

CURSO BÁSICO



O VITRINISTA

Primeiramente é importante saber o que um vitrinista faz:

O profissional desta área cria exposições nas vitrines de lojas para atrair clientes e aumentar as vendas. Essa é uma indústria competitiva que exige habilidades artísticas, técnicas, treinamento contínuo e trabalho duro para conseguir algum destaque, e há mais de uma maneira de fazê-lo. Não só as vitrines, mas todo o trabalho de ambientação no interior da loja é responsabilidade do profissional da área de Visual Merchandising.



A dificuldade para quem está iniciando é conseguir trabalho, principalmente um contrato de trabalho em uma grande empresa. Sugiro começar oferecendo seus serviços, ainda que um preço baixo, para a boutique de seu bairro, ou onde você costuma comprar ou tem algum conhecido. Voluntarie-se para fazer vitrines de lojas pequenas, boutiques e restaurantes. Isso irá gerar publicidade e adicionar experiência e projetos ao seu portfólio.

Com as fotos de seus primeiros trabalhos você começa a montar seu portfólio. O portfólio nada mais é que um book (álbum) com foto de seus primeiros trabalhos.

Cada trabalho que você fizer, fotografe e em pouco tempo escolha as melhores fotos com produções criativas e então apresente para lojas de portes maiores, ou grandes redes.



É importante lembrar que cada vez mais as lojas procuram por pessoas formadas na área ou design gráfico, mas a experiência, o marketing próprio e manter-se atualizado sobre as habilidades artísticas também podem ser fatores decisivos para encontrar um emprego.

Você pode optar em trabalhar uma REDE DE LOJAS ou ser um FREE LANCER.

TRABALHAR EM REDE DE LOJAS FIXO:

As redes oferecem mais estabilidade, pagamentos e benefícios, mas o cargo pode ser mais focado em habilidades técnicas e de marketing do que em visão artística.

Rede de lojas podem procurar por experiência mais voltada para a área de comércio e gerenciamento, por exemplo, enquanto um trabalho como freelancer pode centrar-se mais na área visual e artística.

Conseguir emprego em uma loja de rede é uma boa maneira de aprender sobre o campo e ver como é trabalhar em uma grande loja. Trabalhos de meio período ou sazonais são mais fáceis de conseguir, mesmo sem experiência. Estudantes de Marketing podem procurar por vagas como aprendizes ou estagiários, oferecidas através da universidade ou de forma independente.

Todo bom profissional, sempre está em busca de novidades sobre a área, não hesite ler artigos ou pesquisar sobre merchandising, design gráfico ou design de cenários.

Estamos sempre aprendendo algo novo, e toda informação poderá ajudar a melhorar o seu trabalho, ou conseguir um emprego melhor.

Mantenha-se atualizado com as tendências da moda e design. Assine revistas e acompanhe blogs.

TRABALHAR COMO FREE LANCER:

Free Lancer, significa trabalho independente. Você trabalha quando quer e para quem quer. Claro que o início você deve semear o caminho, para colher bons frutos mais adiante. Ou seja, faça demonstrações do seu trabalho, crie seu portfólio, faça cartões de visita e com suas fotos debaixo do braço e cartões de visita no bolso, visite todas as lojas que você se identifique, mostrando seu trabalho e com certeza deixando seu cartão.

Para cada loja que visitar, pegue um cartão para manter contato ou então saber quem está chamando para um orçamento. Mantenha

estes cartões em uma caixa ou porta cartões. Não esqueça de anotar em cada cartão o nome da gerente ou proprietário da loja, pois segundo a psicologia todos sentem-se importantes quando lembramos e falamos o seu nome. Use esta dica, seja simpático (a) e no final tudo dará certo.

Reúna ferramentas para o trabalho, especialmente como voluntário ou freelancer. Decorações baratas de festas e itens de datas fixas podem ser usados várias vezes para criar vitrines.

Crie um site e anuncie para todos seus contatos nas redes sociais que você é um profissional da área. Envie seu cartões online, faça publicidade do seu esforço criativo e das vitrines que você criou, isso irá propagar seu curriculum e alavancará sua carreira com muitos contratos de trabalho.

INSPIRAÇÃO

Encontre inspiração em todos os lugares. Adquira o hábito de observar vitrines, exposições e arranjos quando estiver comprando itens.

Olhe as vitrines das lojas com visão artística, observando detalhes, diagramação, combinação de itens e qual é a proposta como um todo da exposição. Você pode ler artigos de blogs, de vitrinistas e outras pessoas do ramo do merchandising visual mundo afora.

Inspiração, criação e montagem de uma vitrine é considerada mais fácil para quem tem experiência em vendas no varejo, pelo histórico de contato com as exposições. Sendo assim por si só terá facilidades de se tornar um profissional na área de Visual Merchandising.

Considerando as inúmeras possibilidades que abrangem esta função, também podemos incluir outras atividades que vão além de valorizar a aparência da loja.



FERRAMENTAS DE UM VITRINISTA

Para realizar um trabalho como profissional, é necessário você fazer uma lista de materiais indispensáveis para criação, elaboração de uma vitrine ou qualquer serviço na área de criação. Para que você possa executar suas funções profissionais, além do conhecimento técnico especializado, faz-se necessário, também, que tenha a sua disposição as ferramentas específicas para esse ramo de atividade.



Com o decorrer do tempo e ao perceber quais são as necessidades de cada vitrine, você irá montando sua caixa de ferramentas, com itens indispensáveis. Seguem alguns itens como exemplo:



Um dos principais itens é o grampeador. O aliado do VITRINISTA para idealizar suas obras de arte. Também muito utilizado por tapeceiros, o grampeador é uma ferramenta altamente versátil, sendo muito útil principalmente para forrar fundos de vitrines, cubos, prateleiras, reaproveitar, reformar, restaurar ou mesmo decorar um móvel. Com ele é possível realizar diversos trabalhos, como, por exemplo, trocar o estofamento de cadeiras que você irá expor na vitrine ou na loja, realizar a fixação de rodapés e de forros, pendurar cartazes ou qualquer objeto decorativo, fixar tecidos no teto ou fios de nylon, dentre muitas outras

funções. Basta aliar um pouco de prática na utilização da ferramenta e bom senso na escolha do que fazer.

Facilmente encontrado em lojas especializadas, lojas de materiais de construção ou mesmo em papelarias e demais lojas do ramo, o grampeador proporciona aos seus usuários um acabamento de alta qualidade. É muito importante saber que há diferentes tipos de grampeadores, os mais comuns são os de papéis e que irão auxiliar em outras atividades na produção artística, mas não servem para grampear paredes, móveis ou forrar uma vitrine. Saiba comprar aquilo que você precisa. Em algumas lojas o grampeador de madeira também é conhecido como grampeador de tapeceiro.



Caso você seja um pouco desajeitado (a) e queira evitar acidentes, utilize óculos de proteção. E se for utilizar o grampeador por muito tempo, proteja a mão com uma luva para evitar criar calos ou bolhas.

NINGUÉM NASCE SABENDO

Sempre tive facilidade com manualidades e uma grande atração por artes em geral. Quando criança já fazia miniaturas de móveis com

caixinhas de fósforos, unindo-as umas as outras transformando em sofás, guarda roupas e depois forrando com papéis de presente ou pintando. Quando na minha adolescência entrei em conflito sobre a carreira que deveria seguir. Lembro-me então, já aos 17 anos, trabalhava com muito descontentamento na área de vendas em uma grande loja de departamentos Hindu.

O meu setor era eletrônicos e sempre que podia passeava pelo andar de roupas e acessórios onde por longos minutos observava a vitrinista criando maravilhas. De certa maneira eu a admirava, mas não percebia que tinha potencial e poderia investir nesta carreira, que até então, nem sabia que existia. Certa vez comecei a ficar muito deprimido e resolvi procurar outro emprego. Entrei em várias lojas entregando currículos, quando por acaso entrei em uma rede de lojas e a supervisora me disse que a única vaga que tinham naquele momento era para VITRINISTA. A questão é que eu não tinha experiência, eu não era vitrinista. Perguntei quais os critérios e então soube que teria que preencher uma ficha cadastral com todos os dados, responder perguntas, e também fazer alguns desenhos com lápis de cor, simulando exposição de produtos. Ao lembrar todas as dificuldades que tinha no meu emprego atual, resolvi encarar: preenchi a ficha e devido aos desenhos criativos no papel, me ligaram alguns dias depois avisando que me enviariam para a segunda fase de seleção.

Detalhe: a segunda fase da seleção para o trabalho não era na minha cidade. Tive que sair do sul pela primeira vez e vir a São Paulo, na matriz da empresa, a qual na época tinha 172 lojas em todo o Brasil.

Estava sem dinheiro, mas minha sorte que a empresa, na segunda fase de seleção, pagava todas as despesas.

Foi uma experiência incrível, conhecer a maior cidade do Brasil, ficar em um bom hotel, com certa comodidade. A viagem foi longa e como não tinha dormido nada na noite anterior, devido a ansiedade, quando cheguei no hotel, por volta das 14:00 hrs resolvi tirar um cochilo e só depois sairia passear, já que o teste seria na manhã seguinte às 8:00 hrs na Matriz da empresa.

Foi então que aconteceu um imprevisto, dormi além da conta e ao acordar fiquei assustado, pois o relógio já marcava 7:00 hrs da manhã.



O dia lá fora, ainda com névoa, estava clareando (sempre ouvia dizer que São Paulo era meio cinza). Desesperado com medo de perder o horário nem desci para tomar café, liguei para a recepção, pedi que entregassem café da manhã no quarto, enquanto tomava banho e me arrumava (ganharia tempo). O café da manhã completo chegou e como o estômago estava dolorido de tanta fome, devorei rapidamente para descer, afinal tinha que pedir um táxi e nem sabia quanto tempo levaria até a empresa, não sabia o caminho, só tinha o endereço. A questão é que ao descer na recepção, olhei pela porta e em vez do dia clarear estava tudo ainda mais escuro. Olhei para o recepcionista assustado, o qual estava no telefone pedindo o táxi, e perguntei: É sempre escuro assim quando amanhece o dia em São Paulo? É a poluição que tanto falam? E a resposta dele foi: Na verdade não estamos de manhã, agora são 19:30 hrs da NOITE. Confesso que fiquei surpreso, muito desnorteado, cancelei o táxi, voltei ao quarto e definitivamente sem sono resolvi então que deveria dar uma volta no quarteirão, já que estava sem sono. Não iria muito longe para não me perder. Depois voltei ao hotel, assisti filmes e tentei dormir, sem sucesso. Enfim, amanheceu de verdade. E após uma noite mal dormida, cheguei na empresa bem antes do horário marcado onde participei da seleção com mais 8 pessoas.

O espaço da seleção era uma sala enorme cheia de manequins separados em bases quadradas, e no canto um pilha gigante de roupas e acessórios. O coordenador cronometrou o tempo de 20 segundos, onde todos correndo tinham que escolher entre roupas e acessórios um arsenal para produzir o manequim destinado a cada um no sorteio realizado anteriormente.

O manequim destinado para minha produção era feminino (havia outros femininos, alguns infantis e masculinos adultos). O coordenador pediu para cada um explicar o que fez, anotou e tirou fotos da produção de cada um. Em seguida nos enviaram para um corredor, nos sentamos nos bancos, esperando a chamada onde cada um passou individualmente por uma psicóloga que nos fez perguntas aleatórias e em poucos minutos sabia o suficiente para diagnosticar o potencial artístico de cada um e o quanto éramos “normais” (risos). Teste psicológico, escrito, produção de manequim na prática e por fim a temerosa e esperada entrevista com o chefe da área. Um senhor elegante e educado que me recebeu muito bem, ofereceu uma cadeira, enquanto analisava todas as fichas com anotações. Em um impulso ele me disse: “Parabéns, você é o perfil de profissional que queremos a partir deste momento na empresa”. Eu só fiquei observando incrédulo. E ele seguiu comentando o resultado da seleção: “Sua postura, o trabalho em equipe, a criatividade demonstrada nos desenhos e noção de produção de moda foram imprescindíveis para decidirmos contratá-lo. Você será responsável pelo Visual de 3 lojas em cidades diferentes na sua região. Apenas um alerta: onde você irá trabalhar, tivemos problemas com vários profissionais que enviamos para lá por incompatibilidade de gênios em relação à um dos gerentes. Os dois gerentes das outras lojas são tranquilos, mas o obstáculo é justamente este terceiro gerente. Ele sempre reclamou dos profissionais que para lá enviamos, e você precisará contornar este infortúnio para trabalhar.

De acordo com os resultados de seus testes isso não será um problema para você, creio eu”, disse ele. Bem vindo à empresa e Boa Sorte!

E foi assim, aos trancos e barrancos que iniciei minha experiência no mundo do Visual Merchandising, sendo corajoso, acreditando que tinha potencial, driblando a ignorância de um gerente, fazendo o meu trabalho, sendo discreto e não misturando minha vida pessoal com o profissional. Sempre percebi que para sobreviver às adversidades, devemos agir com educação e bom senso.



ATUALMENTE REALIZO PALESTRAS PARA EMPRESAS EM TODO O BRASIL



“VITRINISTA É ARTISTA”

Tem o dom de criar, de renovar e hipnotizar o cliente através de uma ambientação.

Seu potencial criativo é de tamanha grandeza e imaginação que pode transformar objetos do lixo em LUXO...

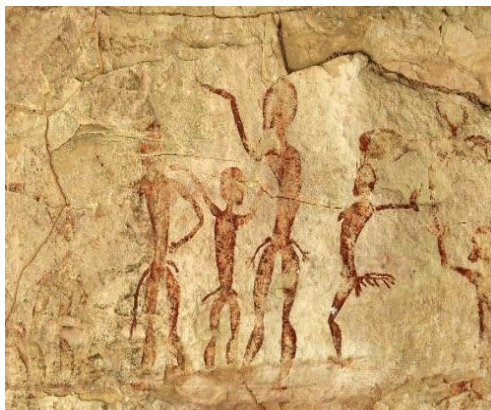
Mente inventiva, enxerga em um pequeno espaço comum, a possibilidade de criar um mundo cheio de magia e sedução.

Coisa de ARTISTA...

Walter Araujo

ORIGENS

As primeiras manifestações artísticas tem origem na pré-história. O homem demonstrava sua criatividade através de desenhos nas paredes de cavernas, onde contava o modo em que viviam.



HISTÓRIA DO SHOPPING CENTER

Conforme a evolução do homem, pequenos centros comerciais surgiram por volta do século X a.C. Em relação à exposição de produtos, um dos primeiros exemplos de que se tem notícia surgiu nos mercados árabes. Lá, cada loja exibia seus produtos em meio a muita cor, com o uso de tecidos rebuscados. Já os egípcios, segunda civilização mais antiga da história, optaram por outro caminho: o uso da imagem para representar suas idéias.

Os mercados do oriente, nos dias atuais pouco se modificaram.

Por fim, pode-se citar o mercado romano de Trajano, que foi a primeira organização de lojas nos moldes do que hoje se conhece por Shopping Center. Suas mais de cem lojas eram divididas por segmentos, de modo a concentrar os interessados em cada tipo de produto.



TRAJANO foi o primeiro centro de compras vertical na história, Com 6 andares localizado em ROMA

Uma referência em Shopping é o Grande Bazar, que está localizado na Turquia.



O Grande Bazar é uma estrutura comercial de dez quilômetros de estrutura coberta.

Outro importante centro de compras foi o Oxford Covered Market (Mercado Coberto de Oxford), aberto oficialmente na Inglaterra em 1 de novembro de 1774, e existe até os dias atuais.

Em 1828, o primeiro shopping center foi criado nos Estados Unidos da América, no estado de Rhode Island.

O Galleria Vittorio Emanuele II em Milão, cujo nome homenageou o então rei da Itália, foi criado na década de 1860.

Dubai Mall – Dubai



O Dubai Mall é, hoje, considerado o maior shopping do mundo!

Localizado em Dubai, aos pés do maior arranha-céu já construído, Burj Khalifa, o shopping tem aproximadamente 1,2 milhões de m².

Lá é possível encontrar mais de 1.200 lojas que oferecem desde roupas e acessórios até artigos de decoração para casa, cerca de 150 opções de restaurantes, além de uma belíssima pista de patinação no gelo, um aquário enorme – chamado Dubai Aquarium, com cerca de 33 000 animais marinhos em exposição – e outras opções de entretenimento. Dubai Mall é o centro comercial dos sonhos, sendo um dos maiores destinos de compra do planeta.

CURIOSIDADES

A palavra vitrine e decoração entraram em uso no século 19 com a revolução industrial.

Em 1850 apareceram na Europa as primeiras bonecas de moda feitas de porcelana e couro.

Entre 1832 e 1895, época da Rainha Vitória as janelas dos prédios já mostravam as mercadorias ao público passante.



O PROFISSIONAL DESIGNER DE VITRINE



Vitrinistas em atividade - Foto de 1945

Como todo comerciante quer vender, o trabalho do designer de vitrine é um mercado em franca expansão.

É um trabalho que requer conhecimento técnico de cores, iluminação, marketing e a necessidade de um estudo do público alvo, ao qual se destina o produto de venda.



VITRINE MASCULINA DE 1953

O designer de vitrina deve estar pronto a criar soluções variadas de vendas a todo segmento da loja. Não deve ser um arrumador de loja, mas sim um criador de idéias e conceitos capaz de induzir vendas.

Deve estar sempre bem informado sobre a tendência da moda, conhecer e saber usar os materiais que posam ser explorados na montagem dos cenários (sempre em mutação), buscando a melhor solução custo-benefício para o ponto de venda. Sobretudo ter muita criatividade.

A finalidade deste livro é apresentar ferramentas primordiais e conceitos básicos no planejamento de uma vitrine ou de espaços comerciais, e ressaltar a importância do designer de vitrina neste contexto de vendas, trabalhando não somente o estético e técnico, mas sobre tudo, os resultados esperados de uma vitrina: BONS NEGÓCIOS.

**A VITRINE FOI, É E CONTINUARÁ SENDO O MELHOR
CARTÃO DE VISITAS DE UMA LOJA.**



VITRINES DE 1964