

VISUAL MERCHANDISING - KREATOR PRZESTRZENI HANDLOWEJ

Plan szkolenia

Visual merchandising - profesjonalny kreator przestrzeni handlowej

- czyli jak zachęcić klienta do zakupów

Visual merchandising to kreowanie przestrzeni handlowej. Należy do dynamicznie rozwijających się narzędzi marketingowych. Dzięki znajomości zasad visual merchandisingu można doskonale komunikować się z klientem i wpływać na jego decyzje zakupowe. Visual merchandiser zajmuje się urządzeniem sklepów oraz ich witryn, eksponowaniem produktów w sposób przyciągający klientów. Profesjonalista, który opanował techniki kreowania przestrzeni handlowej, potrafi stworzyć środowisko sprzyjające przyjaznym zakupom, dzięki czemu klienci wracają do sklepu, zapewniając tym samym wysoki poziom sprzedaży.

Kurs „Visual merchandising – profesjonalny kreator przestrzeni handlowej” to praktyczne kompendium wiedzy niezbędnej do wykonywania tego zawodu. Na pojęcie visual merchandisingu składa się wiele zagadnień: psychologia klienta, zasady planowania układu sklepu czy aranżowanie wnętrza sklepu – z nimi wszystkimi zapoznasz się w trakcie naszego kursu.

PYTANIA, KTÓRE DOCZEKAJĄ SIĘ ODPOWIEDZI

?

- Co to jest visual merchandising i jakimi narzędziami się posługuje?
- Jakie są etapy podejmowania decyzji sprzedażowych?
- Jakiego typu kolory najlepiej wpływają na sprzedaż produktów?
- W jaki sposób można wykorzystać crossmerchandising?
 - Jak można poprawić skuteczność POS-ów?
 - Na czym polega zasada sekwencji „trójek”?

KOMU W SZCZEGÓLNOŚCI DEDYKUJEMY SZKOLENIE?

- osobom, które chcą zawodowo zajmować się visual merchandisingiem
- osobom, które pracują już w zawodzie visual merchandisingera, jednak pragną odświeżyć i poszerzyć zdobytą już wiedzę
 - kierownikom sklepów
 - właścicielom sklepów i stoisk handlowych
- wszystkim, którzy interesują się marketingiem

CELE SZKOLENIA

!

- wiedza na temat roli merchandisingu i visual merchandisingu
- wiedza na temat różnorodności klientów oraz ich oczekiwań
 - znajomość i rozumienie zasad dotyczących układu sklepu
- świadomość oddziaływania ekspozycji produktów na klientów
- wiedza na temat tego, czym są materiały POS oraz czemu służą
 - rozumienie roli witryny sklepowej oraz jej wagi
- wiedza na temat unikania błędów w organizowaniu przestrzeni sklepu

SPOSOBY REALIZACJI CELÓW

samokształcenie platforma Moodle,
materiały szkoleniowe (pdf),
pytania kontrolne po każdym module,
testy sprawdzające (online)

KORZYŚCI DLA UCZESTNIKÓW

\$

Wiedza

- W1 - Rozumienie roli visual merchandisingu.
- W2 - Znajomość zadań visual merchandisera.
- W3 - Znajomość elementów psychologii klienta i jej wpływu na decyzje zakupowe.
- W4 - Rozumienie znaczenia witryn sklepowych w procesie podejmowania decyzji zakupowych.

KORZYŚCI DLA UCZESTNIKÓW

\$

Umiejętności

U1 - Umiejętność prawidłowego zaplanowania ekspozycji sklepowej.

U2 - Umiejętność zastosowania technik skutecznej prezentacji produktu w sklepie.

U3 - Umiejętność zaaranżowania witryny sklepowej.

U4 - Umiejętność zastosowania różnego rodzaju materiałów POS.

KORZYŚCI DLA UCZESTNIKÓW

\$

Kompetencje społeczne

KS1 - Rozumienie znaczenia visual merchandisingu dla współczesnej sprzedaży.

KS2 - Umiejętność uzasadniania swoich koncepcji wystroju i ekspozycji.

KS3 - Chęć samodzielnego poszerzania nabytej wiedzy i umiejętności.

WARUNKI WSTĘPNE DLA UCZESTNIKÓW

Wiedza: podstawowe wiadomości z zakresu marketingu sprzedażowego

Umiejętności: podstawowa znajomość obsługi komputera i przeglądarek internetowych

INWESTUJĄC W SZKOLENIE OTRZYMASZ

dostęp do platformy szkoleniowej
(indywidualne konto)

imienny dyplom i zaświadczenie o
ukończeniu

kursu możliwość zniżki na kolejne
szkolenia

Szczegółowy plan szkolenia

Moduł 1 Visual merchandising - zagadnienia wprowadzające

1. Merchandising a visual merchandising. Pojęcia
2. Skąd wzięł się współczesny merchandising?
3. Składniki merchandising-mix 4. Podstawowe funkcje merchandisingu

Moduł 2 Elementy psychologii klienta

1. Różnorodność klientów – czynniki wpływające na sposób kupowania.
 2. Proces podejmowania decyzji zakupowych
- 2.1. Uświadomienie potrzeby 2.2. Poszukiwanie informacji i alternatyw
 - 2.3. Decyzja o zakupie 2.4. Postępowanie posprzedażowe
3. Psychologiczne czynniki, które wpływają na postępowanie klientów
 - 3.1. Percepcja 3.2. Uczenie się 3.3. Osobowość 3.4. Motywy 3.5. Postawa

Moduł 3 Podstawowe zasady układu sklepu i planowania ekspozycji sklepowej

1. Zasada prawej strony 2. Odruchy kolejkowe 3. Efekt wolnych pleców
4. Symptom trawnikowy 5. Kolorystyka w sklepie 5.1. Zasady zestawiania kolorów
6. Oświetlenie 7. Strefa dekompresji 8. Strefa kasy 9. Zmiany w ekspozycji

Moduł 4 Prezentacja produktu

1. Efekt obfitości 1.1. Multifacing 2. Poziom wzroku
3. Zasada środka 4. Zasada kontrastu 5. Komunikacja cenowa
6. Crossmerchandising 7. Promocje 8. Odruch czytania

Moduł 5 Materiały POS i witryny sklepowe

1. Materiały POS – czym są? 1.1. Rodzaje materiałów POS
 - 1.2. Zasady stosowania materiałów POS 1.3. Jak poprawić skuteczność materiałów POS?
2. Witryna – dlaczego jest taka ważna? 2.1. Podział witryn 2.2. Aranżacja witryn sklepowych
 - 2.3. Podstawowe zasady organizacji witryn 2.4. Proste pomysły na aranżację witryny

Moduł 6 Dobre praktyki i błędy w visual merchandisingu

- 1. Dobre praktyki visual merchandisingu
 - 1.1. Zasada sekwencji „trójek ”
 - 1.2. Zróżnicowanie przestrzeni
 - 1.3. Światło i faktura zamiast koloru
 - 1.4. Proponuj zastosowania
 - 1.5. Drobne udogodnienia
 - 1.6. Muzyka
 - 1.7. Infokioski w sklepie
- 2. Błędy w visual merchandisingu
 - 2.1. Brak porządku
 - 2.2. Brak towaru
 - 2.3. Zmiany w układzie sklepu
 - 2.4. Efekciarstwo
 - 2.5. Przekonanie o nieomyślności swojej lub innych
 - 2.6. Niewłaściwa komunikacja
 - 2.7. Nieprawidłowe oświetlenie
 - 2.8. Tłok

Czas trwania kursu: **30 godzin** (Podana liczba godzin to szacunkowy czas potrzebny na całościowe opanowanie materiału, udzielenie odpowiedzi na pomocnicze pytania kontrolne oraz bezbłędne rozwiązanie testów sprawdzających).

Aby zakupić kurs zapraszamy na stronę www.crp.wroclaw.pl