

Merchandising wizualny na przykładzie firmy Reserved.

Wstęp.....2

Rozdział I

Pojęcie merchandisingu.

1.1. Definicje merchandisingu.....4

1.2. Instrumenty merchandisingu.....24

1.3. Merchandising wizualny.....38

Rozdział II

Metody i techniki merchandisingu wizualnego na przykładzie firmy Reserved.

2.1. Zarys historii firmy Reserved.....42

2.2. Aranżacja witryn sklepowych.....43

2.3. Promocja w miejscu sprzedaży na przykładzie Reserved.....49

2.4. Ekspozycja towaru.....51

Rozdział III

Zastosowanie merchandisingu wizualnego oraz propozycje zmian dla Reserved.

3.1. Odbicie merchandisingu wizualnego w praktyce sklepu.....53

3.2. Planowanie wizyty klienta w sklepie.....56

3.3. Wywieranie wpływu na decyzje zakupowe klienta.....61

3.4. Propozycje wprowadzenia zmian dla sklepu Reserved.....62

Zakończenie.....63

Bibliografia.....65

Spis tabel.....68