

Школа визуального маркетинга VMDAY – образовательный проект.

Сегмент: дополнительное образование для взрослых.

Информационное поле: мода, розничная торговля (одежда, обувь, косметика, товары для дома и др.)

Для кого:

Наш обучающий курс помогает предпринимателям, которые хотят улучшить продажи в своём магазине или планируют открыть новый.

Наша Школа помогает работникам магазинов, которые хотят уверенно принимать решения и избавиться от рутины и неизвестности.

Мы также для новичков, которые хотят освоить работу вм-специалиста и планируют работать в магазине одежды или обуви.



Основатель Школы
Елена Осиева, маркетолог,
с обширным опытом
работы в розничной
торговле.

Osieva.ru

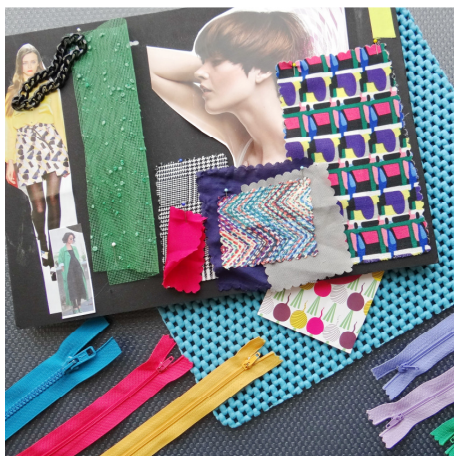
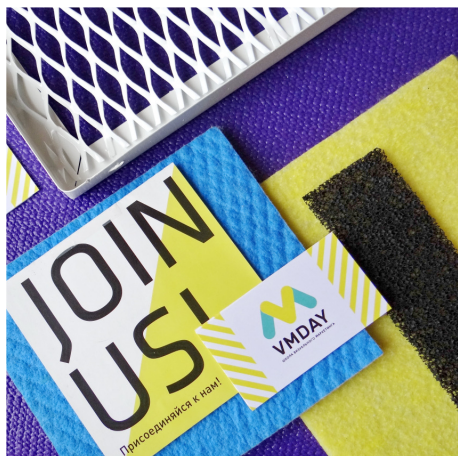
Vmday.ru

Instagram @elena_osieva

Instagram @vmday.ru

Базовый курс, основа всего:

«Визуальный маркетинг успешных брендов. Применяй лучшее в своей компании».



Ступень 1. Программа:

Урок 1: Как работает индустрия масс-маркета.

Основные термины индустрии. Структура участников процесса и их задачи. Чем занимается мерчандайзер. Правила и нормы профессии. Цели и задачи визуального маркетинга. Основные законы визуального маркетинга. Десять самых важных элементов визуального маркетинга. Торговые циклы, сезоны, фазы. В какой период возникает спрос на определённый товар. Виды работ мерчандайзера в течение года. Базовые понятия.

Урок 2: Планирование ассортимента.

Целевая аудитория бренда. Концепция бренда. Типы товаров с точки зрения ассортимента. Ассортиментная матрица. Баланс по глубине и ширине ассортимента. Состав коллекции. Как коллекции сменяют друг друга. Базовые коммерческие понятия ритейла: выручка, себестоимость, маржа на сезон, скорость реализации коллекции. Создание коллекции. Тренды: виды трендов, как образуются, кто отслеживает. Планирование структуры ассортимента. Работа байера и дизайнера: календарь, виды работ. Лукбук и реклама: концепция для сезонной кампании. Основы презентации коллекции в магазине.

Урок 3: Планировка магазина и оборудование.

Типы планировок магазинов. Основные зоны торгового зала. Какие преимущества даёт каждая зона. Понятие «горячая», «холодная» зона в торговом зале. Как зонировать пространство в разные сезоны. Оборудование: виды, назначение, вместимость. Наполняемость товаром, продажи с м². Витрина: типология, подход к оформлению, график обновления. Манекены: типология, плюсы и минусы различных видов, схема расстановки манекенов. P.O.S. материалы. Свет. Рабочие инструменты мерчандайзера. Первичная товарная аналитика.

Урок 4: Приёмы визуального маркетинга.

Цели и задачи визуального маркетинга. Различие приёмов в масс-маркете, люкс товарах и ярмарках. Основные законы мерчандайзинга. Виды развески. Как разместить новинки, базовый товар, сопутствующие товары. Положительные и отрицательные примеры. Визуальный маркетинг одежды, аксессуаров, обуви, белья, посуды, косметики. Как работать с товаром в период распродаж, сезонных кампаний. Чек-лист – как инструмент мерчандайзера. Что включить в vm-handbook. Как и где искать информацию на профессиональные темы.

Продолжительность одного урока 2 астрономических часа. Стоимость курса 12 000 руб.

Раздаточный материал входит в стоимость. Школа оснащена проектором, экраном, а также манекенами, торсами, POS-материалами, инструкциями из реальной деятельности крупных брендов масс-маркета.

После обучения у вас будут ответы на следующие вопросы:

- За счёт чего я могу увеличить средний чек в магазине
- Какое оборудование лучше. Какие манекены лучше покупать.
- Как расставить оборудование, чтобы удержать покупателя
- Что включить в ассортимент
- Когда пора делать распродажу и как оформить так, чтобы быстро избавиться от стоков
- Как распределить товар, когда его много / мало
- Какое пространство магазина создать, чтобы привлечь свою аудиторию
- Как организовать отдел мерчандайзинга, чтобы всё работало слаженно
- Сколько стоит открыть магазин

Ступень 2. Программа:

Урок 1: Выкладка товара и типы оборудования. Вместимость торгового зала.

Типы оборудования, какая выкладка подходит, сколько единиц товара вмещает. Отрицательные и положительные примеры на практике в торговом центре. Зонирование торгового зала. Использование зон в течение года. Вместимость: количество единиц на м². Способы повысить вместимость торгового зала, что делать, если товара мало.

Урок 2: Торговый зал и ассортимент. Витрины, манекены и освещение.

Группы товаров с точки зрения ассортимента. Коллекция, капсула, фантом. Распределение цвета в торговом зале. Типы витрин, виды манекенов. Правила оформления витрины, манекенов, торсов. Освещение в магазине: типы световых спотов, различие освещения в торговом зале и в примерочной, способы регулировки света. Отрицательные и положительные примеры на практике в торговом центре.

Урок 3: Чек-лист.

Практика работы с манекеном, торсом. Аудит магазина по чек-листу, обсуждение итогов.

Продолжительность урока 1,5 часа. Стоимость курса 14 000 руб.

При покупке двух ступеней
сразу в подарок комплект книг.

Договоритесь о бесплатном
пробном уроке:

+7 902 87 88 951
vmday@yandex.ru

До встречи!
Елена Осиева
СЕО Школы VMDAY

