spazi e momenti della customer experience. Le nuove tecnologie al servizio del punto di vendita. Analisi dei risultati economici e commerciali del visual merchandising.

- **Percezione e comportamento nel punto di vendita: che cosa vede, “legge” e sente il cliente.**

Suscitare attenzione e ricordo, stimolare i cinque sensi del cliente. Il neuromarketing.

- **Comunicazione in store.**

Pianificare la comunicazione in store nello spazio e nel tempo: coordinamento tra comunicazione esterna, vetrine, esposizione continuativa e spazi promozionali e di animazione commerciale. Tipi e forme di comunicazione differenziati nei diversi spazi e momenti della customer experience. Comunicazione di prodotto, di brand, di reparto e di punto di vendita per aumentare l’appeal dei prodotti e dei reparti, per enfatizzare promozioni e novità e per alimentare la circolazione in store.

- **Il punto di vendita del futuro tra digitale e reale. Le nuove tecnologie al servizio del punto di vendita**

Nuovi concept e format commerciali. Marketing (e comunicazione) on line e off line, digitale e reale.

- **Gli indici di performance del punto di vendita. Analisi dei risultati del visual e dell’impianto espositivo.**

Analisi quantitative e qualitative (dati economici e commerciali, vendite, redditività, produttività, ...). Strumenti e modalità (statistiche aziendali, software, osservazione diretta, neuromarketing, ...).

WORKSHOP: Impostazione di un progetto di comunicazione in store.

MODULO 5

Animazione in store e allestimento vetrinistico

Organizzazione ed allestimento di attività di animazione nei punti focali del punto vendita quali vetrine e podium per stagionalità, promozioni, volantini e saldi.

- **Colore e Composizione**

Teoria dei colori e loro uso in vetrina, tipologie di vetrine e composizione di prodotti. Come valorizzare i prodotti e di presentarli in modo tale da attirare l'attenzione della clientela.

- **Programmazione del Calendario commerciale**
Come sviluppare il visual book per le diverse stagionalità e per i momenti commerciali speciali: saldi, promozioni, festività.

WORKSHOP: progettazione e realizzazione di una vetrina – shooting del progetto

5. Corpo Docente

I docenti della scuola, provenienti dal mondo accademico e dal mondo professionale sono selezionati tra i professionisti di provata esperienza.

L'esclusiva tecnica formativa utilizzata dai nostri docenti è stata progettata e testata per ottenere il massimo trasferimento di nozioni e competenze immediatamente applicabili nel quotidiano professionale.

Il mix di case history, attività pratiche e modalità di docenze frontali forniranno all'allievo un'esperienza formativa unica.

6. Costi, tempi di attuazione, durata e frequenza

Il corso esperienziale è articolato in 5 giorni per un totale di 40 ore d'aula tra teorie e pratica, con lezioni frontali, analisi di casi aziendali, esercitazioni pratiche.

Il corso partirà il giorno 16 Ottobre dalle ore 9.00 alle ore 18.00

La quota di partecipazione è di €2.400.00. *Particolari agevolazioni sulle quote sono indicate al punto 7.*

Al termine del corso sarà emessa regolare fattura intestata al partecipante-azienda se comunicata all'atto di iscrizione.

La quota comprende:

- Progetto Formativo di 40 ore
- Materiale didattico consultabile nell'esclusivo cofanetto by Factory School
- USB Key contenente tutto il materiale didattico digitalizzato
- Assistenza di un tutor per tutta la fase d'aula
- Gadget targati Factory School

7. Agevolazioni sulle quote di partecipazione

Ex Allievi:

Tutti gli ex allievi, entrando a far parte del programma fidelity, ottengono uno sconto individuale privilegiato del 10% sulla quota di partecipazione di ogni corso a calendario.

Tale sconto è cumulabile con altre promozioni ed è estendibile a tutti i componenti della propria famiglia.

Partecipazioni Aziendali e di Gruppo:

A fronte di un numero minimo di 3 iscrizioni tutte le quote dei partecipanti riceveranno uno sconto del 15% non cumulabile con altre promozioni.

Studenti / Neo Diplomatici – Laureati

Gli studenti e i Neo Diplomatici e Laureati entro 12 mesi dall'acquisizione del titolo avranno diritto ad uno sconto della quota pari al 10%.

Lo sconto è cumulabile con altre promozioni.

Sconto Fiera

Sconto riservato a coloro che hanno ricevuto il coupon con lo sconto 10% Factory School durante le fiere 2016 ed andrà allegato alla conferma di partecipazione.

Lo sconto è cumulabile con altre promozioni.

Per ogni ulteriore informazione rivolgersi alla segreteria corsi al numero 049 8256256.

MODULO CONFERMA PARTECIPAZIONE

DATI ANAGRAFICI

_____		_____	
Cognome		Nome	
_____		_____	
Nato/a a	il	Codice Fiscale	
_____		_____	
Residente a:	Via	n°	Prov
_____		_____	
CAP	Tel	Cell	E-mail
_____		_____	

DATI DI FATTURAZIONE

_____		_____		
Ragione sociale		P.IVA e Codice Fiscale		
_____		_____		
Comune	Via	n°	CAP	Prov
_____		_____		_____

INDICARE IL TITOLO DEL CORSO, L'EDIZIONE E LA DATA DI INIZIO PRESELTA

<input checked="" type="checkbox"/>	Titolo corso	Sede Corso	Data di frequenza Corso
<input type="checkbox"/>	Visual Merchandising		
<input type="checkbox"/>	Organizzazione di Eventi		
<input type="checkbox"/>	Web Marketing & Social Media		

CONDIZIONI GENERALI di CONTRATTO

L'allievo dichiara di essere interessato in via prioritaria alla formazione offerta da Factory School by Boscolo srl e di accettare tutte le seguenti condizioni:

1. Tempi di attuazione, durata e requisiti per l'accesso

Il corso si sviluppa secondo il piano studi indicato nel rispettivo progetto formativo prescelto come indicato dalla tabella sopra esposta. Il progetto formativo integrale è sempre disponibile on line sito www.factoryschool.it o presso la segreteria organizzativa.

Orari, date di svolgimento, organizzazione delle lezioni e sedi di erogazione del progetto formativo prescelto verranno comunicati dalla segreteria corsi Factory School 15 giorni prima dalla data effettiva di inizio corso.



2. Conferma di Partecipazione:

Per essere ammessi al corso è necessario compilare ed inviare il presente modulo via fax al numero 0498252049 o tramite email a info@factoryschool.it. Successivamente al ricevimento dei moduli compilati e firmati la segreteria organizzativa invierà a ciascun partecipante la conferma di ricezione e di partecipazione.

Tutti gli allievi che avranno inviato via fax/email il contratto di conferma partecipazione, saranno tenuti a versare l'acconto di partecipazione corso per riservare il loro posto in aula (vedi punto 3. del presente contratto) e successivamente si richiede il saldo della quota di partecipazione previa comunicazione da parte della segreteria Factory School.

La quota di partecipazione indicata nel progetto formativo (parte integrante del presente contratto) comprende:

- Docenze e tutoraggio
- Materiale didattico a supporto dell'attività d'aula
- Gestione pratiche amministrative per attivazione stage (se prevista)
- Attestato di partecipazione

Se il pagamento viene effettuato tramite Bonifico Bancario contestualmente dovrà pervenire via fax al numero 0498252049 l'attestazione di avvenuto versamento.

La fattura verrà emessa al termine del periodo d'aula, secondo i dati indicati nel modulo di conferma di partecipazione. In caso di ritiro dell'allievo, la somma versata non sarà rimborsata.

3. Quota di partecipazione al corso e modalità di pagamento

Per l'iscrizione al corso, il partecipante sarà tenuto a versare un acconto di €200,00 contestualmente all'invio della propria conferma di partecipazione. L'importo sarà dovuto a titolo di caparra e anticipo di pagamento.

Factory School by Boscolo srl si riserva la facoltà di rinviare o annullare il corso se non sarà raggiunto e perfezionato un numero minimo di partecipanti e di rimandarlo ad altra data per cause di forza maggiore. Inoltre si riserva la possibilità di sostituire i propri docenti in caso di sopravvenuta indisponibilità degli stessi.

Il partecipante dovrà versare il saldo della quota corso entro 15 giorni lavorativi dalla data di inizio del corso, pena la perdita dell'acconto versato.

L'acconto e il saldo dovranno essere versati tramite bonifico bancario utilizzando le seguenti coordinate:

COD IBAN: IT 61 P 02008 62740 000104347204 - BOSCOLO SRL (Copia dell'attestazione di avvenuto versamento dovrà essere inviata alla segreteria organizzativa a mezzo fax 0498252049)

In caso di ritiro del partecipante, l'importo versato sarà trattenuto da Factory School by Boscolo srl.

Particolari agevolazioni:

Ex Allievi:

Tutti gli ex allievi, entrando a far parte del programma fidelity, ottengono uno sconto individuale privilegiato del 10% sulla quota di partecipazione di ogni corso a calendario.

Tale sconto è cumulabile con altre promozioni ed è estendibile a tutti i componenti della propria famiglia.

Partecipazioni Aziendali e di Gruppo:

A fronte di un numero minimo di 3 iscrizioni tutte le quote dei partecipante riceveranno uno sconto del 15% non cumulabile con altre promozioni.

Studenti - Neo Diplomati/ Laureati

Gli studenti e i Neo Diplomati e Laureati entro 12 mesi dall'acquisizione del titolo avranno diritto ad uno sconto della quota pari al 10%.

Lo sconto è cumulabile con altre promozioni.

Sconto Fiera

Sconto riservato a coloro che hanno ricevuto il coupon con lo sconto 10% Factory School durante le fiere 2016 ed andrà allegato alla conferma di partecipazione.

Lo sconto è cumulabile con altre promozioni.

Per ogni ulteriore informazione rivolgersi alla segreteria corsi al numero 049 8256256.



4. Codice Sconto Coupon*

Allegare nell'apposito riquadro l'eventuale coupon con codice sconto ricevuto da Factory School.

Nel caso di adesione ad una doppia promozione, lo sconto del coupon andrà applicato all'importo già scontato della precedente promozione. Pertanto le due scontistiche non andranno sommate.

Esempio: se siete un ex allievo, avete diritto dello sconto "Ex Allievi" del 30%. Tale importo scontato del 30% andrà successivamente scontato della percentuale pari a quella riportata nel coupon.

L'importo totale da versare verrà comunque confermato dalla Segreteria corsi.

Solamente lo sconto del coupon è cumulabile con altre offerte in vigore (vedi punto 4)

*Nel caso in cui non siate in possesso del codice, procedere al punto successivo.

5. Regole e norme di comportamento

Nessuna responsabilità è a carico di Factory School by Boscolo srl per eventi dannosi cui dovessero andare incontro gli allievi che si allontanano, sia pur per poco tempo, dalla sede del corso per motivi non connessi allo svolgimento dello stesso. Il comportamento di ciascun allievo deve adeguarsi al massimo rispetto della sede e delle persone che vi studiano e vi lavorano, secondo le normali regole di civile convivenza.

6. Attestati di partecipazione

Al termine dell'attività formativa d'aula verrà rilasciato ai partecipanti un attestato di frequenza.

7. Foro Competente e Privacy

Per qualsiasi controversia, il Foro Competente, in via esclusiva è quello di Venezia.

I dati personali dei partecipanti agli interventi formativi saranno registrati e conservati su archivi informatici e cartacei presso la struttura Boscolo srl. Tutela della privacy: in ottemperanza dell'art.7 D.lgs. 30 giugno 2003, n. 196, per la tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento di dati personali, in ogni momento è possibile modificare o cancellare i dati presenti nel nostro archivio.

Firma per accettazione

Nome e Cognome Leggibile

Luogo e data

A norma degli artt. 1341 e 1342 del Codice Civile, il richiedente dichiara di aver piena conoscenza e di accettare espressamente quanto previsto nella presente scrittura alla clausole punto 1 (Tempi di attuazione, durata e requisiti per l'accesso); Punto 3 (Conferma di partecipazione); punto 4 (Quota di partecipazione al corso e modalità di pagamento); punto 8 (foro competente e Privacy).

Firma per accettazione

Nome e Cognome Leggibile

Luogo e data