



NEWS

Glocal Retail Marketing: il 22 aprile 2009 la terza edizione.

Si terrà a Milano l'appuntamento annuale sul tema dello sviluppo ed evoluzione delle Reti commerciali, organizzato da Future Drive.

di Enrico Ratto

Il focus dell'edizione 2009 è "La Misurazione dell'Efficienza e dell'Efficacia di una Rete di Vendita" e l'obiettivo quello di promuovere il confronto tra manager ed esperti di settore, attraverso la condivisione di casi di successo aziendali, e di ricercare soluzioni innovative.

Quale è il significato di questo incontro per le imprese in un momento particolare come questo? Per rispondere si può partire da una riflessione e da un recente dato.

La riflessione - negativa - è che, a fine 2008, si registra in Italia un pesante crollo della fiducia da parte di consumatori e aziende, sentimento diffuso peraltro nelle principali economie sviluppate.

Il dato - confortante invece - giunge dai risultati di una recente ricerca Eurisko (fonte Monitor GfK Eurisko sui Climi Sociali e di Consumo, marzo 2009). Tra i consumatori si segnala un recupero della propensione verso gli acquisti "impegnativi" (per esempio, quelli destinati alla casa); le imprese, dal loro canto, mostrano una buona reattività e recuperano parecchie posizioni sull'indicatore di propensione a effettuare investimenti (+21% tra dicembre e settembre 2008). In sintesi il nostro Sistema Produttivo sembra più orientato a reagire che a subire. È in tale ottica che si inserisce questo appuntamento annuale dedicato alle esperienze di successo nella gestione di Reti di Vendita e Distribuzione.

Il programma.

L'incontro si aprirà con un intervento di scenario di **GfK Eurisko**, in cui Giuseppe Minoia (Presidente) e Carolina Gerenzani (Department Manager) illustreranno l'evoluzione del comportamento dei consumatori e del Punto Vendita. Seguiranno, nel corso della mattinata, gli interventi di: Mario Franci, Consumer Sales and Distribution Director di **Vodafone**, porterà il caso di una rete di vendita ricca e complessa; Cesare Biggiogera, Director New Markets Development di **Prysmian** parlerà dell'approccio "glocal" per recuperare efficienza ed efficacia nelle vendite export; Pasquale Casillo, Presidente e A.D. di **Casillo Holding**, e Vito Maurogiovanni, CEO Selezione Casillo presenteranno il progetto "Selezione Casillo", spiegando come sfuggire alla "trappola della commoditization" attraverso la creazione di un brand e di una rete di vendita innovativa; Giorgio Santambrogio, Direttore Generale Marketing di Interdis racconterà il successo di una strategia "Glocal" applicata al settore della Grande Distribuzione; non mancherà infine una testimonianza del settore assicurativo con la best practice di Allianz RAS.

Nel pomeriggio avrà luogo una tavola rotonda sul tema "Quali Opportunità dalla Crisi e Quali Scelte Strategiche nei momenti di Cambiamento", moderata dal Prof. Mario Mazzoleni, docente di Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Brescia e Presidente Bipiemme Private Banking SIM. Vi prenderanno parte: Marco Vergeat, Presidente Summit, Andrea Boragno, Presidente e AD di Alcantara, Michele Cimino, Presidente Adico, Daniele Tranchini, Vice President Young & Rubicam, Gianluigi Contin Direttore Generale CIR (Cooperativa Italiana Ristorazione), ...e altri protagonisti ed esperti del mondo accademico e delle imprese

Per maggiori informazioni: www.futuredrive.it

8-4-2009

LINK ALLA NEWS:

www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=299

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali**

