

🏠 Brand & Prodotti > Merchandising & Promozioni > Siete sicuri di conoscere bene il visual merchandising?

Osservatorio RETAILING

Siete sicuri di conoscere bene il visual merchandising?

f

Devo proprio commentare questo libro di Karin Zaghi (Visual merchandising, **Franco Angeli**, 45 euro, 431 pagine) dicendo come fa Chiara Mauri: è un libro attualissimo...

🐦

in

g+



AUTORE

Luigi Rubinelli
Direttore Responsabile

SONDAGGI →

Ultimo sondaggio

03.06.2018

La sostenibilità è un problema enorme:
economico, sociale, aziendale, individuale

- Il retail è in ritardo 11%
- Il retail può affrontarla ma ha meno possibilità dell'IDM 11%
- Il retail ha già fatto a sufficienza 0%
- Bisogna ripensare negozi e prodotti in vendita 77%
- Non so 0%

VOTA



Ricevi i nostri
aggiornamenti
ogni settimana

ISCRIVITI ALLA
NEWSLETTER

Siete sicuri di conoscere bene il visual merchandising?

Giugno 2018. Devo proprio commentare questo libro di Karin Zaghi (Visual merchandising, Franco Angeli, 45 euro, 431 pagine) dicendo come fa Chiara Mauri: è un libro attualissimo.

È attualissimo perché siamo nell'era della omnicanalità e non solo in quella digitale, che tutti concordano che rientri nell'omnicanalità, ma che poi davanti a una tazza di caffè dicono: quanto resisteranno i negozi fisici?

I negozi fisici, quelli con i basilari a posto, un visual merchandising all'altezza dei tempi e soprattutto con addetti pagati il giusto e ben preparati, statene certi, resisteranno anche in futuro. Magari se li lasciassero riposare la domenica, come dovrebbero riposare anche i consumatori, potrebbero essere ancor più produttivi. Ma non entriamo in questo versante di dibattito, ahimè, molto scivoloso.

Perché dunque il libro di Zaghi è interessante e attuale?

Perché la professoressa Zaghi si ostina a scrivere ancora di visual merchandising aggiornando continuamente la sua metodologia di approccio e approfondendo i casi nuovi che il retail propone a tutti. Quindi, de facto, è una superesperta di visual merchandising.

Questa è una materia contrastata e fonte di opinioni a volte profonde a volte frivole, e quindi fa bene Karin Zaghi a spiegare con dettaglio il suo percorso di analisi, i trend che prende in considerazione, le case history per affermare la sua metodologia.

Suggerisco di leggere alcuni capitoli che appassionano anche me.

Il capitolo 8° è dedicato alla mobilità fisica che sta diventando mobilità informativa. Tutte le ricerche di mercato affermano che il cliente ha bisogno di informazioni, di buone informazioni. Molti operatori se lo dimenticano, ma ogni passaggio, ogni attrezzatura, ogni cartello genera informazioni. Molte volte sono troppe e distolgono l'attenzione del cliente, altre volte sono sbagliate e cozzano con la brand identity dell'insegna e altre volte ancora con le vendite stesse.

Il capitolo 10° è incentrato sulla comunicazione per vendere. Abbiamo parlato di basilari che devono essere a posto, e anche questo è un passaggio cruciale per chi studia e per chi lavora nel retail.

Il capitolo 11° è, secondo noi, la frontiera, soprattutto con l'avvento dell'e-commerce: il visual merchandising nelle relazioni di canale.



Va letto quando non siete affaticati, perché vi darà da pensare.

Ovviamente non mancano riferimenti e approfondimenti alle tecnologie.

Ma quel che contano sono le case history, non tantissime ma ben scelte, sempre per dimostrare la metodologia alla base degli studi di Karin Zaghi.

Grazie per la lettura



Guadagna un RWcoin

Registrati, accedi al sito e condividi questo articolo su uno di questi social network. Guadagnerai un credito utile per consultare un altro articolo di archivio.



 Lascia un commento:

AGGIUNGI

 0 Commenti

Non sono presenti commenti

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE...