



Corso Visual Merchandiser

Programma didattico

Fase 1 – Prelezione

1. Primo incontro con il docente e introduzione al metodo didattico
2. Valutazione del livello di partenza dell'allievo
3. Perfezionamento degli obiettivi del corso
4. Controllo degli strumenti e dei dispositivi

Fase 2 – Programma Didattico Business

Modulo 1 – Introduzione al visual merchandising

- Panoramica del ruolo del Visual Merchandiser
- Differenze tra vendita, allestimento, immagine del punto vendita e presentazione del prodotto
- Analisi dei principali contesti di applicazione: negozi, showroom, corner, retail, eventi e spazi espositivi
- Ruolo del visual merchandising nella percezione del brand e nell'esperienza del cliente

Modulo 2 – Fondamenti di comunicazione visiva e percezione

- Principi base della comunicazione visiva applicata al retail
- Lettura dello spazio, dei volumi e dei punti focali
- Utilizzo di forme, colori, materiali e composizione per valorizzare il prodotto
- Costruzione di un linguaggio visivo coerente con identità e target

Modulo 3 – Analisi del prodotto, del pubblico e del contesto espositivo

- Lettura delle caratteristiche del prodotto e del suo posizionamento



Eccezionale | TrustScore 4.8

Offriamo corsi
su misura e
personalizzati per tutti i
livelli, garantendo
qualità e risultati grazie
a docenti esperti e
metodologie
all'avanguardia



CHIAMACI GRATUITAMENTE
02 899 195 66



**CERTIFICATO DI
GARANZIA**

- Individuazione del target di riferimento e delle sue aspettative
- Analisi del contesto di vendita e delle logiche di fruizione dello spazio
- Adattamento delle scelte visual in funzione del brand e dell'ambiente

Modulo 4 – Organizzazione dello spazio espositivo

- Principi di disposizione dei prodotti all'interno dello spazio
- Gestione di percorsi, aree calde e aree fredde
- Costruzione di equilibrio tra ordine, visibilità e impatto estetico
- Applicazione di criteri di leggibilità e fruizione commerciale dello spazio

Modulo 5 – Allestimento vetrine e punti focali

- Struttura e funzione della vetrina nella comunicazione commerciale
- Creazione di punti focali visivi per attirare l'attenzione
- Organizzazione degli elementi in modo coerente e attrattivo
- Adattamento dell'allestimento a promozioni, stagionalità e obiettivi di vendita

Modulo 6 – Presentazione del prodotto e valorizzazione commerciale

- Tecniche di esposizione del prodotto
- Costruzione di combinazioni visive efficaci
- Valorizzazione di linee, collezioni, novità e prodotti strategici
- Equilibrio tra estetica, chiarezza e finalità commerciale

Modulo 7 – Coerenza visiva del brand nello spazio

- Traduzione dell'identità del brand nell'allestimento
- Utilizzo coerente di colori, materiali, supporti e stile
- Allineamento tra immagine del marchio e presentazione del prodotto
- Costruzione di una continuità visiva riconoscibile

Modulo 8 – Visual merchandising per promozioni, campagne e stagionalità

- Adattamento dello spazio espositivo a saldi, lanci, eventi e campagne
- Organizzazione di allestimenti temporanei e aggiornamenti visual
- Gestione del cambiamento visivo in funzione del calendario commerciale
- Creazione di soluzioni espositive flessibili ed efficaci

Modulo 9 – Strumenti digitali e progettazione visiva di base

- Utilizzo di strumenti semplici per progettare idee e layout espositivi
- Organizzazione di moodboard, palette, riferimenti e proposte visual
- Creazione di presentazioni chiare per allestimenti e concept
- Supporto digitale alla progettazione e alla comunicazione del progetto

Modulo 10 – Esperienza del cliente e logiche di acquisto

- Relazione tra spazio, percezione e comportamento d'acquisto
- Influenza del visual merchandising sull'esperienza in store
- Elementi che favoriscono orientamento, interesse e permanenza
- Costruzione di un ambiente coerente con gli obiettivi commerciali

Modulo 11 – Errori da evitare nel visual merchandising

- Criticità più comuni nella presentazione del prodotto
- Errori di composizione, sovraccarico visivo e incoerenza
- Mancanza di gerarchia e leggibilità nello spazio
- Scelte che penalizzano immagine, chiarezza o valore percepito

Modulo 12 – Applicazione operativa del ruolo di Visual Merchandiser

- Simulazione di progettazione di un allestimento visual
- Analisi di prodotto, target, spazio e obiettivi
- Organizzazione di una proposta espositiva coerente e realistica
- Impostazione di un metodo operativo adatto a un profilo junior

Fase 3 – Preparazione per il lavoro

Grazie alla collaborazione con [CV&Lavoro](#), mettiamo a disposizione dei nostri studenti un supporto professionale e altamente personalizzato che include:

1. Redazione del curriculum vitae, efficace e ottimizzato per i sistemi ATS
2. Creazione di una lettera di presentazione su misura, in linea con il profilo e il percorso formativo
3. Ottimizzazione del profilo LinkedIn, oggi fondamentale per la ricerca di opportunità in ambito digitale e non solo
4. Supporto pratico alla ricerca attiva del lavoro, con strumenti e strategie collaudate
5. Indicazioni su come rispondere agli annunci e proporsi in modo mirato alle aziende
6. Preparazione ai colloqui di lavoro
7. Lezioni pratiche e interattive, con esempi concreti
8. Materiale didattico e assistenza per dubbi, revisioni e miglioramenti"

N.B

Riservata ai privati, non previsto per i corsi aziendali o per gli enti pubblici