

VISUAL MERCHANDISING

Objetivo del curso

Adquirir las técnicas y estrategias de comercialización con el objetivo de planificar un espacio comercial para incrementar la ventas, se puede aplicar a una pequeña boutique hasta las gran tienda departamentales.

Perfil del alumno:

Personas dueñas de espacios comerciales, empleados de cadenas de retail, vendedores, gerentes comerciales, personas próximas a tener su propio local, y aquellos quiénes quieran tener más clientes y también personas que quieran utilizar las herramientas de marketing visual como una nueva profesión.

Perfil del alumno:

Al finalizar el curso podrás desempeñarte en distintos ámbitos comerciales: brinda las herramientas como para trabajar en diferentes ámbitos desde cadenas de retail, grandes o medianas tiendas, supermercados, marcas de consumo masivo, o/y exclusivo.

Contamos con nuestra propia bolsa de trabajo y nos contactamos con importantes productoras, editoriales, marcas y consultoras de recursos humanos para un rápida y exitosa salida laboral.

MODULO 1

Introducción al visual merchandising: Conceptos de merchandising. ¿Qué es? Estrategia comercial. Estrategia de marketing y publicidad.

Historia del visual merchandising: ¿Cómo fueron los comienzos? ¿Dónde se aplicaron primeros estos conceptos? Como fue su desarrollo hasta la actualidad.

La función de visual merchandising: El trabajo diario. Que elementos tenemos que tener en cuenta. Estructura del equipo de trabajo.

El visual merchandising en las grandes cadenas, en las tiendas, en establecimientos pequeños. Diferencias. Objetivos de cada espacio comercial.

MODULO 2

Diseño de tienda:

Su importancia para el visual merchandising. Cómo funciona el diseño de una tienda.

Zonas exteriores del punto de venta: Identificar zonas en del punto de venta. Valorar la ubicación de un establecimiento.

Conceptos básicos y funcionamientos: fachada, entrada, vidrieras.

Color: círculo cromático tradicional, colores primarios, secundarios y sus complementarios. Fríos y cálidos. Como influyen en las ventas y su relación con el diseño comercial.

Señalización y gráficos. Que mensaje debemos comunicar con la cartelería.

MODULO 3

EL visual merchandising en el interior: como es el proceso de guiar a los compradores a través del establecimiento comercial mediante una secuencia lógica.

Adyacencia de artículos: como determinamos que artículos van juntos y porque. Como aprovechamos el espacio y la rentabilidad de la superficie destinada a las ventas.

Distribución en planta: Zonas platino, oro, plata y bronce. Como distribuir los productos.

Circulación, pasillos, líneas de visión y puntos focales. Como organizar la ruta del comprador una vez que entra al punto de venta.

Presentación de productos: Conocer los principios básicos por grupos de colores. Presentación horizontal etc. Diferentes tipos de doblados.

MODULO 4

El papel de lineal: En función a la distribución como elegir un sistema de exposición: lineal o extenso, estanterías, góndolas, mostradores, percheros y expositores.

El lineal: diferenciar distintos formatos y niveles: inferior, máximo, medio, superior. Y su disposición: horizontal o/y vertical.

Optimización del lineal: Determinar que es un Facing. Organizar los productos en lineales.

MODULO 5

Iluminación: Como utilizar la iluminación para realzar un punto focal, o expositor. Tabla de iluminación.

Ambiente: como crear una atmosfera agradable para que el momento de compra se convierta en una experiencia. Música. Aromas y fragancias. Uniformes.

Control de calidad, mantenimiento y presupuesto: Su importancia en el espacio comercial. Reposición. Limpieza. Mostradores de caja.

La caja de herramientas del visual merchandiser: Veremos que es todo lo necesario para un buen desempeño.