

PROGRAMES DE FORMACIÓ SECTORIAL CONSORCI 2021

VISUAL MERCHANDISING

ÀREA: COMERÇ
MODALITAT: PRESENCIAL
16H

OBJECTIUS

Objectius generals:

- Dotar l'alumne d'eines, habilitats i coneixement fonamental perquè siguin capaços d'implementar i executar accions globals d'implantació de campanyes comercials i de producte alineades a la marca al punt de venda.
- Aprendre desenvolupar tècniques d'exposició, col·locació i presentació de producte, de disseny d'espais comercials i implantació de col·leccions d'acord amb la identitat de marca.
- Conèixer i desenvolupar tècniques psicològiques que impactin sobre el visitant de les botigues físiques per harmonitzar l'espai de venda i convertir-lo en un lloc multi-sensorial enfocat a la part experiencial de l'acte de compra.
- Aprendre a gestionar elements fonamentals de l'animació del punt de venda en accions globals de Visual Merchandatge i d'Aparadorisme en qualsevol tipologia de negoci i enfocar els recursos en base a la rendibilitat del punt de venda.

CONTINGUTS

1. HISTÒRIA I FONAMENTS DEL VM.

- 1.1. Ressenya d'història i evolució del retail i del Visual Merchandatge.
- 1.2. Tipologies de compres.
- 1.3. Tipus de clients.
- 1.4. Fonaments i objectius del VM.

2. TIPOLOGIES DE VISUAL MERCHANDATGE.

- 2.1. La figura del Visual Merchandiser.
- 2.2. Tipologies de Visual Merchandatge.
 - 2.2.1. Visual Merchandatge de Presentació.
 - 2.2.2. Visual Merchandatge de Seducció.
 - 2.2.3. Visual Merchandatge de Gestió.

2.3. Desenvolupament d'assortit Estoc.

3. EL PUNT DE VENDA: TIPOLOGIES, EQUIPAMENT I LAYOUT.

3.1. Layout.

3.2. El lineal.

3.3. Circulació.

3.4. Mobiliari.

3.5. Il·luminació.

3.6. Zonificació en el punt de venda.

3.6.1. Punts freds.

3.6.2. Punts calents.

3.7. Tipus de distribució comercial.

4. TIPOLOGIES DE COMERÇ SEGONS SECTOR.

4.1. Moda.

4.2. Farmàcia.

4.3. Esports.

4.4. Cosmètica.

4.5. Accessoris.

4.6. Joieria.

4.7. Luxe.

4.8. Alimentació, etc.

5. TIPOLOGIES DE COMERÇ SEGONS SECTOR.

5.1. Experiència de compra - marca.

5.2. Implantació del punt de venda.

5.3. Branding en retail.

5.4. Neuromarketing.

5.5. El VM i els 5 sentits.

6. METODOLOGIA DEL VISUAL MARXANDATGE.

6.1. Ambientacions.

6.2. Disseny del punt de venda.

6.3. Composició en VM.

6.3.1. Línies.

6.3.2. Geometria.

6.3.3. Pes visual.

6.3.4. Ritme.

6.3.5. Grandària

6.3.6. Moviment

6.3.7. Etc

7. ACCIONS DE VISUAL MARXANDATGE.

7.1. Animació i dinamització del punt de venda.

7.2. Fases de la venda.

7.2.1. Atracció.

7.2.2. Benvinguda.

7.2.3. Descobriments i guia.

7.2.4. Assessoria.

7.2.5. Emprovador.

7.2.6. Tancament.

7.2.7. Fidelització.

7.3. Eines de Visual Marxandatge per a animació en Punt de venda.

7.3.1. Calendari retail.

7.3.2. Guidelines.

7.3.3. Check.

7.4. ist - PLV.

7.4.1. Planogramas.

7.4.2. Les promocions de vendes.

8. ACCIONS DE VISUAL MARXANDATGE.

8.1. Mètode AINDAS.

8.2. Tipologia d'aparadors.

8.3. Composició en escaparatisme.

8.4. Pautes per a dinamització del producte.

8.5. Equipament.

8.6. Tecnologia.

9. TÈCNiques DE VISUAL MARXANDATGE.

9.1. Sectorització.

9.2. Ambientacions.

9.3. Monoproducte.

9.4. Crossselling.

9.5. Upselling.

9.6. Venda reflexiva.

9.7. Display.

9.8. Focus Point

9.9. Teoria del color aplicat a Visual Marxandatge

10. STORYTELLING, TENDÈNCIES EN RETAIL I NOUS FORMATS DE NEGOCI.

- 10.1. Storytelling.
- 10.2. Nous formats de negoci i VM.
 - 10.2.1. Pop up stores.
 - 10.2.2. Flagships.
 - 10.2.3. Showrooms.
 - 10.2.4. Shop in.
- 10.3. Shops - New.
- 10.4. Markets - Concept stores.
- 10.5. Tecnologia aplicada al Visual Marxandatge.
- 10.6. Examen (pràctic - teòric).

11. VISUAL MARXANDATGE DE GESTIÓ I.

- 11.1. Assortit.
 - 11.1.1. Concepte.
 - 11.1.2. Estructura.
 - 11.1.3. Classificació.
 - 11.1.4. Dimensió Qualitat.
- 11.2. El lineal.
- 11.3. La gestió d'estocs.
- 11.4. La rendibilitat del punt de venda.
- 11.5. Gestió del Layou.
- 11.6. Coeficient Ocupació (sòl - lineal - perimetral)

12. VISUAL MARXANDATGE DE GESTIÓ II.

- 12.1. La gestió d'estocs.

- 12.2. La rendibilitat del punt de venda.
- 12.3. Gestió del layout.
- 12.4. KPI's en aparador.
- 12.5. KPI's en Visual Marxandatge.
- 12.6. Money mapping i capacitats de botiga
- 12.7. Gestió i animació del lineal i del mobiliari.
- 12.8. Metodologia de Visual Marxandatge.
- 12.9. Visual Marxandatge estratègic.

13. VISUAL MARXANDATGE DE GESTIÓ III.

- 13.1. La rendibilitat del punt de venda.
- 13.2. Implantació d'una campanya comercial.
- 13.3. Eines per a la correcta implantació del Visual Marxandatge.
- 13.4. Omnicanalitat.
- 13.5. La botiga del futur.
- 13.6. Eines de disseny aplicades al Visual Marxandatge.
- 13.7. Marxandatge Pla.
- 13.8. Manual de Marxandatge.
- 13.9. Gestió de col·leccions - novetats - promocionis.
- 13.10. Programes de gestió.