



CURSO GRATUITO

ANIMA Y HAZ ATRACTIVO TU PUNTO DE VENTA. MERCHANDISING Y ESCAPARATISMO

Código **COMM22**

Acción Formativa Anima y haz atractivo tu punto de venta. Merchandising y escaparatismo

Familia Profesional Comercio y Marketing

Área Profesional Marketing y Relaciones Pública

Modalidad Presencial en el centro de Mislata

Horas 24

Objetivo general

Diseñar estrategias de merchandising visual y del escaparatismo estratégico para optimizar y mejorar las ventas de producto.

Información

Curso subvencionado dirigido a trabajadores ocupados o autónomos del sector “**Comercio y Marketing**” para mejorar su cualificación y competitividad. Para acceder al curso no se requiere ningún nivel de formación previo.

Certificado del curso

Titulación expedida por el Servicio Público de Empleo Estatal - SEPE

Contenidos

1. FUNDAMENTOS DEL VISUAL MERCHANDISING ESTRÁTÉGICO
 - 1.1. Retail & Visual Merchandising
 - 1.1.1. Gestión y creación de visuals estratégicos
 - 1.1.2. Implantación y redistribución de espacios en función de las leyes del visual
 - 1.1.3. Ordenación y zonificación de las presentaciones visuales
 - 1.1.4. Familias de productos, productos complementarios y venta cruzada
 - 1.1.5. Nuevas culturas en visual merchandising y herramientas de venta visual
 - 1.2. Product placement en visual merchandising
 - 1.2.1. Nuevas tendencias en la implantación del artículo
 - 1.2.2. El producto como arte de calle
 - 1.2.3. Optimización del punto de venta: redistribución del producto en el mobiliario
 - 1.2.4. Product placement y la diversificación del producto
 - 1.3. Fashion placement: composiciones visuales en tienda

- 1.3.1. El doblaje de ropa como estrategia de venta
- 1.3.2. El Focus point como la reinterpretación del producto en el espacio
- 1.3.3. Implantación y exposición de las prendas en el mobiliario
- 1.3.4. Formas creativas: diseño versus arte

2. ADQUISICIÓN DE LAS CLAVES DEL ESCAPARATISMO ESTRÁTÉGICO
 - 2.1. Metodología y diseño en escaparatismo
 - 2.1.1. Escaparate y comunicación como factores de venta
 - 2.1.2. Leyes sintácticas del lenguaje visual y estético
 - 2.1.3. Diseño y clasificación de escaparates en función de las distintas tipologías
 - 2.1.4. El escaparate como difusor de tendencias
 - 2.1.5. Fusión entre el mundo del arte y de la venta
 - 2.1.6. Nuevas tendencias: escaparates interactivos
 - 2.1.7. AINDAS: Proceso de decisión del consumidor
 - 2.1.8. Timming en el desarrollo de un proyecto de escaparatismo
 - 2.1.9. Técnicas de venta de life marketing

- 2.2. Dirección y creación artística de escaparates
 - 2.2.1. La idea, el diseño y la implantación
 - 2.2.2. El proceso de realización de un escaparate
 - 2.2.3. Técnicas y estrategias de montaje
 - 2.3. Product Placement en escaparates
 - 2.3.1. Técnicas expositivas en función del target y la marca
 - 2.3.2. La vida urbana del producto
 - 2.3.3. Presentación eficaz en función del producto
 - 2.3.4. La composición de las diferentes líneas de producto: calzado, menaje, perfumería, joyería, óptica, farmacia, entre otros
 - 2.4. Moda y arte en maniquíes
 - 2.4.1. Tipologías de maniquíes, bustos y otros formatos
 - 2.4.2. El maniquí en el espacio: ubicación e interpretación
 - 2.4.3. Wiring, arrugas, plancha, alfileres y accesorios
 - 2.4.4. Tendencias y estilismos innovadores
 - 2.5. Materiales y el diálogo con el espacio
 - 2.5.1. Tipos de materiales y técnicas constructivas
 - 2.5.2. ECODISEÑO, la sostenibilidad en el escaparatismo
 - 2.5.3. Diseño y construcción de decoraciones expositivas y comerciales
-
- 3. CONOCIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS DEL TRDE MARKETING E IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES
 - 3.1. Implantación de marca y merchandising estratégico
 - 3.1.1. Implantación de marcas propias o franquiciadas
 - 3.1.2. La función visual merchandiser en el trade marketing
 - 3.1.3. Comunicación estratégica aplicada
 - 3.2. Pop up Stores: tiendas de guerrilla
 - 3.2.1. Cómo y cuándo crear una Pop up Stores
 - 3.2.2. La manipulación del espacio
 - 3.2.3. La importancia de la difusión en los medios
 - 3.2.4. Marcas y diseñadores como clientes potenciales
 - 3.3. Luz, concepto y forma
 - 3.3.1. Sistemas y métodos de iluminación y fuentes de luz
 - 3.3.2. La influencia de la luz en función del tipo de producto
 - 3.3.3. La importancia de la iluminación en los espacios comerciales
 - 3.3.4. Proyectos lumínicos a través de ejemplo