

## **MODULO DI ISCRIZIONE CORSO**

**per ulteriori informazioni: tel. 041 5318501**



ENTE FORMATORE: TER Servizi Confcommercio Venezia Srl

NOME DEL CORSO: L'immagine del punto vendita, tra digitale e negozio fisico

OBIETTIVI E CONTENUTI: l'obiettivo del corso è quello di fornire spunti di riflessione e strumenti per intervenire sull'immagine del punto vendita fornendogli maggiore dinamismo, attraverso nuovi strumenti di contatto con la clientela ed una maggiore capacità comunicativa, una migliorata presentazione del prodotto. Verranno trattati, tra gli altri, i seguenti contenuti: definizione dei criteri espositivi rispetto ai processi d'acquisto, i modelli di layout, i modelli di allocazione degli spazi espositivi, gli indici di redditività dei prodotti/servizi e della superficie espositiva, dal merchandising al visual merchandising: dove e come intervenire, la multicanalità nel punto vendita: integrazione tra digitale e negozio fisico.

DATA, ORARI E LUOGO: il corso si svolgerà nei tre lunedì mattina del 16/23/30 novembre 2015 dalle 9.00 alle 13.00 presso Confcommercio Unione Venezia in viale Ancona 9 a Mestre.

PARTECIPANTI: minimo 10 - massimo 15

CORSO GRATUITO, IN QUANTO VERSANTE ENTE

BILATERALE E SOCIO ASCOM

€ 150,00 + IVA IN QUANTO SOCIO ASCOM MA NON

VERSANTE ENTE BILATERALE

( contanti  A/B  bonifico a ter-servizi  
confcommercio venezia srl (cassa di risparmio di venezia –  
filiale di ve- mestre via torino iban:  
it78t0306902126074000067893)

€ 150,00 + IVA IN QUANTO VERSANTE ENTE

BILATERALE, MA NON SOCIO ASCOM

( contanti  A/B  bonifico a ter-servizi  
confcommercio venezia srl (cassa di risparmio di venezia –  
filiale di ve- mestre via torino iban:  
it78t0306902126074000067893)

€ 300,00 + IVA IN QUANTO NON VERSANTE ENTE

BILATERALE NÈ SOCIO ASCOM

( contanti  A/B  bonifico a ter-servizi  
confcommercio venezia srl (cassa di risparmio di venezia –  
filiale di ve- mestre via torino iban:  
it78t0306902126074000067893)

**COSTI: BARRARE UNA DELLE SEGUENTI QUATTRO POSSIBILITA' E LA MODALITA' DI PAGAMENTO**

**PER PARTECIPARE, COMPILARE E INVIARE IL PRESENTE MODULO AL FAX 041 5327569**

**CON ALLEGATA COPIA LEGGIBILE FRONTE/RETRO DOCUMENTO D'IDENTITA' DEL CORSISTA**

COGNOME E NOME CORSISTA: \_\_\_\_\_

EMAIL E CEL. CORSISTA: \_\_\_\_\_

RAGIONE SOCIALE E PARTITA IVA DITTA \_\_\_\_\_

A CUI FATTURARE (se diverso da sopra): \_\_\_\_\_



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA

TER SERVIZI VENEZIA

---

# L'IMMAGINE DEL PUNTO VENDITA: tra digitale e negozio fisico.

---



*SOLUZIONI PROFESSIONALI PER LO SVILUPPO DEL PUNTO VENDITA*

*Prot. N°*

*giugno 2015*





## PREMESSA

PROPOSTA

MODULO 1

MODULO 2

MODULO 3

MODULO 4

COSTI

### *VENDERE PRODOTTI O EMOZIONI?*

Con questa provocatoria domanda si vuole proporre qualche interrogativo su cui riflettere:

- Cosa desidera, davvero, il consumatore moderno?
- I commercianti sono consapevoli delle nuove aspirazioni della clientela?
- Si stanno attrezzando per soddisfarle?
- Ed i negozi sono studiati per rispondere a queste nuove aspirazioni?
- Il personale le sa tradurre in un servizio adeguato capace di superare le aspettative dei clienti?
- I commercianti sono in grado di sfruttare le nuove forme di comunicazione e di vendita?

Le cose stanno cambiando rapidamente nella produzione, nella distribuzione, ma soprattutto nelle nostre teste.

Oggi, quando entriamo in un punto vendita, non cerchiamo solo dei prodotti, ma la possibilità di fare un'esperienza determinata da una molteplicità di elementi combinati in un'unica formula. Per i clienti, il problema ormai, non è tanto soddisfare necessità quanto riuscire a scegliere tra la molteplicità delle proposte sulla base di elementi che li colpiscono, li emozionano e soprattutto corrispondono ai loro desideri, utilizzano modalità e forme anche molto evolute.



PREMESSA

PROPOSTA

MODULO 1

MODULO 2

MODULO 3

MODULO 4

COSTI

*DAL VISUAL MERCHANDISING ALLA VENDITA ON LINE*

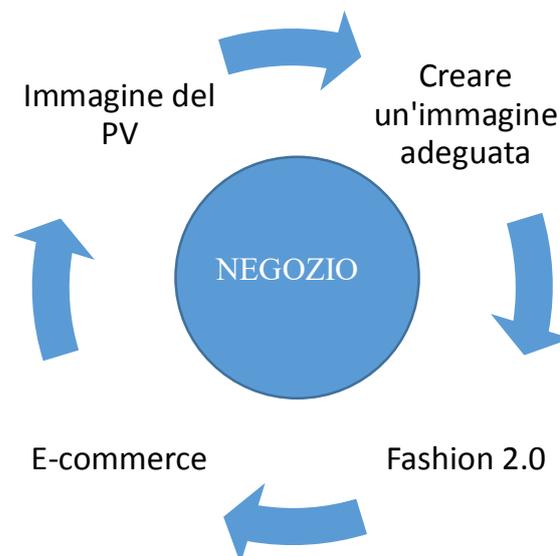
Come è noto, il commercio è un settore in forte trasformazione e proprio la rete, il web ha messo in discussione le tradizionali modalità di vendita. Nessuno è in grado oggi di prevedere come sarà la vendita nei prossimi anni, su quali basi si fonderà il commercio del futuro, di certo si può dire che sarà diverso. Avere momenti di confronto, riflette sui futuri scenari pensando che già oggi una parte della clientela è composta da nativi digitali, diventa fondamentale, una necessità ed un obiettivo per l'imprenditore.

L'impianto complessivo del progetto è quello di rivedere il modo di fare commercio alla luce delle caratteristiche del cliente 2.0 che sempre più ricerca, anche nel punto vendita fisico, una diversa shopping experience.

La proposta parte dalla volontà di rispondere sia da un punto di vista teorico che pratico ad una serie di domande.

- Quali le modalità espositive, i flussi e i percorsi in chiave moderna?
- Qual è la densità espositiva e con quali contenimenti?
- Come mantengo l'immagine globale?
- Come caratterizzo l'esposizione?
- Come e cosa comunico nella vetrina fisica ed in quella virtuale?
- È possibile coinvolgere i clienti attraverso i social network?
- Cosa s'intende per multicanalità nel punto vendita?
- Quali sono i principali marketplace e come utilizzarli al meglio?

Sintesi della proposta:





*PREMESSA*

*PROPOSTA*

**MODULO 1**

*MODULO 2*

*MODULO 3*

*MODULO 4*

*COSTI*

*L'IMMAGINE DEL PUNTO VENDITA NELL'ERA DIGITALE - 12 ORE*

Lo scopo del momento formativo è quello di fornire spunti di riflessione e strumenti per intervenire sull'immagine del PV fornendogli maggiore dinamismo attraverso nuovi strumenti di contatto con la clientela ed una maggiore capacità comunicativa, una migliorata presentazione del prodotto.

Alcuni contenuti:

- Definizione dei criteri espositivi rispetto ai processi d'acquisto
- I modelli di layout
- I modelli di allocazione degli spazi espositivi
- Gli indici di redditività dei prodotti/servizi e della superficie espositiva
- Dal merchandising al visual merchandising: dove e come intervenire
- La multicanalità nel punto vendita: integrazione tra digitale e negozio fisico



PREMESSA

PROPOSTA

MODULO 1

**MODULO 2**

MODULO 3

MODULO 4

COSTI

### ANALISI DEI PUNTI VENDITA

“L’immagine vale più di cento parole”. E’ questa la dichiarazione che riassume lo svolgimento dell’indagine sull’immagine del punto vendita. Un esperto di Retail Design sarà inviato nel punto vendita di ogni partecipante, per valutare tutti i diversi aspetti tecnici che determinano la percezione della qualità del negozio.

Attraverso l’utilizzo di una dettagliata Check-list si valuteranno tutti gli aspetti emozionali, estetici e tecnici del negozio.

Le Aree di Valutazione saranno:

- Layout - Percorsi - Flussi - Vetrine e Visual Communication
- Scatola architettonica (arredo, pavimenti, luci, colori, ecc.)
- Atmosfera, Shopping Experience.

A termine dei lavori sarà consegnato un book riepilogativo delle valutazioni.

### IL MOMENTO DEL CONFRONTO - 8 ORE

È un momento di consulenza dove, partendo dalle rilevazioni effettuate, assieme al docente si analizzeranno le diverse criticità e si cercheranno soluzioni. L’obiettivo è quello di fornire uno strumento di lettura dell’immagine complessiva del punto vendita ed un metodo per affrontare e risolvere i problemi rilevati.



PREMESSA

PROPOSTA

MODULO 1

MODULO 2

**MODULO 3**

MODULO 4

COSTI

FASHION 2.0: I SOCIAL NETWORK - 12 ORE

Si parlerà di linguaggi, dinamiche e nuove relazioni del Web 2.0, con l'obiettivo di fornire strumenti per sviluppare e potenziare il proprio business attraverso i Social Media

Saranno evidenziate le opportunità di promozione e coinvolgimento della clientela attraverso Facebook.

In particolare saranno affrontate le tecniche:

- di costruzione dei profili aziendali;
- per aumentare la visibilità aziendale nella rete;
- per creare una campagna promozionale sui social network;
- di conversazione on line con i follower/fan del prodotto moda;
- di "viralizzazione" per condividere informazioni su più social network
- di web reputation



PREMESSA

PROPOSTA

MODULO 1

MODULO 2

MODULO 3

**MODULO 4**

COSTI

## LA VENDITA ON LINE - 12 ORE

Parlare di e-commerce non vuol dire necessariamente realizzare un proprio sito web, ma anche utilizzare uno dei tanti marketplace presenti in internet. La scelta può sembrare facile, ma non lo è; bisogna valutare tutte le situazioni considerare vantaggi e svantaggi. E questo sarà il primo tema che verrà affrontato durante il corso.

Successivamente si farà una panoramica dei principali marketplace (eBay, Spartoo, Amazon) per poi concentrarsi su eBay che secondo noi rappresenta il modo migliore per avvicinarsi al commercio elettronico per “i non addetti ai lavori”.

I temi trattati in questa seconda parte saranno

- creazione ed utilizzo dei Negozio eBay
- creazione del “Template Inserzione” Professionale
- strumenti software per eBay: Turbolister e Auctiva
- concetti chiave del funzionamento di Paypal per i pagamenti online
- concetti sulla normativa per il commercio elettronico (Codice del Consumo)