

Visual Merchandising



Nome do Curso

Visual Merchandising

Objectivos do Curso

As técnicas de Visual Merchandising aplicadas ao espaço comercial permitem melhores resultados de venda, aumentar a satisfação do cliente e proporcionar-lhe uma experiência única de compra.

O Visual Merchandising vai muito além do simples Vitrinismo, pois inclui toda a concepção do espaço comercial, aplicando técnicas de psicologia, comunicação, design, decoração, por forma a proporcionar ao cliente um ambiente onde este se sinta confortável e que convide à fruição do espaço, à absorção do conceito dos produtos comercializados, não apenas pelo seu impacto visual, mas por toda a envolvimento proporcionada, criando espaços com personalidade própria.

O Visual Merchandising é ainda uma ferramenta facilitadora da exposição do produto e uma importante ferramenta de vendas, pois usa das diversas técnicas que podem induzir o cliente ao acto da compra.

As técnicas de Visual Merchandising permitem também a criação de uma identidade comercial própria e única, potenciando o impacto da imagem da marca sobre o cliente.

Destinatários

Este curso destina-se primeiramente a todos os que tenham ligação ao comércio, nomeadamente com responsabilidade na organização de espaços comerciais.

Gerentes de loja, proprietários, comerciais, pessoal de atendimento, todos os que estejam ligados ao comércio podem aproveitar desta formação para melhorar a atractividade dos seus espaços.

Mas os objectivos desta formação não se limitam ao conceito da loja ou espaços comerciais.

Qualquer espaço público pode utilizar as técnicas de Visual Merchandising para melhorar a imagem junto ao cliente: restaurantes, cafés, clínicas, empresas, entre outros, podem melhorar, de uma forma subtil, a percepção que o cliente tem da empresa.

Pré-requisitos

Para a frequência desta formação não são exigidos pré-requisitos especiais.

Perfil dos formadores

Como é norma nos cursos do INEPI, os formadores conjugam uma relevante formação académica com uma experiência profissional prática e efectiva, sendo profissionais da área, com um conhecimento muito directo e prático das necessidades profissionais com que os formandos se confrontarão no mercado de trabalho.

Estruturação Pedagógica do Curso

O curso tem uma estrutura linear, sendo ministrado de forma contínua e sequencial.

Perfil de Competências

No final do curso os formandos terão adquirido conhecimentos ao nível de:

- Identificar os diversos planos de Visual Merchandising.
- Produzir layouts a aplicar no contexto do espaço comercial.



- Definir zonas de venda no espaço comercial
- Criar e definir regras de exposição que permitam a criação de uma imagem comercial única
- Criar uma identidade visual/comercial

Saídas Profissionais

Esta formação permite desenvolver funções para lojas, espaços comerciais, criação de espaços públicos, eventos, etc.

Certificações

No final do curso o formando terá direito a um certificado de formação profissional, nos termos do Decreto Regulamentar nº 35/2002, de 23 de Abril (certificado de formação, caso tenha aproveitamento positivo, ou certificado de frequência, em caso de reprovação).

O curso não confere grau académico.

Metodologia Pedagógica

O curso adopta, na sua parte teórica, uma metodologia expositiva. No entanto, privilegia-se fundamentalmente a perspectiva prática, com o recurso a trabalhos práticos e casos de estudo.

Meios e recursos didácticos

O curso decorrerá em sala, com recurso a suportes audiovisuais. Outros materiais consumíveis poderão ser necessários, para a realização de trabalhos práticos (maquetas, projectos, ou outros).

Os materiais consumíveis são, em qualquer curso, da responsabilidade dos formandos. No entanto, ao nível de consumíveis, este curso não exigirá o dispêndio de montantes significativos.

A bibliografia eventualmente recomendada, ou meios técnicos que o formando possa utilizar na sua vida profissional pós-curso, não são considerados como consumíveis, pelo que o seu custo não é considerado para a estimativa acima referida.

Por norma, qualquer documentação fornecida pelo INEPI, para apoio à formação, é disponibilizada em formato digital. Se o formando a pretender na forma impressa (em papel), o custo desse serviço ser-lhe-á debitado.

Critérios de Avaliação

A avaliação neste curso resulta, basicamente, da “avaliação contínua”, pondo em equação factores como a assiduidade, pontualidade, participação activa nas aulas, e execução de trabalhos determinados pelos formadores, em aula ou em casa, individuais ou de grupo, consoante o seu próprio critério.

A escala de avaliação utilizada é de 0 a 20.

Condições do curso

A duração do curso é de 16 horas.

As condições quanto a horários disponíveis, preços e condições de pagamento são as que, à data, constarem da tabela de condições dos cursos, do INEPI. Esta informação é fornecida directamente pela Secretaria.



As condições contratuais são as constantes no Regulamento Interno do INEPI (disponível na Secretaria do INEPI e no site www.inepi.pt).

Versão do referencial: V.2

Porquê estudar no INEPI?

O INEPI – Instituto de Ensino Profissional Intensivo é uma instituição privada criada em 1981, dedicada exclusivamente à formação profissional.

Ao longo destas décadas, o INEPI tem-se afirmado como uma instituição de referência neste setor, tanto em Portugal, como nos mercados internacionais de língua portuguesa, em particular nos PALOP.

O INEPI teve também desde sempre uma forte presença no chamado mercado *corporate*, que são os serviços de formação contratados diretamente pelas empresas, organizações e organismos públicos, o que nos tem possibilitado uma forte ligação ao mercado empresarial e à realidade do mercado de trabalho.

A principal característica diferenciadora do INEPI é a forte incidência prática das suas formações. De facto, o INEPI não concorre com instituições académicas, pois não é esse o seu objetivo, mas antes complementa a formação académica com a formação prática, num sentido muito direcionado à realidade laboral.

Numa época em que vivemos submergidos pelo excesso de informação, onde o grande conhecimento é a capacidade de captar o essencial e abdicar do acessório, também na nossa vida profissional – incluindo a preparação técnica – cada vez mais os melhores profissionais são aqueles que têm a capacidade de se focarem naquilo que é essencial e realmente necessário para um bom desempenho de uma tarefa, não desperdiçando o seu tempo com conceitos, pormenores ou preciosismos que apenas retardam o seu desempenho.

Essa é pois a grande mais-valia da formação oferecida pelo INEPI: focamo-nos apenas no que é realmente essencial, e que tem aplicação direta à prática profissional.

Para tal, preparamos os melhores programas de formação, recorrendo aos melhores profissionais. Essa é a outra face da mesma moeda: apenas recorrendo a formadores que realmente trabalham diariamente em contexto real é que podemos oferecer essa perspetiva prática nas nossas formações.

Também o facto de realizarmos constantemente projetos formativos dentro das próprias empresas e organizações nos permite uma grande sensibilidade face às necessidades concretas do mercado.

Os nossos formadores não são pois académicos (sem desprimor algum para quem dedica a sua vida à investigação e ao ensino), mas são profissionais que complementam a sua atividade profissional diária com o gosto pela formação e o prazer de ensinar, e que por isso estão realmente próximos do contexto real de trabalho, e totalmente focados na perspetiva prática das matérias e nas necessidades reais e objetivas das empresas e organizações.

Por essa razão, os conteúdos das nossas formações estão em constante atualização, por forma a refletir sempre o que está a ser feito hoje mesmo no contexto real do mundo empresarial.

Também a grande interatividade do INEPI com o mercado, através de parceiras, protocolos, clientes empresariais, reconhecimentos, etc., garante aos nossos formandos uma grande facilidade de ligação e inserção no mercado laboral.

No INEPI, lançamos pontes para o seu futuro!





Conteúdo Programático

- Relação do consumidor com o espaço comercial
- "ShoppingExperience"
- Elementos que fazem a diferença na montra
- A função de Visual Merchandising

- Diferentes tipologias de pontos de venda
- Comunicar a identidade da marca através da montra
- Lançamento *briefing* do exercício 1
- Início do exercício 1
- Materiais e formas de expor o produto

- Entrega e apresentação do exercício 1
- Layout comercial, identificação de zonas no espaço comercial
- Materiais
- Iluminação
- Formas de comunicar a identidade da marca
- Conceitos, materiais e técnicas para projectar a montra
- Formas de comunicar o projecto ao cliente
- Lançamento *briefing* do exercício 2

- Entrega e apresentação do exercício 2
- Sintetização dos conceitos leccionados
- Acompanhamento de uma caso real Interior de loja + vitrina (passo a passo)
- Esclarecimento de dúvidas
- Bibliografia

