

Marketing nei negozi per sfidare le vendite on-line

► Un seminario di Confcommercio per gli associati

COMMERCIO

MESTRE Oltre settanta commercianti a scuola di marketing e multimedialità per poter competere con i colossi delle vendite on-line. Una proposta culturale e manageriale che Confcommercio unione metropolitana e la consociata Confcommercio Ter Servizi ha voluto rivelare, in un apposito seminario a Mestre. In primo piano i segreti del neuromarketing, scienza dalle radici solide: dalle neuroscienze alle scienze comportamentali, dalla psicologia alle tecniche che vengono dall'arte fotografica, dal cinema e dal "savoir faire" tutto italiano. «È confortante sapere che anche per farsi distinguere e per soddisfare il nostro cliente, nell'era di internet e degli acquisti on-line, si debba partire dalle relazioni umane, dall'ascolto delle esigenze dei nostri clienti» afferma **Alessandro Da Re**, vicepresidente di Confcommercio

Metropolitana e che, presentando l'evento, ha portato la sua esperienza di macellaio capace di trasformare il negozio in una boutique di gastronomia, colori e sapori. Fra i relatori Fabio Fulvio ha catturato l'attenzione con alcuni "trucchi" per capire come i clienti si "muovono" nel negozio e scelgono in base alle loro sensazioni. Stimolante anche l'intervento di Federico Marzari che, da esperto di marketing dello shopping nonché manager di distretto del commercio, ha offerto spunti di analisi e di azione per rendere il negozio attrattivo. Infine, il fotografo e filmmaker di Studio 911, Gianni Canton, ha coinvolto i presenti in un vero e proprio set improvvisato, che ha consentito di apprendere alcuni passaggi indispensabili per realizzare foto e video efficaci nella comunicazione commerciale on-line. Tutti i relatori hanno posto l'accento sul fatto che anche la sfida con il commercio on-line si vincerà nel negozio fisico a partire dal contesto dell'acquisto, ma anche dal lavoro di ascolto, analisi ed interpretazione di quanto "trasmette" il cliente.



SEMINARIO I commercianti a "scuola" di marketing