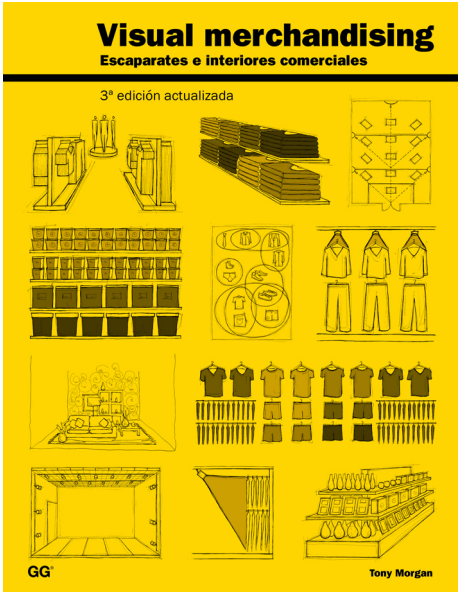

Tony, Morgan
Es consultor de retail y director del curso de Visual Merchandising de la Fashion Retail Academy de Londres. Durante 18 años trabajó como director creativo y de visual merchandising en Selfridges, donde tuvo la oportunidad de viajar por todo el mundo examinando diferentes conceptos de visual merchandising. Este libro, todo un clásico, ha sido traducido a diversos idiomas.

Visual merchandising

Autor: Tony, Morgan

GG
ISBN: 978-84-252-2868-1 / Rústica / 224pp | 210 x 280 cm
Precio: $ 53.300,00

El visual merchandising es una disciplina esencial para cualquier establecimiento comercial. Unos escaparates atractivos incitan a los transeúntes a detenerse para mirarlos y a entrar en el establecimiento, y una distribución interior adecuada guía al comprador a través de la tienda e incita a pasar más tiempo en ella. El visual merchandising es una herramienta fundamental para lograr una experiencia de compra eficaz. Convertido ya en el manual de referencia sobre visual merchandising, este libro ofrece los principios y conocimientos prácticos esenciales sobre la disciplina. Sus contenidos, actualizados en esta 3ª edición con numerosos ejemplos recientes, abarcan todos sus aspectos: escaparates, diseño de tiendas, distribución de productos, montajes interiores, maniquíes, etc., cada uno de ellos orientado a establecimientos de cualquier escala, ya sean grandes almacenes, cadenas o pequeños comercios. El libro está ilustrado con dibujos y fotografías de ejemplos de todo el mundo y ofrece una gran cantidad de consejos y trucos prácticos. Un título fundamental tanto para estudiantes de interiorismo como para profesionales.

El visual merchandising es una disciplina esencial para cualquier establecimiento comercial. Unos escaparates atractivos incitan a los transeúntes a detenerse para mirarlos y a entrar en el establecimiento, y una distribución interior adecuada guía al comprador a través de la tienda e incita a pasar más tiempo en ella.