

IDI[®]

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

CORSI
**VISUAL
MERCHANDISING**

MILANO - ROMA - BOLOGNA

248 ORE

- Studio propedeutico individuale
- 48 ore Full Immersion
- Project Work
- 200 ore di Stage sul territorio nazionale

MAX 18 PARTECIPANTI

- Realizzazione video CV
- Divulgazione del CV ad aziende di settore

ATTESTATI

- Attestato di Frequenza fase d' aula
- Attestato di Project Work
- Attestato di Stage





PECULIARITÀ DEL CORSO

L'obiettivo principale del corso di specializzazione in Visual Merchandising è quello di creare dei professionisti in grado di orientare il comportamento d'acquisto del cliente attraverso la massimizzazione della redditività degli spazi del punto commerciale o espositivo resa possibile grazie alla sapiente enfaticizzazione della presenza dei prodotti.

L'acquisto di un prodotto è una vera e propria azione che crea una esperienza emozionale. Quest'ultima se positiva trasmetterà quel valore in più che indurrà la fidelizzazione del cliente. La clientela cambia, cambiano le sue esigenze e le sue problematiche di consumo e acquisto, gli stessi prodotti si rinnovano, proprio come i concorrenti. Perciò deve cambiare tempestivamente anche la strategia commerciale del punto vendita.

La figura che si presenta congeniale ad attuare tale disegno è proprio quella del visual merchandiser. Il Visual Merchandiser definirà nuove strategie di marketing finalizzate al miglioramento della gestione commerciale del Punto di Vendita e, di conseguenza, all'incremento del business aziendale. Il visual merchandiser, dunque, curerà ogni minimo dettaglio e sarà il maestro di una comunicazione che coinvolgerà sinergicamente tutti i sensi dell'acquirente suggestionando, persuadendo, proponendo e informando, puntando al sell out di punto vendita.





PROGRAMMA FORMATIVO

Il visual merchandising
La comunicazione visiva
La psicologia del colore
Il punto vendita
La vetrina
Display punto vendita
L'esperienza emozionale nel punto vendita

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Il visual merchandiser può lavorare per un brand all'interno dell'azienda, in singoli esercizi commerciali, aziende specializzate in allestimenti, presso la grande distribuzione oppure esercitare la professione come free lance.

Con un successivo upgrade è possibile diventare visual di settore, ovvero colui che si occupa di un settore merceologico specifico e in seguito visual merchandising manager: figura professionale che coordina e supervisiona il lavoro di un intero gruppo di visual merchandiser.

DOCENTI

Enrica Melotto

VISUAL MERCHANDISER

La prospettiva multidisciplinare e la forte passione nutrita per questo campo le permettono ad Enrica Melotto, di essere costantemente aggiornata circa l'evoluzione del Visual Merchandising che la vede attiva nel settore del fashion e ovunque questa disciplina possa essere applicata.

Enrica Melotto ha collaborato con Yves Saint Laurent, Celine...si è occupata di allestimenti speciali per TELE+(Festival del Cinema di Venezia), Trudi, è stata impegnata nella formazione del personale Visual di aziende tra le quali Diesel Italia e Diesel Estero, OVS Industry.

Zaira Capone

VISUAL MERCHANDISER

Laureata in Fashion Design al Politecnico di Milano, ha lavorato come stylist per diversi programmi televisivi, redazionali e per campagne pubblicitarie.

Retail Visual Merchandiser per il flagship store Mango a Milano e Supervisor in VM Italia. Visual Merchandising Trainer esperta nella preparazione di Area

Manager VM, Visual di negozio e Vetrinisti. Ha lavorato inoltre per Desigual e attualmente per Geox, occupandosi della gestione di interni e vetrine di 96 punti vendita nel nord d'Italia, sia diretti che in franchising.

Gianfranco Giacomma Caire

VISUAL MERCHANDISER

L'esperienza professionale di Gianfranco Giacomma Caire si è sviluppata e consolidata sul campo per piccole e medie aziende oltre che per importanti multinazionali. Ciò gli ha permesso di acquisire una grande conoscenza delle diverse strategie da adottare in base al mercato, ai prodotti, alle dimensioni ed alla struttura dell'azienda con cui ha operato.

Grande esperto di comunicazione e marketing, tra i numerosissimi brand: Rinascente, Glenfield, No Limits, Parah, Upim, Mattel, l'Oreal, Maybel-line, Max Mara, Emmelunga, Corriere della sera, Apple. Owner CreativeGroup.

www.italiandesigninstitute.com