

IMPRESA 4.0.

Per gli operatori commerciali del settore delle Arti Sacre (produttori, distributori, rivenditori, agenti) le competenze professionali per solcare indenni e con frutto il mare del mercato globale non possono limitarsi alle seppur indispensabili e qualitativamente qualificanti capacità produttive o professionali, ma devono aprirsi necessariamente alle nuove strategie, strumenti e tecnologie per la promozione online ed offline del punto vendita, prodotto o del servizio.

Da una ricerca dell'Osservatorio Arti Sacre risulta un dato sconcertante: i negozi di articoli sacri che vivono accanto alle Cattedrali, oltre al cliente clero, hanno una penetrazione di mercato non superiore ai 3Km dal punto vendita fisico. Dalla stessa ricerca emerge anche che la concorrenza da questi patita è da un lato la proposta dei seller online e dall'altro quella dei punti vendita generalisti nelle loro prossimità.

È necessario quindi un ripensamento globale di alcune strategie.

Gli esperti del settore (Aziende e Produttori) offriranno le loro esperienze e suggerimenti, attraverso cinque SESSIONI LABORATORIALI:

- INTERNET E IL MERCATO DEGLI ARTICOLI DI CULTO. RISCHI E OPPORTUNITÀ DELLA RETE
- LA PROMOZIONE FACEBOOK E SUI SOCIAL NETWORK
- VETRINISTICA PER IL NEGOZIO DI ARTICOLI SACRI
- FIDELITY: COME FIDELIZZARE IL CLIENTE E FARLO DIVENIRE "APOSTOLO"
- LA RETE VENDITA EFFICACE: RECRUITING FIDELIZZAZIONE E SUPPORTO

DESTINATARI

- PRODUTTORI, RIVENDITORI, DISTRIBUTORI
- OPERATORI DEI NEGOZI DEI SANTUARI
- GESTORI DI INFOPOINT PARROCCHIALI

PER GLI INSEGNANTI DI OGNI ORDINE E GRADO IL MIUR HA CONCESSO L'ESONERO DALL'INSEGNAMENTO PER LA PARTECIPAZIONE AGLI EVENTI