

TUTTO FORMAZIONE

DA

CORRIERE DEL WEB

FORMAZIONE PER TROVARE OCCUPAZIONE, SVILUPPARE LA PROPRIA PROFESSIONALITÀ E TROVARE NUOVE OPPORTUNITÀ DI LAVORO. MASTER, CORSI PROPOSTI DA UNIVERSITÀ, SCUOLE DI ALTA SPECIALIZZAZIONE. SEGNALAZIONI DI STAGE E BORSE DI STUDIO.

NEWSBLOG NETWORK DEL CORRIEREDELWEB.IT

[Home](#) [CorriereDelWeb.it](#) [TuttoFiere](#) [TuttoMostre](#) [TuttoTeatro](#) [TuttoDisco](#) [TuttoDonna](#) [Nuovo CorriereDelWeb](#) [TuttoSalute](#)

[MilanoNotizie](#) [Eco-Sostenibile](#) [Il Comunicato Stampa](#) [TuttoPoesia](#) [TuttoICT](#) [TuttoFotografie](#) [TuttoTurismo](#)
[TuttoArredamento](#) [TuttoNormativa](#) [OggiArte](#)

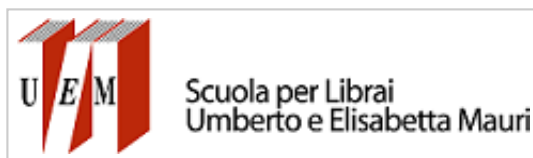
CERCA NEL BLOG

Cerca



MERCOLEDÌ 1 APRILE 2015

Corsi monografici 2015 Scuola Librai UEM - Visual merchandising e shopping esperienziale, Milano 13 aprile 2015



"Il mestiere del libraio, padrone o commesso che sia, è come quello del fioraio. Ma la straordinaria varietà delle merci che si vendono in una libreria lo obbliga a uno sforzo in più di professionalità e competenza. Il libraio, c'è poco da fare, dev'essere prima di tutto uno che sa. Poi, una persona che ha gusto, che sa selezionare le cose migliori, che capisce, o intuisce, cosa serve al cliente."

Francesco M. Cataluccio

Lunedì 13 aprile si terrà a **Milano** il Corso Monografico della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri "**Visual merchandising e shopping esperienziale**", a cura di **Luca Domeniconi, Giovanni Peresson e Beatrice Rizzi**.

La risposta a come una libreria fisica possa differenziarsi rispetto a uno store on line è attraverso un'attenzione all'assortimento e al servizio personalizzato al cliente. Non solo, ma anche con gli strumenti e le leve del merchandising: merchandising come marketing del punto vendita, come un insieme di azioni svolte per caratterizzare e rendere più attraente il punto vendita al consumatore (*visual merchandising*), con una maggiore attenzione e cura alla vetrina.

Una buona conoscenza e gestione delle leve del merchandising e dei fattori che definiscono le caratteristiche fisiche del punto vendita hanno inoltre un impatto su altri aspetti della gestione: sulle scorte, sulle rotazioni, sulla valorizzazione dei titoli e dei settori, nell'orientare le scelte e nell'ottimizzare il rendimento della superficie.

Modulo 1 - Come cambiano e come cambieranno i comportamenti di scelta e acquisto dei libri

Modulo 2 - Visual merchandising e shopping esperienziale

Modulo 3 - La vetrina come componente del visual merchandising

Modulo 4 - Spunti per incrementare le vendite in librerie

I corsi sono rivolti a librai professionisti e a chiunque intenda avvicinarsi a questo lavoro.

Il corso prevede testimonianze di librerie nella creazione di vetrine.

Per informazioni e iscrizioni:
<http://www.scuolalibraiuem.it/corsi.html>

Nana Lohrengel - 334 6317559 - nana.lohrengel@messaggerie.it

Scuola per Librai UEM
Corso Sempione, 4
20154 Milano
Tel. 02 794867 – 02 76020164
www.scuolalibraiuem.it

