

[H4.2] TECNICO DELL'ALLESTIMENTO DEGLI SPAZI ESPOSITIVI – VISUAL MERCHANDISER

Settore economico professionale: Servizi di distribuzione commerciale

Descrizione sintetica:

Il Tecnico dell'allestimento degli spazi espositivi - *Visual merchandiser*, si occupa di tutte le attività finalizzate alla comunicazione visiva commerciale o artistica, che vanno dall'addobbo delle vetrine, al layout ed il display degli spazi di vendita, all'allestimento di stand promozionali in centri commerciali o fiere. Sviluppa le sue attività a partire da un progetto grafico concordato con il committente e sulla base della politica promozionale e di immagine dell'azienda/punto vendita.

| SISTEMI DI REFERENZIAMENTO | |
|---|--|
| Sistema di riferimento | Denominazione |
| EQF | 4 |
| Codice ISTAT CP 2011 | [5.1.3.3.0] Vetrinisti e professioni assimilate |
| Area/e di Attività (AdA) del Repertorio nazionale delle qualificazioni regionali a cui il profilo afferisce | [18.209.680] Cura dell'esposizione delle merci ed organizzazione degli spazi vendita |

| UNITÀ DI COMPETENZE – Rappresentazione intervento di allestimento |
|---|
| <p>CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuare e interpretare le caratteristiche del target di riferimento, tenendo conto dell'idea e del messaggio che si intende veicolare • Individuare gli elementi creativi e tecnici necessari ad elaborare alcune ipotesi di intervento, valutandone l'efficacia • Prefigurare la resa e le potenzialità espressive e comunicative degli spazi e dei materiali a disposizione, valutando vincoli e opportunità • Tradurre le esigenze e gli obiettivi di vendita, in relazione alle regole di visual merchandising e alla tipologia di prodotto da veicolare |
| <p>CONOSCENZE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basi di marketing: comportamenti di acquisto, segmentazione del mercato, posizionamento, marketing mix • Basi di semiotica e comunicazione • Marketing digitale • Elementi di neuromarketing e psicologia della vendita • Principi e tecniche di visual merchandising <i>in store</i>: sistema espositivo, ambientazione, illuminazione, grafica |

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Terminologia tecnica di settore in lingua inglese |
| <p>OGGETTO DI OSSERVAZIONE Le operazioni di rappresentazione dell'intervento di allestimento</p> |
| <p>INDICATORI VALUTAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisi delle richieste del cliente • Elaborazione di ipotesi di ambientazione e allestimento • Ricognizione degli spazi e dei materiali |
| <p>RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE Elaborazione di una proposta di allestimento che tenga conto del target di riferimento e degli obiettivi di vendita e valorizzi le potenzialità espositive e comunicative degli spazi e dei materiali disponibili</p> |
| <p>MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE Audit, colloquio tecnico e/o prova prestazionale, sulla base del disegno valutativo</p> |

| |
|--|
| <p>UNITÀ DI COMPETENZE – Configurazione degli spazi espositivi e delle vetrine</p> |
| <p>CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adottare metodologie e strumenti per lo sviluppo progettuale dell'intervento (bozzetto, esecutivi, modelli, ecc.) • Definire scelte di allestimento, utilizzando senso artistico, fantasia, creatività e abilità manuale • Definire un progetto grafico con adeguate soluzioni di allestimento, in linea con le potenzialità dell'azienda, le tendenze del mercato e l'analisi della concorrenza • Individuare i materiali adeguati alle creazioni che si vogliono effettuare, ottimizzando i risultati e i costi |
| <p>CONOSCENZE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applicativi di grafica digitale • Elementi di base di scenografia • Elementi di grafica • Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro • Principi di grafica pubblicitaria • Principi di illuminotecnica • Tecniche di progettazione degli spazi espositivi • Tecniche e psicologia del colore • Terminologia tecnica di settore in lingua inglese |
| <p>OGGETTO DI OSSERVAZIONE Le operazioni di configurazione degli spazi espositivi e delle vetrine</p> |
| <p>INDICATORI VALUTAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborazione di un progetto grafico • Scelta dei materiali e degli accessori • Selezione dell'ambientazione e dell'allestimento |
| <p>RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE Realizzazione del progetto grafico dell'allestimento, individuando i materiali adeguati</p> |

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

Audit, colloquio tecnico e/o prova prestazionale, sulla base del disegno valutativo

UNITÀ DI COMPETENZE – Allestimento degli spazi espositivi e delle vetrine**CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)**

- Adottare le modalità e i criteri più adeguati a disporre i prodotti ed il materiale relativo ad eventuali promozioni, per catalizzare l'attenzione su punti focali definiti
- Adottare metodologie grafiche per la creazione del cartellonismo come motivo di messaggio pubblicitario o tema d'allestimento
- Adottare tecniche e strumenti per la realizzazione degli spazi espositivi (montaggio, sistemazione elementi ecc.) e la collocazione delle immagini a valenza espositiva e scenografica
- Applicare tecniche di allestimento legate alla stagionalità ed alle ricorrenze (focus su punti specifici, ridefinizione display ecc.)
- Curare il disallestimento dello spazio espositivo e delle vetrine
- Individuare i prodotti da esporre

CONOSCENZE

- Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro
- Nozioni di psicologia della comunicazione e tecniche del messaggio
- Principali materiali di costruzione e decorazione
- Principali tecniche di decorazione
- Strutture e materiali espositivi
- Tecniche di esposizione
- Tecniche di montaggio degli elementi scenografici
- Terminologia tecnica di settore in lingua inglese

OGGETTO DI OSSERVAZIONE

Le operazioni di allestimento degli spazi espositivi e delle vetrine

INDICATORI VALUTAZIONE

- Disposizione di materiali e prodotti
- Montaggio e sistemazione dello spazio espositivo
- Realizzazione dello spazio espositivo

RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE

Realizzazione degli spazi espositivi con collocazione della cartellonistica e degli elementi grafici e scenografici

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

Audit, colloquio tecnico e/o prova prestazionale, sulla base del disegno valutativo

UNITÀ DI COMPETENZE – Strutturazione del layout degli spazi di vendita**CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)**

- Adottare metodologie e tecniche espositive e scenografiche per la definizione del display a seconda della tipologia merceologica
- Definire il collocamento spaziale delle merci seguendo criteri di funzionalità, attrattività, ecc.
- Definire il display e le modalità di attribuzione della superficie espositiva alle singole tipologie di prodotti, creando punti focali per l'interazione con l'acquirente

- Individuare modalità e mezzi necessari ad esporre ed ambientare correttamente qualsiasi prodotto commerciale, allo scopo di incrementare il desiderio d'acquisto e facilitarne la vendita

CONOSCENZE

- I display interni: tecniche e modalità di esposizione, allocazione dei prodotti nello spazio espositivo, cartellonistica e cartellistica
- Il layout: spazio e forma negli spazi espositivi
- Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro
- Nozioni di merceologia
- Parametri tecnici di disposizione delle merci e organizzazione degli spazi
- Terminologia tecnica di settore in lingua inglese

OGGETTO DI OSSERVAZIONE

Le operazioni di strutturazione del layout degli spazi di vendita

INDICATORI VALUTAZIONE

- Organizzazione della superficie espositiva e del collocamento dei prodotti
- Realizzazione dei display
- Selezione dei criteri di esposizione dei prodotti

RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE

Definizione del layout espositivo delle merci secondo criteri di funzionalità ed attrattività, sulla base della tipologia merceologica

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

Audit, colloquio tecnico e/o prova prestazionale, sulla base del disegno valutativo