

Un libro su come sviluppare la vendita visiva con le tecniche del visual merchandising

La nuova edizione ampliata del libro di Cristina Ravazzi *Visual merchandising: per sviluppare la vendita visiva nei punti di vendita di ogni tipo e dimensione* dimostra come il visual merchandising apporti un contributo fondamentale all'aumento delle vendite e della produttività commerciale e alla trasformazione del punto di vendita in una "macchina per vendere", sviluppando sistematicamente tutte le opportunità offerte dalla vendita visiva.

Arricchito di ulteriori esempi concreti e di illustrazioni, questo libro si pone l'intento di offrire alle aziende commerciali e alle aziende di produzione di ogni settore stimoli e strumenti utili per lo sviluppo della vendita visiva nei punti di vendita.

L'interesse e l'utilità per il consumatore

La maggiore necessità di puntare sul visual merchandising è dettata dalla constatazione che la vendita visiva è oggi un servizio indispensabile per la clientela: oramai abituata (prevalentemente per i beni di largo consumo, ma anche per quelli impegnativi e di acquisto meno usuale) ad usufruire di una maggiore visibilità e accessibilità ai prodotti e a circolare più liberamente nei punti di vendita; che perciò devono diventare sempre più interessanti e accoglienti, meglio fruibili, più vivaci e più comunicativi.

L'importanza per il punto di vendita

Inevitabilmente, quindi, il visual merchandising interessa oggi ogni punto di vendita: piccolo o grande che sia, che venda beni di largo consumo o specialità per mercati di nicchia. E perciò riguarda pure i negozi a vendita prevalentemente assistita: anch'essi interessati a sviluppare la vendita visiva per dare migliore risposta alle nuove esigenze della clientela, per diventare più "leggibili" e attraenti e per rendere più comunicativi i prodotti.

Il visual merchandising accresce la comunicazione con la clientela: comunicazione che si aggiunge a quella effettuata tramite la vendita assistita, alla quale il visual merchandising fa guadagnare ulteriore professionalità aiutandola a svolgere più modernamente la propria funzione.

In tal modo, il visual merchandising valorizza il ruolo di comunicazione commerciale svolto dal punto di vendita, offrendogli ulteriori opportunità di caratterizzazione e differenziazione commerciale e maggiori occasioni di collaborazione con l'in-

dustria.

L'importanza per le aziende di produzione

Dell'importanza di puntare sul visual merchandising sono infatti sempre più consapevoli anche le aziende di produzione: ulteriormente interessate a sviluppare la comunicazione commerciale e a fare visual merchandising nei punti di vendita clienti per aumentare il sell out dei loro prodotti.

Si incrementano così le opportunità di comunicazione al pubblico attraverso un'efficace integrazione tra il visual merchandising dei produttori e quello dei punti di vendita. Con interessanti opportunità di integrazione del visual merchandising con la pubblicità e la promozione-vendite e, in un'ottica di trade marketing, con il lavoro di vendita.

Il visual merchandising è dunque diventato patrimonio professionale indispensabile a tutti coloro che si occupano di vendita, sia nell'industria che nel commercio.

Stimoli e strumenti utili per sviluppare tutte le opportunità del visual merchandising

Cristina Ravazzi mostra come implementare il lavoro di visual merchandising nei suoi tre principali momenti strategici e operativi: classificazione e aggregazione funzionale dell'offerta merceologica, organizzazione razionale dello spazio di vendita (*layout*) ed esposizione comunicativa e attraente dei prodotti (*display*).

Si sofferma inoltre sulla promozione-vendite, strumento essenziale di comunicazione commerciale nel punto di vendita, e sulle vetrine che, grazie al visual merchandising, diventano più interessanti e attraenti.

Ricca di riferimenti concreti a punti di vendita di diverso settore e di vario tipo e dimensione, la nuova edizione ampliata di questo libro costituisce un agile ed esauriente manuale introduttivo alle logiche e ai metodi del visual merchandising; che consigliamo a tutti coloro che praticano o si interessano di commercio.

Cristina Ravazzi

consulenza e formazione commerciale
corso Unione Sovietica 256/2 10134 Torino
011 3173818 cristina@ravazzi.191.it