

# Visual merchandising. Dal marketing emozionale alla vendita visiva



<b>In commercio dal:</b>	28/03/2013
<b>Collana:</b>	Manuali
<b>Anno edizione:</b>	2012
<b>EAN:</b>	9788820400347
<b>Category:</b>	Economia e diritto
<b>Pagine:</b>	192 p.
<b>Editore:</b>	Franco Angeli
<b>Autore:</b>	Antonio Provenzano

[Visual merchandising. Dal marketing emozionale alla vendita visiva.pdf](#)

[Visual merchandising. Dal marketing emozionale alla vendita visiva.epub](#)

Un libro che fornisce le competenze essenziali per realizzare il visual merchandising: una disciplina essenziale per ogni esercizio commerciale. I tipi di lay-out sulle zone commerciali fredde e calde, le strutture espositive, i criteri e le schematiche espositivi, le geometrie di costruzione e le regole base per l'attuazione. Il complesso mondo della distribuzione commerciale pone ogni giorno nuove sfide che richiedono risposte multiple basate su nuove strategie. Mentre il consumatore finale è sempre più esigente e meno fedele, l'immagine s'impone come valore assoluto per il retailer. Il visual merchandising è una disciplina essenziale per ogni esercizio commerciale, in quanto non solo aiuta a incrementare le vendite in modo significativo ma migliora anche l'immagine del brand. Questa tecnica parte dall'analisi dell'assortimento per sviluppare una serie di attività legate alle scelte di posizionamento e di immagine del punto vendita, ma la sua complessità deriva dalle molteplici competenze coinvolte. L'obiettivo del visual merchandising è di creare un'atmosfera nel punto vendita attraverso il coinvolgimento di tutti i sensi, sviluppando tutte le opportunità offerte dalla vendita visiva, teatralizzando il punto vendita e rendendolo in grado di stimolare forti emozioni nel cliente, per regalargli un'esperienza appagante e indimenticabile.

Il primo capitolo del volume è stato curato Marco Turinetto.

Il vocabolo originariamente significava anche 'corteccia', ma visto che era un. La parola italiana libro deriva dal latino liber.

Etimologia del termine. Il vocabolo originariamente significava anche 'corteccia', ma visto che era un. Etimologia del termine. A Bologna dal 2001. La parola italiana libro deriva dal latino liber. A Bologna dal 2001. Etimologia del termine. L'agenzia professionale e flessibile per la comunicazione pubblicitaria e gli eventi di successo.

La parola italiana libro deriva dal latino liber. Etimologia del termine. L'agenzia professionale e flessibile per la comunicazione pubblicitaria e gli eventi di successo. A Bologna dal 2001. Il vocabolo originariamente significava anche 'corteccia', ma visto che era un. L'agenzia professionale e flessibile per la comunicazione pubblicitaria e gli eventi di successo. Il vocabolo originariamente significava anche 'corteccia', ma visto che era un. A Bologna dal 2001. La parola italiana libro deriva dal latino liber.