ASSOVISUAL

Associazione Italiana Visual Merchandising e Progettisti d'Immagine Vetrinistica

Via Forze Armate 9, 20147- Milano tel. 02.40010028 fax 02.48707773 info@sa-vetrinistica.It

Organizzazione a cura di:

SA Space Art Comunicazione

PROGRAMMA DI "VISUAL MERCHANDISING DISPLAY" 45h

-LA DIFFERENZA TRA I VARI "DISPLAY": Cos'è il "Display" e il suo ruolo. - l'importanza del Display nel P.V.- La conoscenza dei target. - Forum di opinione con i partecipanti.

-IL "DISPLAY" PER LA VETRINA: Cos'è il "Display Vetrinistico" e il suo ruolo nel terzo millennio - l'importanza della Vetrina nel P.V.- La conoscenza dei target - Forum di opinione con i partecipanti.

-LE CARATTERISTICHE OTTIMALI DEL "DISPLAY VETRINISTICO": - Psicologia della folla - I Comportamenti del consumatore - Regole fondamentali - Psicologia del Colore e tecnica cromatica - L'importanza degli allestimenti nelle ricorrenze tradizionali e stagionali - Analisi di vari tipi di struttura - Analisi dei vari settori merceologici, legati alle tecniche espositive - L'importanza del prodotto. - Forum di opinione.

-IL "VISUAL MERCHANDISING DISPLAY" PER NEGOZIO: - Display Interni : "Display Merceologico" - "Display Creativo" - "Display Tecnico" - La sua importanza nel p.v., la conoscenza dei target. - Forum di opinione.

-ILLUMINOTECNICA PER IL "DISPLAY VETRINISTICO" E L'INTERNO DEL NEGOZIO: - Differenza delle le varie sorgenti luminose - Le regole Base - Lo schema luci ideale da adottare in vetrina. - Come emozionare con la luce - La resa cromatica della luce - Gli schemi scenografici d adottare - Come valorizzare un oggetto con la luce - Forum di opinione con i partecipanti.

-LE ATTREZZATURE PER IL VISUAL MERCHANDISING ED IL LORO MASSIMO IMPIEGO: - Presentazione di attrezzistica per vetrine ed interno negozi - Manichini - Stander - Gondole - Testate di gondola - Busti - Stampe Digitali - Banner promozionali - Decorazioni tessuti, Strutture componibili - Espositori - Pannelli autoportanti.

- IL LAY-OUT DEL NEGOZIO: - Progettazione e analisi in pianta - Disposizione delle strutture - Studio di punti Strategici - I Focus-Point - I Corner - La Disposizione delle luci e creazione di un piano di vendita con relativo messaggio e decorazione in base alle stagioni - La Disposizione delle casse.

-LE TECNICHE ESPOSITIVE DAL DISPLAY VETRINA AI DISPLAY INTERNI: - Tecniche espositive - Tecniche scenografiche - tecniche emozionali - Forum di opinione con i partecipanti.

-LA SCENOGRAFIA GRAFICA COME REALIZZARLA E COME POSIZIONARLA: - Tecniche di utilizzo dei materiali considerati "poveri" e loro applicazioni - Tecniche espositive,- Tecniche scenografiche - Realizzazione di scenografie in "Polistirene Sinterizzato" (lastre di vari spessori certificati in classe 1 di autoestinguenza, ideale per le normative di sicurezza) - Tecniche emozionali - Forum di opinione.

-LABORATORIO DI VARI MATERIALI DA CONOSCERE ED IL LORO MASSIMO IMPIEGO: - La sagomatura con utilizzo di apparecchi per il taglio a "caldo" - Lo spatolato La spugnatura . La sagomatura con utilizzo di attrezzi per il taglio a "Freddo" - Forum di opinione con i partecipanti

- LA COMUNICAZIONE PSICOLOGICA: - Studio della "persuasione occulta" nel commercio moderno - Studio in riferimento alle campagne pubblicitarie aziendali - Studio psicologico delle necessità di mercato - Studio della terminologia tecnica da adottare inserendo la relativa tecnica di esposizione e presa di coscienza delle necessità dei vari articoli da esporre -.

IN Breve:

- RILASCIO ATTESTATO DI FREQUENZA ASSOVISUAL.

- INCLUSI nel prezzo, tutti i materiali di consumo utilizzati.

- RESTERANNO DI PROPRIETA', tutte le scenografie realizzate durante il corso.

- OMAGGIO finale di un CD-ROM con una raccolta dei migliori "VISUAL DISPLAY EUROPEI".

- SEGNALAZIONE nominativo alle aziende (ai possessori della tessera ASSOVISUAL).