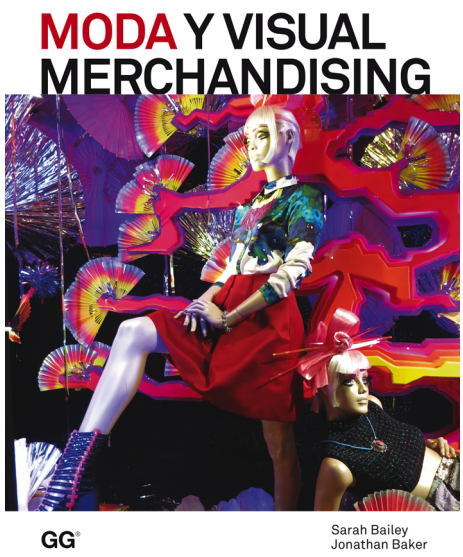

Sarah, Bailey

Moda y visual merchandising

Autor: Sarah, Bailey
Autor: Jonathan, Baker

GG Moda

Moda y textiles: diseño

GG
ISBN: 978-84-252-2722-6 / Rústica / 192pp | 160 x 230 cm
Precio: $ 36.900,00

¿Por qué vamos a una determinada tienda de ropa y no a otra? ¿Qué es lo que determina que se vendan los artículos de moda? ¿Qué es lo primero que nos atrae de una marca? El visual merchandising es la especialidad que responde a este tipo de preguntas al hacer converger la marca, el consumidor, el producto y el entorno en una misma disciplina.

Partiendo de los distintos enfoques de la exposición de producto en el punto de venta, este libro explica de forma clara y detallada la base teórica del merchandising visual en moda y desglosa todas las técnicas y aspectos clave de la profesión. Los autores abordan tanto aquellas cuestiones relacionadas con el planteamiento conceptual del diseño de displays como aquellas que afectan a su materialización final. Así, estudiantes y profesionales encontrarán en este manual la información esencial sobre qué fuentes pueden servir de inspiración visual, cómo crear relatos o secuencias narrativas, cuáles son los puntos de toque y los umbrales en las tiendas o qué recorridos u orientación son los preferidos por el consumidor en el interior de las mismas, entre otras muchas cuestiones. El libro incluye además entrevistas y ejemplos ampliamente ilustrados de los trabajos más exitosos de algunos de los visual merchandisers más importantes en la actualidad.

Este libro explica de forma clara y detallada la base teórica del merchandising visual en moda y desglosa todas las técnicas y aspectos clave de la profesión.