

**TRAINING COURSE**

**LIVE STREAMING**



**Dal Proximity Marketing al  
Drive to store:  
strategie per il Retail**

**22 febbraio 2022**

**09:30 - 18:00**

# Introduzione

Le tecnologie digitali sono sempre di più al centro della Shopping Experience. Per rispondere alle esigenze di un consumatore sempre più evoluto, costantemente informato e iperconnesso, per i retailer è fondamentale presidiare tutti i touchpoint disponibili per **attrarre il consumatore in negozio**.

In questo contesto, nel Training Course esploreremo come le strategie di **Proximity Marketing e Drive to Store** possono assumere un ruolo decisivo nel catturare l'attenzione dello shopper e condurlo nel punto vendita, attraverso l'analisi dei nuovi comportamenti di acquisto, delle tecnologie disponibili, dei principali parametri di misurazione, l'importanza della Shopping Experience e di come il nuovo contesto New Normal sta influenzando su questi processi.

In collaborazione con:



# Argomenti

- I nuovi **comportamenti di acquisto del consumatore** e le strategie applicabili in reazione dai retailer
- Le **tecnologie digitali** di Proximity Marketing a disposizione **per generare un processo Drive To Store**
- I **principali KPI** per misurare l'efficacia delle strategie di Proximity Marketing
- I principali pillars per una **campagna Drive-to-store** performante
- L'importanza dello **Shopper Engagement** e della **User Experience**
- Il Proximity Marketing e il Drive to Store **nel New Normal**
- Analisi di esempi e **case studies** di successo

# Obiettivi

- Comprendere le **potenzialità del Proximity Marketing** in ottica Drive-to-Store
- Capire i nuovi comportamenti d'acquisto del consumatore per rispondere con **azioni adeguate**
- Applicare **strategie di Proximity Marketing** utili al fine di attrarre il consumatore instore
- Apprendere **spunti ispirazionali** da applicare alla propria realtà aziendale

# Target

Retail Manager, Marketing Manager, Digital Manager, E-Commerce Manager, Business Development Manager, professionisti provenienti da aziende retail, brand company e service provider che desiderano approfondire e implementare le proprie competenze in materia.

# Informazioni logistiche e modalità didattica

Il corso si terrà online il **22 febbraio 2022** tramite la piattaforma Zoom, dalle ore **9.30** alle ore **18.00**. I contenuti teorici saranno supportati da esercitazioni pratiche, oltre che momenti di confronto e interazione tra partecipanti.

## Pricing

Per i [soci](#) Retail Institute Italy il Training Course ha un costo di **250 € (+ IVA)**.

Per i non soci la partecipazione ha un costo pari a **500 € (+ IVA)**.

Per i non soci è previsto **uno speciale Early Bird: 400 € (+ IVA)** per iscrizioni effettuate entro il **22 gennaio 2022**.

Il corso è parte del pacchetto **Digital & Omnichannel**, tramite cui è possibile partecipare a tre Training Course\* al prezzo di due. Per soci il prezzo del pacchetto è pari a **500 euro + iva**, per i non soci **1.000 euro + iva**.

\*La partecipazione è valida per la singola persona

Gli **altri corsi parte** del pacchetto Digital & Omnichannel:

- **Phygital Customer Journey: instore, online, at home** –14 gennaio 2022
- **Data Driven Retail & CRM** – 22 marzo 2022

# CONTATTI

Per maggiori informazioni sulle modalità di partecipazione:

[formazione@retailinstitute.it](mailto:formazione@retailinstitute.it)

Retail Institute Italy

Foro Bonaparte,12  
20211 Milano

[www.retailinstitute.it](http://www.retailinstitute.it)

