

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Визуальный мерчендайзинг, стимулирующий маркетинг и имидж

Программа

1 день

Вводная часть

- Имидж. Правила создания имиджа Fashion салона
- Психология покупки: причины, по которым покупатель принимает решение о покупке
- Метод AIDA. Как возникает желание купить?
- Методы провокации желания покупателя
- Импульсные покупки. Роль мерчендайзинга в создании импульсов
- Психологические аспекты поведения покупателей в пространстве магазина
- Закономерности поведения покупателей в визуальном пространстве Fashion салона

Визуальный мерчендайзинг и принципы создания визуального пространства

- Визуальное пространство. Что и как видит покупатель
- Мерчендайзинг. Принципы мерчендайзинга
- Правила и инструменты визуального мерчендайзинга
- Законы мерчендайзинга: закон Золотого треугольника, Закон препятствий, Закон больших и малых форм, Зонирование торгового пространства

- Закон Атмосферы, Закон идентичности бренда
- Focal point
- Колористика витрин. Круг Иттена. Применение Круга Иттена при выкладке
- Цвет и цветовое сочетание: выкладка. Принципы выкладки по цветам
- Создание акцентов в пространстве
- Специфика отстройки от конкурентов
- «Принцип Золотой петли». Работа с ассортиментом
- Определение лучшего места для новой позиции или для товара
- Стандарт мерчандайзинга — работа с сопутствующими товарами

Витринистика и дизайн торгового пространства

- Оформление витрин (витринистика)
- Представление товара при помощи дополнительного оборудования, оформление каталогов, паллетов
- Событийное оформление витрин: праздники, события в магазинах
- Стили оформления витрин: барокко, классицизм, рококо, авангард, эклектика и др.

2 день

Выкладка.

- Правила выкладки: «слева на право», «принцип правой руки», «цветовое пятно», «правило паровоза», «ценовая линейка», «ассортиментная линейка», «акцентированная выкладка», «королевская выкладка», пирамидальная и др.
- Виды выкладки
- Технологии продаж сопутствующих товаров

Оформление места продаж.

- Виды P.O.S. материалов: эффективность
- Стимулирующие мероприятия в местах продаж
- Визуальные маячки

Стимулирующий маркетинг

- Стимулирующие мероприятия внутри магазина
- Event-маркетинг
- Разработка акций. Примеры акций российских и западных компаний
- Мотивационные программы для персонала

- Обучение продавцов

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Казахстан, город Алматы, ул. Жарокова 318, офис 23

www.iba.kz

info@iba.kz