☎ 22 1189 002
✉ szkolenia@kfk.pl

AKADEMIA MARKETINGU KFK

Visual Merchandising - aranżacja przestrzeni sklepu i ekspozycja towarów

21–22 stycznia 2027
2 dni (10:00–17:00) WARSZAWA **2 150 PLN netto + 23% VAT**

8–9 kwietnia 2027
2 dni (10:00–17:00) WARSZAWA **2 150 PLN netto + 23% VAT**

W CENIE SZKOLENIA

- certyfikat
- materiały szkoleniowe
- obiad i przerwy kawowe

RABAT TEAM

2 osoba -25% | 3 i 4 osoba -50%

Dla uczestników z tej samej firmy, zapisanych na to samo szkolenie i termin.

PAKIET 2 SZKOLEŃ

Drugie szkolenie -25%

Dla tej samej osoby, przy jednoczesnym zamówieniu dwóch różnych szkoleń.

Rabaty TEAM i Pakiet 2 szkoleń nie łączą się ze sobą.

DLA KOGO?

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które mają realny wpływ na sposób prezentacji produktów, organizację przestrzeni sprzedażowej, standardy Visual Merchandisingu oraz wyniki sprzedaży w sklepach i sieciach handlowych.

- Pracowników sklepów, sieci handlowych i punktów sprzedaży odpowiedzialnych za ekspozycję produktów, planogramy oraz organizację przestrzeni sprzedażowej.
- Specjalistów i menedżerów marketingu, trade marketingu oraz sprzedaży w firmach B2C, szczególnie z branży FMCG, retail i usług.
- Visual merchandiserów, kierowników sklepów oraz właścicieli punktów i sieci sprzedaży, którzy chcą poprawić jakość ekspozycji, doświadczenia klientów i wyniki sprzedaży.
- Osób odpowiedzialnych za wdrażanie standardów merchandisingowych, promocji oraz sezonowych zmian ekspozycji.

EFEKTY SZKOLENIA

Szkolenie z merchandisingu i Visual Merchandisingu rozwija umiejętności projektowania skutecznej ekspozycji produktów, zarządzania przestrzenią sprzedażową oraz planowania działań zwiększających sprzedaż i poprawiających doświadczenia klientów.

Po ukończeniu szkolenia uczestnicy będą potrafić:

- Planować układ sklepu z uwzględnieniem ścieżek zakupowych klientów oraz najważniejszych stref sprzedaży.
- Projektować atrakcyjne ekspozycje produktów zgodnie z zasadami Visual Merchandisingu.
- Tworzyć planogramy oraz optymalizować rozmieszczenie produktów.
- Planować promocje i organizować skuteczne strefy promocyjne.
- Analizować wyniki sprzedaży i oceniać skuteczność działań merchandisingowych.
- Dostosowywać merchandising do sezonowości oraz potrzeb różnych grup klientów.

PROGRAM SZKOLENIA

Szkolenie pokazuje, jak projektować skuteczny merchandising i Visual Merchandising - od analizy zachowań shopperów, planowania przestrzeni sprzedażowej i zarządzania półką, po tworzenie atrakcyjnych ekspozycji, planogramów, działań promocyjnych oraz standardów merchandisingowych. Uczestnicy dowiedzą się również, jak mierzyć skuteczność ekspozycji, analizować wyniki sprzedaży i optymalizować merchandising na podstawie danych.

1. Merchandising, który sprzedaje - fundamenty i zachowania shopperów

- Rola merchandisingu w sprzedaży i doświadczeniu klienta
- Visual, Space i Product Merchandising - różnice i zastosowanie
- Jak klient widzi sklep i podejmuje decyzje
- Ścieżka zakupowa klienta
- Hot spots i cold spots
- Zakupy planowane, przypominane i impulsowe
- Dopasowanie ekspozycji do potrzeb różnych shopperów

Ćwiczenie praktyczne: *analiza zachowania klienta i jego ścieżki zakupowej.*

2. Store layout - jak zaprojektować przestrzeń, która prowadzi klienta

- Podstawowe typy layoutów
- Strefy gorące i zimne
- Kierunek ruchu klienta
- Punkty kontaktu z produktem
- Strefy docelowe, impulsowe i promocyjne
- Wykorzystanie przestrzeni do sterowania ruchem i uwagą klienta

3. Visual Merchandising - jak stworzyć ekspozycję, która przyciąga uwagę i ułatwia zakup

- Hierarchia wizualna ekspozycji
- Widoczność i dostępność produktu
- Poziomy ekspozycji
- Grupowanie produktów
- Facing i blokowanie
- Produkty hero i punkty focal point
- Cross-merchandising
- Komunikacja POS
- Światło i kolor jako elementy wspierające ekspozycję
- Najczęstsze błędy ekspozycyjne

4. Planogram i zarządzanie półką

- Czym jest planogram i do czego służy
- Zasady rozmieszczania produktów na półce
- Liczba facingów i udział produktu w przestrzeni
- Pozycja produktu a jego rola i sprzedaż
- Produkty komplementarne
- Rotacja i dostępność produktów
- Jak czytać i oceniać planogram

5. Promocje, ekspozycje dodatkowe i sezonowość

- Rola ekspozycji promocyjnej
- Dobór lokalizacji do celu promocji

- Secondary placement
- Produkty impulsowe
- Komunikacja promocji w miejscu sprzedaży
- Sezonowość w merchandisingu
- Kalendarz merchandisingowy
- Kiedy i jak zmieniać ekspozycję

Ćwiczenie praktyczne: *przygotowanie ekspozycji dla wybranej akcji sezonowej lub promocyjnej.*

6. Czy merchandising działa? KPI i optymalizacja

- Sprzedaż z m² i metra bieżącego półki
- Analiza sprzedaży i marży
- Rotacja produktów
- Współczynnik konwersji
- Średnia wartość koszyka
- Efektywność poszczególnych stref
- Dostępność produktu
- Porównywanie wyników przed zmianą i po zmianie ekspozycji
- Proste testy A/B ekspozycji

Case study: *zmiana ekspozycji zwiększyła sprzedaż produktu A, ale zmniejszyła wynik całej kategorii - czy była sukcesem?*

7. Od pomysłu do standardu - wdrożenie merchandisingu w sklepie

- Jak przekładać koncepcję na standard merchandisingowy
- Standard merchandisingowy i VM guideline
- Tworzenie i stosowanie checklist
- Odpowiedzialność pracowników za realizację standardu
- Kontrola jakości ekspozycji
- Komunikowanie zmian w organizacji
- Jak utrzymać standard merchandisingowy długoterminowo

Hanna Adamiak

TRENER SZKOLENIA

Ekspertka w obszarze Category Management i Product Management oraz sprzedaży z ponad 20-letnim doświadczeniem. Specjalizuje się w strategiach sprzedażowych, negocjacjach handlowych i mediacjach z trudnym klientem, a także w rozwijaniu portfolio produktów i budowaniu długofalowych relacji z partnerami biznesowymi. Posiada doświadczenie w projektach łączących Customer Experience z praktyką zarządzania klientami i zespołami. Absolwentka Zarządzania i Marketingu w Warszawskiej Szkole Biznesu oraz Szkoły Trenerskiej grupy SET. Ukończyła prestiżowe szkolenia, m.in. Przywództwo i przedsiębiorczość z Robertem Kiyosakim i jego zespołem czy Art of Deal z Blairem Singerem i Robertem Kiyosakim (Scottsdale, Arizona, USA), Category Management (SRCG UK–Szwajcaria), Lider i Manager, Negocjacje (DOOR Polska), Sprzedaż i Zarządzanie Klientami B2B oraz wiele innych. Z powodzeniem kierowała projektami wprowadzania na rynek nowych produktów, m.in. Wild Bean Cafe w BP Polska, oraz wdrażała programy promocyjno-sprzedażowe, które zwiększały sprzedaż nawet o 40%. Współpracowała z klientami w Europie i Azji, rozwijając dystrybucję, wizerunek marki i sprzedaż. W Akademii Marketingu KFK prowadzi szkolenia z zakresu Category Management, zarządzania produktem, negocjacji handlowych i technik sprzedaży, a także programy rozwijające kompetencje menedżerów w obszarze Customer Experience i mediacji w relacjach z klientami.

Zobacz pełną ofertę i zapisz się → https://kfk.pl/szkolenie/event/merchandising-warszawa

Wygenerowano: 15.11.2026