Mer 24 Set, 2025

Iscrizioni aperte per partecipare al percorso seminariale per “Imprenditori del commercio” (20 ore) rivolto a operatori del commercio di prossimità, nell’ambito del progetto VETRINE 4.0 Cluster Top Down

Il **percorso seminariale “Imprenditori del commercio” (20 ore)** è rivolto a commercianti, artigiani e più in generale, operatori del commercio di prossimità.

L’iniziativa intende avvicinare i partecipanti ai temi del digitale, conoscere le nuove tecnologie disponibili e rafforzare le proprie competenze imprenditoriali.
L’obiettivo del percorso è comprendere quali sono le competenze necessarie per gestire un **negozio digitale** e conoscere i possibili scenari della trasformazione digitale nell'ambito del commercio di prossimità e della “vetrina smart”.

Gli incontri, della durata di due ore ciascuno, si svolgeranno prevalentemente online da gennaio ad aprile 2025. Le lezioni saranno registrate e messe a disposizione dei partecipanti attraverso la piattaforma e-learning.

Il corso è rivolto ad un numero massimo di **15 partecipanti**, l’iscrizione **gratuita** deve essere effettuata tramite il seguente form online entro il **27/01/2024**:
CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

I posti saranno assegnati in base all’ordine cronologico di arrivo delle iscrizioni, fino al raggiungimento del numero massimo consentito.

Per ulteriori informazioni in merito all’iniziativa, scrivere a: vetrine4.0@ss.camcom.it specificando nell’oggetto:
Richiesta informazioni percorso seminariale per “Imprenditori del commercio”.

Programma:

Titolo

Descrizione

Il contesto in cui opera il negozio: Il contesto in cui opera il negozio: il contesto in cui il negozio opera (soprattutto quello fisico) e le sfide della Smart City, alla trasformazione della mobilità
Smart City e le sfide della sostenibilità

urbana e alle sfide della sostenibilità) per rendere le azioni (commerciali) del negozio coerenti con queste trasformazioni.

Trasformazione digitale: aspetti da conoscere

Una trasformazione digitale è una rivoluzione digitale – in termini sia di opportunità tecnologiche che di minacce – guardate con la prospettiva del negozio di prossimità. Un imprenditore non può subire dai fornitori le decisioni più importanti relative al digitale ma deve comprenderle e guidarle capendone le implicazioni.

Digitale: sviluppare la cultura digitale per evitare rischi e sprechi

Digitale è anche una cultura digitale che deve essere molto più ampia rispetto alla semplice alfabetizzazione digitale in quanto legata non solo all'uso di strumenti digitali, ma anche alla presa di decisioni e alla valutazione di alternative.

La cassa evoluta: il cuore gestionale del negozio e l'hub dei pagamenti

La trasformazione della cassa, da strumento contabile a vero e proprio cuore informativo del negozio, è un esempio di come trasformando questa piattaforma operativa in manda strumento strategico, che contribuisce anche alla pianificazione e al controllo di gestione. Inoltre uno degli aspetti più innovativi nel digitale sono i mezzi di pagamento che sono nati man mano che la moneta si è smaterializzata, di cui la cassa.

La rivoluzione dei dati (big e small) e le applicazioni al punto vendita

La rivoluzione digitale è anche l’esplosione dei dati, che permettono di prendere decisioni più mirate e obiettive ma anche di capire e anticipare le trasformazioni del mercato. Diventa pertanto una competenza sempre più fondamentale per gli imprenditori del commercio.

Emozioni al centro: il neuromarketing

Remember: i concetti del neuromarketing e del neuroselling stanno cambiando in modo radicale la modalità con cui si promuovono e vendono prodotti e servizi. Dovranno pertanto diventare parte integrante della cassetta degli attrezzi degli imprenditori del commercio.

Tecniche di marketing e vendita digitale

Imparare a conoscere in maniera articolata gli strumenti e le tecniche di marketing e di vendita che ormai cominciano a essere accessibili e utilizzabili tramite strumenti digitali alla portata di tutti.

La vetrina come "home page" del negozio

La vetrina è in molti casi marginalizzata, spesso a scapito di una presenza digitale non particolarmente. La vetrina rimane però centrale per l'attività commerciale e deve diventare la “home page” del negozio fisico. L’obiettivo non è separare il fisico dal digitale ma creare un approccio integrato che complimenti e rafforzi entrambe le dimensioni.

L'intelligenza artificiale: esempi di applicazione nel commercio

L’intelligenza artificiale è anche l’applicazione dell’intelligenza artificiale è l’analisi dei dati, soprattutto per capire nuove potenzialità commerciali e fornire

informazioni specifiche su come migliorare e adattare l’offerta commerciale a specifici target.

Pianificazione e controllo di gestione

Pianificazione e controllo di gestione

Anche in un contesto imprevedibile, la pianificazione delle attività e il relativo controllo di gestione risulta fondamentale. Solo facendo così è possibile orientare le azioni facendo in modo che quelle di successo vengono replicate, mentre quelle meno efficaci vengano ridotte.

IL PROGETTO VETRINE 4.0**:**

Il percorso seminariale si inserisce nel contesto del progetto “Vetrine 4.0 Cluster Top Down”, finanziato dalla Regione Sardegna, dedicato alla creazione di uno spazio polifunzionale che, attraverso tecnologie interattive e multimediali, intende contribuire ad ampliare i possibili scenari della trasformazione digitale con un focus sul commercio di prossimità e la “vetrina smart”.

L’iniziativa si pone l’obiettivo di accompagnare commercianti e artigiani in un percorso di conoscenza che avvicini alle nuove tecnologie, indispensabili alleate per far crescere la propria impresa e renderla più attrattiva e competitiva.

Stampa in PDF

PDF

Ultima modifica

Gio 02 Ott, 2025