

ZCZC

NOVA0850 3 CRO 1 NOV

Imprese: venerdì a Tuttofood al salone del franchising "Ridisegniamo il futuro del Retail" (2)

Milano, 20 ott - (Nova) - Gli interventi verteranno su alcuni temi "caldi" per il settore. Si comincia dall'individuare come le diverse generazioni affrontano i trend del food, un utile punto di vista per comprendere le dinamiche che potremmo attenderci tra le diverse generazioni e come le stesse vivranno e approcceranno le nuove tendenze del food. Si prosegue indagando come la creazione della community puo' essere una spinta alla sostenibilita' per le catene di retail: questa, infatti, diventa lo scopo principale delle aziende insieme alla crescita ed al profitto. Interessante sara' comprendere come il divertimento puo' arricchire il consumer journey trasformando l'acquisto in esperienza, i visitatori in ospiti, i percorsi di shopping in mondi immersivi che coinvolgono tutti i sensi del cliente, la noia o la routine in divertimento e stupore. Infine, si evidenzieranno quali sono i key driver della trasformazione verso il Next Retail e i principali ambiti di intervento per indirizzare le strategie di crescita e trasformazione nell'attuale contesto. (Com)  
NNNN

NOVA0056 3 CRO 1 NOV

Imprese: venerdì a Tuttofood al salone del franchising "Ridisegniamo il futuro del Retail" (2)

Milano, 20 ott - (Nova) - Gli interventi verteranno su alcuni temi "caldi" per il settore. Si comincia dall'individuare come le diverse generazioni affrontano i trend del food, un utile punto di vista per comprendere le dinamiche che potremmo attenderci tra le diverse generazioni e come le stesse vivranno e approcceranno le nuove tendenze del food. Si prosegue indagando come la creazione della community puo' essere una spinta alla sostenibilita' per le catene di retail: questa, infatti, diventa lo scopo principale delle aziende insieme alla crescita ed al profitto. Interessante sara' comprendere come il divertimento puo' arricchire il consumer journey trasformando l'acquisto in esperienza, i visitatori in ospiti, i percorsi di shopping in mondi immersivi che coinvolgono tutti i sensi del cliente, la noia o la routine in divertimento e stupore. Infine, si evidenzieranno quali sono i key driver della trasformazione verso il Next Retail e i principali ambiti di intervento per indirizzare le strategie di crescita e trasformazione nell'attuale contesto. (Com)  
NNNN