

Sponsorizzato da:



Giovedì 12 marzo 2009

Ore 10.30 – 12.30 (registrazione dalle ore 10.00)

Sala Asia – Balconata del Padiglione 3

## Le strategie di Loyalty e di Crm in tempi di crisi

La crisi dei consumi presenta diverse sfaccettature che rendono complessa la lettura del comportamento del consumatore. L'adozione generalizzata di schemi di fidelizzazione in tutto il comparto retail ha creato uniformità delle campagne e assuefazione da parte del consumatore. L'every day low price è una pratica dall'esito incerto e rischioso per i margini di profitto. L'industria di marca privilegia promozioni di breve periodo, nell'incertezza dell'evolversi della crisi.

Promotion Magazine ha riunito protagonisti del mercato della promozione, dell'industria e del retail per un'analisi approfondita delle opportunità che le promozioni possono offrire per fronteggiare la crisi dei consumi e la ripresa.

Le promozioni presentano una gamma vastissima di strumenti, tutti misurabili e modulabili in relazione alla rispondenza del consumatore, alle sue peculiari esigenze e aspettative. Aprire una relazione con il consumatore, intrattenerla e mantenerla nel tempo implica l'utilizzo di componenti, come creatività, canali di comunicazione, selezione degli elementi premianti e gratificanti, valutazione della percezione dell'extra gain, analisi dinamica dei dati del profilo di consumo, che non trovano ancora sufficiente attenzione.

Il convegno vuole porre l'accento sugli strumenti e le opportunità offerte dalle promozioni per ridefinire il loro impiego nelle strategie competitive dell'industria, dei servizi e del retail sia nel momento contingente della crisi sia nella fase di ripresa.

Introduce: **Luca G. Brusati**, Ph.D. Director LAREM – Laboratorio per la ricerca in economia e management dell'Università di Udine

Moderatrice: **Cristina Ziliani**, professore associato di marketing del dipartimento di Economia dell'Università di Parma

Relatori: **Gianfranco Conte**, Presidente Iperclub  
*I Vantaggi di un programma fedeltà multisettoriale potenziato da vacanze premio e da sistemi di CRM*  
**Gianmarco Laviola**, Country Manager Italy Anheuser-Busch Europe  
*Budweiser University Program*  
**Daniilo Preto**, Responsabile Comunicazione e Marketing SISA.  
*La strategia del distributore nelle politiche di fidelizzazione per reagire alla crisi, il ruolo del programma fedeltà*  
**Antonio Votino**, Responsabile Loyalty e DM di ICTeam  
*Strumenti e metodi per capire cosa il consumatore vuole in questa fase economica dei consumi per proporre modelli di risposta adeguati*

**Per informazioni:**

OPS Organizzazione Promozione Spazi srl - Tel 02 39206.222 – eventi@ops.it