

DigitaMI

Il negozio si trasforma in spazio multicanale per il consumatore 2.0

**Asseprim -Associazione Servizi alle Imprese- e Confcommercio Milano
in collaborazione con MIP Politecnico di Milano
riuniscono istituzioni e operatori di imprese commercio, servizi e turismo
per riflettere sul futuro sistema di accoglienza della nostra città.**

*Giovedì 14 febbraio ore 9.30 Sala Orlando - Palazzo Castiglioni
Corso Venezia 47 Milano*

Milano è considerata la porta commerciale dell'Italia. Moda, Design, Cibo hanno sempre fatto di Milano una meta estremamente ambita da visitatori e turisti.

La competizione con altre città su scala internazionale richiede un importante rinnovamento per interpretare in chiave nuova e moderna **l'identità di una città in cui commercio, cultura e servizi si saldano in un unicum** in grado di fare la differenza. A questo proposito, possono sicuramente giocare un ruolo cruciale le tecnologie digitali: tablet, smartphone e notebook che oggi hanno profondamente modificato l'esperienza mediale degli individui (a casa e in mobilità), rappresentando ormai strumenti estremamente efficaci di comunicazione, ingaggio e supporto alla vendita.

L'Osservatorio Multicanalità 2012* evidenzia che il consumatore è ormai multicanale e raggiunge il 53% della popolazione italiana. Il punto vendita gioca un ruolo chiave nel processo d'acquisto non solo come puro canale di vendita: materiali e iniziative nel punto vendita sono al secondo posto - 23% dei consumatori multicanale - dopo la televisione - 40% dei consumatori multicanale - tra i mezzi su cui le pubblicità invogliano maggiormente all'acquisto. Inoltre ben il 17% dichiara che le sue scelte d'acquisto sono influenzate da informazioni raccolte accedendo ad Internet sul punto vendita, mentre il 18% in mobilità.

Puntare su tecnologie e applicazioni digitali può richiedere anche una consistente revisione dei modelli operativi attuali. Da una parte le **imprese che offrono servizi di comunicazione** devono concepire una nuova creatività e progetti innovativi in grado di guadagnare l'attenzione di individui esposti ormai a un sempre maggior numero di informazioni.

Le imprese del commercio e del turismo, dall'altra, devono valutare l'opportunità di **rivedere il concetto di punto vendita**: tramite azioni di marketing di prossimità e servizi in grado di comunicare con lo smartphone del potenziale acquirente, possono trasformarsi in un punto di informazione sempre **più attrattivo dove mondo fisico e virtuale vengono a integrarsi**.

Come cambia il processo di acquisto?

Dove avvengono oggi le decisioni di acquisto? Fuori o dentro il punto vendita?

Sono programmate o avvengono in prossimità del negozio?

L'incontro DigitaMI intende dare delle risposte e degli stimoli per sensibilizzare gli operatori del settore e il mondo delle istituzioni rispetto all'importanza di tale cambiamento e delle opportunità conseguenti per cui si renderà imprescindibile la formulazione di un piano di accompagnamento e supporto alle imprese del commercio e del turismo.

Info e iscrizioni www.asseprim.it

* a cura di School of Management Politecnico di Milano- Nielsen- Connexia