

Visual Marketing nel lusso

A CHI SI RIVOLGE

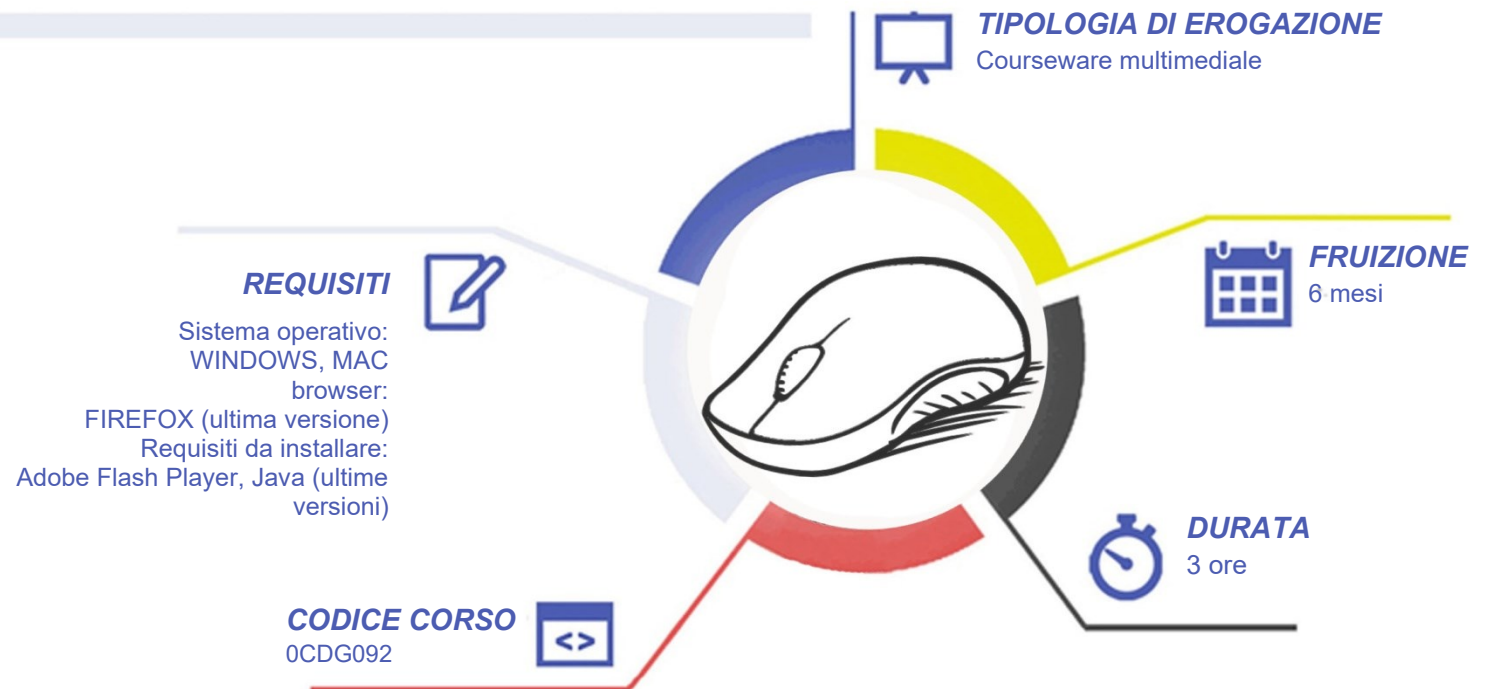
Il corso è rivolto agli operatori del comparto Luxury Retail (Fashion, Gioielli, Golf, Nautica, ecc..) che vogliono approfondire le proprie conoscenze nell'ambito del visual marketing.

OBIETTIVI

L'obiettivo di questo corso è insegnare un metodo pratico e agevole agli operatori del comparto Luxury Retail utile a comunicare al meglio il visual dei prodotti ai propri clienti partendo dalle vetrine fisiche per terminare con quelle virtuali.

Nel Marketing il senso della vista è sicuramente quello più usato nelle strategie, anche se non il solo (importantissimi sono anche gli altri sensi: l'olfatto con la profumazione del negozio, il tatto con la scelta dei materiali di arredo, l'udito con l'identificazione del sottofondo musicale, il gusto, soprattutto se l'attività si colloca nel settore della ristorazione).

L'impatto visivo però attiva le prime emozioni del nostro passante/potenziale cliente che viene colpito dai colori e dalle immagini dal fisico fino al digitale.



COMPETENZE DIGITALI

CONTENUTI

Le tecniche di visual marketing oggi

- Introduzione dell'autore
- Funzioni delle immagini
- Il mercato è cambiato, i consumatori anche...e noi?
- I segreti della vetrina: cosa fare e cosa non fare

Come funziona il nostro cervello?

- I nostri 3 cervelli
- Perché le immagini sono importanti
- Cosa compriamo e perchè

Cosa fare in pratica

- Ricordiamoci che non vendiamo prodotti o servizi, ma emozioni
- Percepire ed adeguarsi al cambiamento del mercato

- L'importanza della polisensorialità: come funziona?

Regole da non dimenticare mai

- L'atmosfera dell'esposizione
- Come utilizzare i colori
- L'importanza dei materiali e degli espositori
- Le luci: servono solo per vederci?

L'importanza dell'immagine nella rete

- Dal fisico al virtuale
- Cos'è la brand reputation?
- Siamo come la rete ci fa percepire

Impatto visivo ed emozioni: cosa fare

- Lavorare in sinergia tra fisico e digitale
- Far scegliere ai fan la vetrina da allestire
- Pianificare un piano editoriale nelle pubblicazioni
- Adattare la scrittura per il web
- Organizzarsi per ottimizzare tempi e risultati

Impatto visivo ed emozioni: cosa NON fare

- Utilizzo di linguaggi visivi diversi tra reale e virtuale
- Come NON scrivere i post: alcuni esempi per Voi
- Presidio spasmodico dei Social: cosa significa?

Conclusioni

- Riepilogo dei principali concetti

ESERCITAZIONI

All'interno del corso vi saranno momenti di verifica aventi come oggetto domande attinenti all'argomento appena trattato. In caso di risposta errata, l'utente non potrà proseguire o concludere la formazione se non affrontando nuovamente il momento di verifica.

SUPERAMENTO

Una volta seguite tutte le lezioni proposte nella loro interezza di tempo è possibile ottenere l'attestato di superamento del corso. Gli attestati conseguibili sono nominali per singolo corso ed è possibile ottenerli solo al corretto completamento del momento formativo finale.

CERTIFICAZIONI

Gli attestati rilasciati permettono di acquisire competenze secondo quanto indicato dal Framework DigComp 2.1 e, quindi, sono in grado di attestare in maniera oggettiva le competenze digitali necessarie per operare correttamente a livello professionalizzante nel lavoro in Europa.

I VANTAGGI DELL'E-LEARNING

- Risparmio in termini di tempi/costi - Piattaforma AICC/SCORM 1.2 conforme agli standard internazionali
- Accessibilità ovunque e in ogni momento - Possibilità di rivedere le lezioni anche dopo aver terminato il corso