

OBJETIVOS:

- Aprenderá a crear una experiencia sensorial diferente en su punto de venta.
- Conocerá las técnicas más vanguardistas de diseño de escaparates y de la tienda.
- Descubrirá cómo establecer vínculos con sus clientes, fidelizándolos.

A QUIEN VA DIRIGIDO:

- Directores comerciales.
- Directores de ventas.
- Directores de Marketing.
- Directores de Comunicación.
- Visual merchandisers.
- Escaparatistas.
- Empresarios y profesionales preocupados por la rentabilidad de sus puntos de venta.

FECHA Y LUGAR DE CELEBRACIÓN:

MADRID, LUNES 19 DE NOVIEMBRE DE 2007
ISEM FASHION BUSINESS SCHOOL
GARCÍA DE PAREDES, 55. 28010 MADRID

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN:

800€ (IVA INCLUIDO)
ASOCIACIÓN ANTIGUOS ALUMNOS ISEM
(30% DTO.) 560€
CÁTEDRAS Y PATRONOS ISEM (30% DTO.) 560€

PARA MÁS INFORMACIÓN:

ISEM TEL.: +34 91 451 43 41/ +34 91 399 03 60
academico@isem.es www.isem.es

isem
Fashion Business School



THE SHOP AT BLUEBIRD.

V Encuentro Sectorial

VISUAL

MERCHANDISING

APRENDA LAS CLAVES PARA

GESTIONAR EL PUNTO

DE VENTA CON ÉXITO

MADRID, 19 DE NOVIEMBRE DE 2007

isem
Fashion Business School

VISUAL MERCHANDISING

Cada estilo de vida crea un consumidor distinto y para sorprenderle es necesario mantener un diálogo constante entre la tienda y el cliente. George Homer, experto en escaparatismo a nivel internacional y profesor de Visual Merchandising del Fashion Institute of Technology, de Nueva York analizará las técnicas más innovadoras para incrementar las ventas a través de la imagen de marca en el V Encuentro de Visual Merchandising.

PONENTES



GEORGE HOMER

Con 30 años de experiencia en Visual Merchandising a nivel internacional, es profesor del **Fashion Institute of Technology (FIT)** de Nueva York. Domina el arte de "venta visual" y desarrollo de nuevos y criterios de exposición de producto. Ha sido responsable de la imagen de marca de empresas como **Chaps Ralph Lauren, Carrefour, Dockers** o **Reebok Fitness**, logrando que su aportación redunde en un aumento significativo de la productividad y de las ventas.

“SE PUEDE INNOVAR EN EL DISEÑO, EN EL PRODUCTO, EN LA TECNOLOGÍA, EN EL AMBIENTE.

LA CUESTIÓN ES SORPRENDER Y NO DEJAR INDIFERENTE AL CONSUMIDOR”.



ITZIAR ESTEBAN-INFANTES

Directora de escaparatismo de **Loewe** y **Zara** durante muchos años. Itziar estudió arquitectura de interiores en IADE, Madrid, especializándose en merchandising en Toshi Studio, Nueva York. Es profesora en la Escuela de Diseño de la Universidad Politécnica de Madrid.



GONZALO BRUJÓN

Director General **Interbrand Europa Continental** y Consejero Delegado Interbrand España. Su labor consiste en la implementación de la estrategia de crecimiento de negocio tanto para España como para Europa Continental, así como en la supervisión de proyectos estratégicos, creativos y de valoración de marca. Ha trabajado para grandes marcas globales y en España colabora con más de 15 compañías del Ibex 35.

PROGRAMA

LUNES, 19 DE NOVIEMBRE DE 2007

09:00-09:30 ENTREGA DOCUMENTACIÓN Y APERTURA DEL SEMINARIO:

Covadonga O´Shea,
Presidenta de ISEM
FASHION BUSINESS SCHOOL.

09:30-11:30 VISUAL MECHANDISING: UN DIÁLOGO CONSTANTE ENTRE LA TIENDA Y EL CLIENTE.

George Homer,
Profesor del FIT de Nueva York.

- Patrones de Comportamiento.
- La experiencia en la tienda.
- Clienting: Cómo conocer bien a sus clientes.

11:30-12:00 CAFÉ.

12:00-14:00 VISUAL MECHANDISING: UN DIÁLOGO CONSTANTE ENTRE LA TIENDA Y EL CLIENTE.

George Homer,
Profesor del FIT de Nueva York.

- Cómo despertar los cinco sentidos en el punto de venta.
- Consiga que su cliente disfrute comprando.
- Imagen 3D de la marca.

14:00-15:00 COMIDA.

15:00-17:00 IMPORTANCIA DE LA IMAGEN: EL ESCAPARATE ES IMPORTANTE.

Itziar Esteban-Infantes,
Escaparatista.

- ¿Escaparatista o no?.Sus funciones.
- Las diferentes zonas de una tienda.
- El escaparate:
 - Composición
 - Iluminación
 - Elección de soportes
 - Ejemplos e historia

17:00-17:15 DESCANSO

17:15-18:30 CÓMO CREAR UNA EXPERIENCIA INTEGRAL DE MARCA EN EL PUNTO DE VENTA

Gonzalo Brujón,
Director General de Interbrand Europa Continental.

- Cómo gestionar marcas en el punto de venta.
- Claves para gestionar y asegurarse un mayor retorno en el punto de venta.
- Caso internacional: Sephora.

EL CURSO SE IMPARTIRÁ EN ESPAÑOL E INGLÉS.