

《视觉营销》

图书基本信息

书名：《视觉营销》

13位ISBN编号：9787506454766

10位ISBN编号：7506454769

出版时间：2009-3-1

出版社：中国纺织出版社

作者：[英] 托尼·摩根

页数：208

译者：陈望

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《视觉营销》

前言

如果你曾在一家商铺外，对它的橱窗陈列之美欣羨不已，如果你曾经过一家百货店时为它的热销商品而心猿意马，如果你曾为关注商店的指南信息而驻足，那么你已经被视觉营销所吸引了。如果你沿着步行街行走或经过一家店铺时停下来，还购买了东西，说明你已经抵挡不住视觉营销的绝对控制了。多年以来，被称为橱窗造型师或陈列艺术家的创意个体为全世界的零售商和他们忠实的顾客打造着一个又一个美丽的“购物天堂”。在商店里，陈列展示团队扮演着独一无二且备受羡慕的角色。偶尔的大笔预算资金，持续不断的无尽才干，他们总是神秘地把自己

《视觉营销》

内容概要

众所周知，视觉营销从业者在零售业界正发挥着日益重要的影响力。无论是对商家在产品销售及陈列展示上的辅助与指导，还是在推进当季度的流行趋势上，视觉营销已经成为当今零售业最炙手可热的职业角色之一，它更好地塑造了品牌形象，并将其深深根植在消费者的心中，从而使商家的营业额大幅攀升。鉴于此，《视觉营销:零售店橱窗与店内陈列》作者以大量翔实的内容、丰富的图片以及众多第一手的访谈记录，以期为从事视觉营销工作的专业人员及欲从事此行业的学生或职场人士提供帮助和参考。

《视觉营销:零售店橱窗与店内陈列》大致由以下内容组成：

视觉营销从业者的职业角色

店铺设计的必备知识

橱窗展示、店面陈列设计及陈列展示模特设计的全程指导

极具前瞻性的第一手店铺资料，专家访谈记录及精选名店的陈列照片

橱窗展示的创意设计 & 店铺顾客通道的创建与改进指南

顶级视觉营销者的职业“百宝箱”

详尽的视觉营销专业词汇

《视觉营销》

作者简介

托尼·摩根，伦敦时装零售研究中心主任，现于伦敦时装学院讲授视觉营销课程。他从事视觉营销工作长达18年，此前曾在英国最著名的百货公司Selfridges任视觉营销部经理，并建立了属于自己的创意零售咨询机构。

《视觉营销》

书籍目录

前言视觉营销的发展史视觉陈列师的职责视觉陈列师的日常任务培训百货商店的视觉营销连锁店的视觉营销小型零售店的视觉营销衡量成败商店设计什么是商店设计商店设计为什么重要谁来设计商店怎样进行商店设计商店个案研究：库尔特·盖格（Kurt Geiger）橱窗了解你的橱窗橱窗陈列设计主题与方案预算道具橱窗陈列设计商店个案研究莲卡佛百货店色彩橱窗备货橱窗陈列的安装照明标识与图示橱窗设计日程表橱窗的标准、维护和预算商店个案研究：福特纳姆一梅森百货公司店内

《视觉营销》

编辑推荐

大致由以下内容组成：视觉营销从业者的职业角色 店铺设计的必备知识 橱窗展示、店面陈列设计及陈列展示模特设计的全程指导 极具前瞻性的第一手店铺资料，专家访谈记录及精选名店的陈列照片 橱窗展示的创意设计 & 店铺顾客通道的创建与改进指南 顶级视觉营销者的职业“百宝箱” 详尽的视觉营销专业词汇 众所周知，视觉营销从业者在零售业界正发挥着日益重要的影响力。无论是对商家在产品销售及陈列展示上的辅助与指导，还是在推进当季度的流行趋势上，视觉营销已经成为当今零售业最炙手可热的职业角色之

《视觉营销》

精彩短评

1、 视觉营销英文Visual Merchandising简称VMD。VMD不仅仅涉及到陈列、装饰、展示、销售的卖场问题，还涉及到企业理念以及经营体系等重要“战略”，需要跨部门的专业知识和技能，并不是通常意义上我们狭义理解的“展示、陈列”，而实际它应该是广义上“包含环境以及商品的店铺整体表现”。视觉营销是将商品和有效管理卖场的方法规划为销售战略，使其能够在竞争中占优势的一种视觉性价值的表现方法。视觉营销在国外的应用已经相当广泛和成熟。

<http://www.douban.com/group/topic/42625285/>

2、 不错

3、 好几天才看完第一章。。。

4、 作者是美国零售业巨头赛尔弗里奇百货的百货视觉总监，关于视觉营销的历史娓娓道来，不过，作者人为地视觉营销的历史开始是从欧洲的橱窗开始的。可能跟他从事百货视觉设计有关。关于视觉营销的历史，没有什么可供参考的范本，作者写的很棒，很有诗意，但是，希望能够找到信息更加丰富的描述。

5、 戏剧性

6、 本书重点为橱窗与店内陈列的视觉设计。纸张不错，图片很大。

内容很详细。基本涵盖了零售店橱窗与店内陈列所有需要考虑的问题。

比如怎么安排施工，照明的设计，各种灯光的不同用途。维护和预算的安排。等等。个案研究不是很多。可以加强些。

《视觉营销》

精彩书评

1、本书重点为橱窗与店内陈列的视觉设计。纸张不错，图片很大。内容很详细。基本涵盖了零售店橱窗与店内陈列所有需要考虑的问题。比如怎么安排施工，照明的设计，各种灯光的不同用途。维护和预算的安排。等等。个案研究不是很多。可以加强些。

章节试读

1、《视觉营销》的笔记-第36页

在日本，你能发现很多富有创造力的设计。东京的街道潜藏着很多有趣的零售门店，最富有创意的店铺并不是位于主要商业街的中心位置，而是隐藏于后街小巷中。这四座小而拥挤的岛屿，远离西方几千公里之外，堪称创造力的大熔炉。小空间变成了零售卖场。东京银座Ginza的索尼中心是消费者和科技互动的商业中心。

2、《视觉营销》的笔记-第32页

设计一个重要的陈列设备之前，需要沟通和讨论通道、照明、标志的功能。一些商家一般会征求室内设计师、照明设计师和陈列艺术家的意见，共同商讨创建销售环境。

《视觉营销》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com