

Визуальный мерчендайзинг

1. Описание компетенции

Компетенция «Визуальный мерчендайзинг» представляет собой оформление витрин с демонстрацией товаров, с целью повышения продаж и получения прибыли. Основной задачей визуального мерчендайзера является максимальное увеличение продаж путем взаимодействия и общения с целевой аудиторией и создания положительной атмосферы. Визуальный мерчендайзер напрямую взаимодействует с потенциальными клиентами посредством оформления и создает положительное впечатление, которое, в свою очередь, влияет на выручку от продаж в данном виде деятельности. Притом, что невозможно точно оценить влияние оформления, выполненного визуальным мерчендайзером, считается, что оно становится все более важным элементом маркетинга и продаж успешного предприятия розничной торговли.

Организация работы и самоорганизация, коммуникации и компетенции межличностного общения, решение проблем, инновации и креативность; способность разрабатывать оригинальные «притягивающие внимание» концепции с «вау-эффектом», которые позитивно вовлекут целевой рынок, а также внимание к деталям / окончательному оформлению — универсальные качества превосходного визуального мерчендайзера.

Визуальный мерчендайзер может работать в группах или один в зависимости от размера бизнеса. В среднем и крупном бизнесе они работают в тесном сотрудничестве с маркетинговой командой и командой по продажам. Какова бы ни была организация работы, обученный и опытный визуальный мерчендайзер демонстрирует высокий уровень персональной ответственности и самостоятельности. От понимания задач и целей отделов маркетинга и продаж, правильной интерпретации задания и понимания поведения целевых рынков и до создания оформления с «вау-эффектом» — каждый этап работы визуального мерчендайзинга и оформления имеет непосредственную связь с выручкой от продаж.

Принимая во внимание глобализацию визуального представления и мобильность людей на мировом уровне, визуальный мерчендайзер сталкивается с быстро расширяющимися возможностями и вызовами. Талантливому визуальному мерчендайзеру доступно множество коммерческих предложений по всему миру, однако для этого он должен понимать самые разные культуры, тенденции и стили и работать с ними. Поэтому разнообразие компетенций, связанных с визуальным мерчендайзингом, будет, вероятнее всего, расширяться.

Квалифицированные специалисты в данной области могут оформлять витринное пространство с целью привлечения внимания к продукту определенного бренда. Специалисты используют необходимые инструменты, материалы и оборудование для создания авторского реквизита и выкладки товара.

2. Сфера деятельности

Визуальный мерчендайзер работает как в магазинах розничной торговли, являющихся частью группы и получающих поддержку из центрального офиса, так и в независимых магазинах с большой личной самостоятельностью и ответственностью. Действия, которые выполняет визуальный мерчендайзер, основаны на интерпретации и анализе задания, создании оформления и реализации — работе с продукцией и реквизитом.

Стандартный набор функций специалиста:

- Общение с командой менеджеров и отдела продаж для определения целей оформления: потребностей компании, предпочтений руководства и назначения пространства
- Генерация дизайн-идей для декорирования магазина и проработка поэтажных планов

- Создание визуальных образов будущего внешнего вида торгового пространства в специальных программах или от руки
- Принятие решений о том, как творчески и эффективно использовать витрины и освещение
- Создание специальных витрин для продвижения особых товаров и предложений
- Подбор музыкального сопровождения и ароматов для торгового зала
- Поиск подходящих материалов для оформления пространства, ведение переговоров с поставщиками и подрядчиками, занимающимися изготовлением реквизита
- Участие в монтаже декораций, витрин, экранов и рекламных материалов
- Обучение торгового персонала, которые обязаны знать все тонкости запланированного оформления витрин, полок и манекенов
- Участие в демонтаже старых конструкций
- Старшие визуальные мерчендайзеры отвечают за планирование внешнего вида и зонирования магазина на год вперед
- Закупка торгового оборудования, вывесок, полок и реквизита
- Бюджетирование, т.е. планирование всех расходов и соблюдение бюджета
- Адаптация основного оформления под рекламные акции и время года

3.Перечень программ по компетенции

1. Программ профессионального модуля для среднего профессионального образования «Организация и проведение экспертизы и оценки качества товаров (с учётом компетенции Ворлдскиллс «Визуальный мерчендайзинг»).
2. Дополнительная общеразвивающая программа «Менеджер по работе с персоналом» (с учетом компетенции Ворлдскиллс «Визуальный мерчендайзинг») для обучающихся 7-11 классов, первое профессиональное образование в рамках основного общего образования.
3. Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Современные технологии оформления витринных пространств (с учётом стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Визуальный мерчендайзинг»