

Nuove sfide per i Retailers: opportunità di oggi e scenari futuri

UniCredit Talk



10 ottobre 2018 - dalle 16:30 alle 18:00

Conversazioni con relatori d'eccezione per confrontarsi sui nuovi scenari che stanno investendo la vendita di prossimità. Quali i trend che trascineranno questo settore nei prossimi anni? Come evolvono i comportamenti di consumo dei clienti e come adeguare la vendita sul territorio integrando on line e off line? Web, social, intelligenza artificiale possono davvero supportare in modo sostenibile la vendita al dettaglio?

16:00 REGISTRAZIONE PARTECIPANTI

16:15 SALUTO DI BENVENUTO

Manager di Territorio UniCredit

16:30 AVVIO COLLEGAMENTO STREAMING

UniCredit e il mondo dei Retailers italiani

Remo Taricani, *Head of Retail Sales & Marketing UniCredit*

Il nuovo paradigma della shopping experience:

I trend che trascineranno il settore nei prossimi anni, come stanno evolvendo i comportamenti di consumo dei clienti per capire quale possa essere il ruolo atteso dal commerciante.

Roberto Liscia, *Presidente Consorzio Netcomm*

Sessione domande e risposte

Parliamo con chi ce l'ha fatta: condivisione di un caso di successo

Ripensare il processo di vendita per intercettare i nuovi e "vecchi" consumatori

Internet ha rivoluzionato i comportamenti di consumo dei clienti imponendo un ripensamento dei modelli di pricing, di merchandising, di comunicazione, di gestione della clientela e del post vendita. Analizzeremo le diverse fasi del processo di vendita per capire come innovare, integrando online e offline, confrontandoci con imprenditori che hanno ripensato efficacemente il modello di offerta.

Davide Cavalieri, *Amministratore Delegato Cavalieri Retailing*

Digital e Social Media Marketing per il Retail

Come utilizzare efficacemente i canali digitali (sito internet, social network, piattaforme e-commerce) per sfruttare piani mirati di comunicazione e promozione. Come leggere gli indicatori di visibilità e Interazione per il corretto posizionamento online dell'insegna commerciale. Cosa è e come funziona il proximity marketing (tracciabilità, geolocalizzazione, promozione) anche attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie e analisi degli small data.

Massimo Giordani, *Amministratore Delegato Time&Mind*

Sessione domande e risposte

Parliamo con chi ce l'ha fatta: condivisione di un caso di successo

Il supporto di UniCredit alla competitività della vendita di prossimità per sostenere la crescita dei Retailers

Massimo C. Macchitella, *Head of SB & Financing Products UniCredit*

18:00 CHIUSURA DIRETTA STREAMING

Modera i lavori:



Barbara Gasperini, *giornalista, blogger e conduttrice televisiva.*

Sostenitrice dell'innovazione tecnologica e digitale italiana e più in generale la divulgazione di una cultura della digital transformation.

Format dell'evento

I relatori saranno collegati in diretta video con le sale attivate sul tutto il territorio nazionale. Sarà possibile interagire con gli speakers grazie ad una piattaforma di instant feedback che consentirà di porre domande in diretta o di confrontarsi in modo mirato con uno dei relatori ospiti dell'UniCreditTalk.

La banca
per le cose che contano.





Roberto Liscia

Roberto Liscia, Ingegnere Nucleare e Master in Business Management all'Insead ha avuto diversi incarichi manageriali in grandi gruppi italiani dove si è occupato principalmente di strategie, business development, M&A e nuove iniziative nei settori dell'ICT e dell'innovazione tecnologica.

Successivamente è diventato Partner di importanti società di consulenza nazionali ed internazionali dove si è focalizzato principalmente nei settori delle telecomunicazioni, del web e dell'e-commerce.

Ha sviluppato come imprenditore diverse iniziative nel web, ha pubblicato saggi e libri, è docente di Marketing Industriale ed è Presidente di Netcomm, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano.

Inoltre è stato il fondatore e ne è Executive Board Member di Ecommerce Europe, con sede a Bruxelles, organizzazione a cui hanno, oggi, aderito 18 paesi e che è diventato il più importante centro di analisi ed elaborazione di politiche e posizioni regolamentari sul Commercio Elettronico a livello europeo. Ha di recente curato l'edizione italiana del libro *"La fine dello shopping on line. Il futuro del commercio in un mondo sempre connesso"*.



Davide Cavalieri

Dopo percorsi professionali nel settore commerciale, nel 1989 ha creato una società di ricerche marketing, formazione e consulenza che negli anni si è specializzata nel mondo retail, attualmente presente con il brand Cavalieri Retailing, società che ha realizzato circa 2.000 progetti con le principali aziende italiane e straniere consumer e retail oltre che con diversi "commercianti in cerca di futuro". È membro del consiglio direttivo del Retail Institute Italia e fornisce supporto alle aziende per sviluppare soluzioni utili a potenziare le performance dei punti vendita e delle reti commerciali.

Docente in numerosi Master di Specializzazione presso la Business School del Sole 24 ore, Fondazione CUOA, le Università degli Studi di Milano-Bicocca e di Torino Economia & Management.

Ha pubblicato articoli sulle principali riviste di settore, tra cui Fashion Magazine, GDO Week, Largo Consumo, Mark Up. Autore del 6° capitolo del libro Retailization di E. Sacerdote.



Massimo Giordani

Massimo Giordani, architetto, è fondatore della digital agency Time & Mind, vicepresidente AISM Associazione Italiana Sviluppo Marketing e vicepresidente The Blockchain Council.

Docente a contratto presso il Politecnico e l'Università di Torino, svolge attività di ricerca e divulgazione sui temi dell'integrazione fra il mondo digitale e il mondo "atomico", sia dal punto di vista sociale, sia da quello economico.

Fra le pubblicazioni, si citano: AA.VV., Le nuove frontiere del marketing, IPSOA, Milano, 2013; Massimo Giordani (a cura di), Marketing e valorizzazione territoriale: scenari e opportunità, Time & Mind Edizioni, Torino, 2011; Giuseppe Iacobelli (a cura di), Fashion Branding 3.0, Franco Angeli, Milano, 2010; Vito di Bari (a cura di), Web 2.0, Il Sole 24 Ore Edizioni, Milano, 2007.