

La 2^a edizione della Scuola Visual Merchandising: mettere in scena la creatività

Partirà il 5 marzo prossimo la seconda edizione della Scuola Visual Merchandising, l'esclusiva proposta formativa realizzata da "Factory School".

I risultati della prima edizione, organizzata lo scorso novembre in collaborazione con Ikea, Golden Lady, Mandarina Duck, Preca Brummel, Valentino, Gas, Patrizia Pepe, Champion, si sono rivelati eccezionali. Successo e affluenza di adesioni hanno incentivato la realizzazione della nuova edizione. Altre

aziende, oltre a quelle già partner, hanno seguito l'iniziativa con particolare interesse e hanno accolto da subito gli allievi in stage presso le loro strutture dopo il periodo d'aula. Quest'anno la collaborazione si allarga ad altre prestigiose aziende quali Sephora (del Gruppo L'Oréal Paris), La Rinascente, Upim, lana e altre aziende del settore alta moda.

Per la nuova edizione sono state introdotte alcune agevolazioni economiche per i partecipanti.

La prima riguarda solo gli allievi che non risiedono in Milano e provincia: si tratta della concessione di un alloggio presso l'Hotel Berna dove si svolgerà la settimana d'aula. La seconda interessa le aziende che desiderano formare il proprio personale interno per lo sviluppo dell'area "Visual": a loro saranno applicate delle condizioni economiche particolari per i dipendenti che parteciperanno. Le selezioni si terranno a Milano il 26 febbraio 2007. Tutte le informazioni sulle modalità di partecipazione sono reperibili sul sito www.factoryschool.it o contattando la segreteria organizzativa al numero 0498360696.

Il corso è aperto solo a 36 allievi e prevede 5 giornate di incontri full immersion con docenti universitari e professionisti del settore. Inoltre, per diventare veri "Visual" professionisti, la teoria verrà integrata da un periodo di pratica, costituita da uno stage di 6 mesi in una delle aziende partner dell'esclusivo evento.

I Visual oggi sono figure professionali molto ricercate dal mondo della moda, del design e dell'arredamento. Soprattutto a causa della novità che presenta la neonata figura professionale e della mancanza di corsi dedicati alla sua specifica preparazione, i candidati disponibili rappresentano un numero ristretto rispetto l'offerta disponibile.

Dai grandi magazzini alle piccole boutique, tutti i negozi necessitano di esperti in grado di disporre in modo strategico i loro prodotti all'interno del punto di vendita, secondo studi attenti. Precisi criteri di intervento applicati a illuminazione, teorie del colore, studio del target e percorsi coinvolgenti e stimolanti, dove regna sovrana la creatività, concorrono a incrementare le vendite, in considerazione del fatto che il consumatore è influenzato da una miriade di fattori. L'obiettivo è trasformare l'idea di acquisto in un vero e proprio gioco. Più l'esperienza è divertente, interattiva, originale, più si riesce a raggiungere lo scopo: meravigliare il cliente, affiliarlo e incrementare la sua spesa.



Scuola Visual Merchandising
PARTNER STAGE

AMARANTO, JACK, GoldenLady, OTTOMA
MILANO, GAS, PIRELLA GÖTTSCHE LOWE, EBUNK
GAS, PATRIZIA PEPE
PRECA Brummel, PIRELLA GÖTTSCHE LOWE
UPIM

II^a Edizione Visual Merchandising
Milano 5 - 9 Marzo 2007
Prepariamo i futuri **Scenografi** dei Punti Vendita

In Collaborazione con:
Factory School

Selezioni a Milano presso
l'Hotel Berna via Napo Toriani, 18
26 Febbraio 2007

INFO LINE 049 83 60 696
www.factoryschool.it



Factory School
Piazza De Gasperi, 47 - 35100 Padova
Segreteria Organizzativa
Tel. 049.8360696