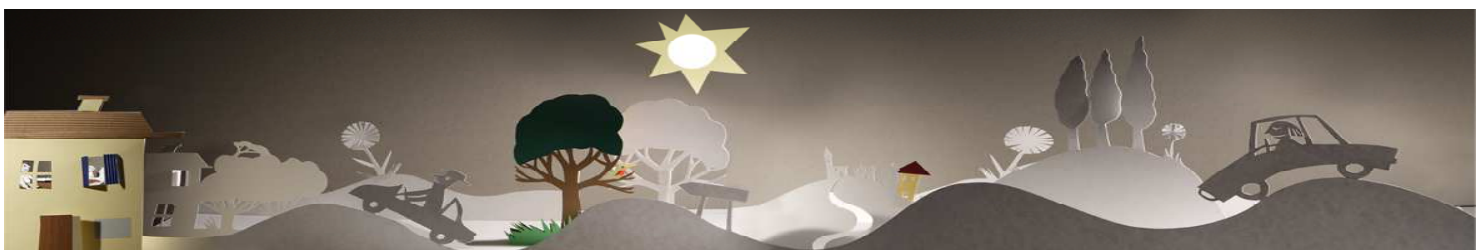




# **LA COOP NELLE NUOVE DIMENSIONI DELLA CONCORRENZA**

**MONTELUPO FIORENTINO**





## PRESENTAZIONE DELLA INIZIATIVA

Scuola Coop prosegue l'esperienza, cominciata due anni fa, dei gruppi di studio, una modalità antica nella metodologia ma, crediamo, sempre valida nei presupposti: le conoscenze sono diffuse, le esperienze, se messe in comune, sono fonti di apprendimento ineguagliabili. Proviamo a creare un contesto in cui ciò possa avvenire nella maniera più efficace possibile.

"La Coop nelle nuove dimensioni della concorrenza" si prefigge di offrire un aggiornamento professionale incentrato sulle principali novità e le dinamiche in atto nella distribuzione dei beni di largo e generale consumo in Italia. In particolare, l'attenzione si focalizzerà soprattutto sulle implicazioni manageriali che derivano dall'attuale contesto di mercato, sia per lo sviluppo del marketing distributivo, sia per la "gestione" delle relazioni con i propri clienti e i propri fornitori.

I primi due incontri saranno di inquadramento teorico delle problematiche rilevanti per il mondo della Distribuzione Moderna. Queste giornate saranno strutturate in maniera più tradizionale, nel senso che i temi trattati e gli spazi riservati ai diversi contenuti saranno predefiniti dai relatori, ma verrà comunque garantita la massima flessibilità e apertura possibile: si potrà *cambiare rotta* anche in diretta, sulle basi degli spunti che verranno dall'aula. Di certo, nei tre incontri che seguiranno ci aspettiamo che temi e intensità dei contenuti siano decisi dai Partecipanti insieme ai relatori - coordinatori del Percorso di Aggiornamento.

## DESTINATARI

I principali interessati a questo percorso sono le persone che lavorano nell'Area del Marketing, nelle Vendite, nella Gestione dei punti vendita, negli Acquisti, nella Logistica e in tutte le altre funzioni e attività che risultano legate alla relazione con il consumatore e, più in generale, con l'ambiente esterno.

## I CONTENUTI

Seguendo l'idea madre del *Percorso*, ovvero quella di non presentare un *menù fisso* bensì un *menù alla carta*, i Partecipanti potranno scegliere e adattare il più possibile i contenuti ai loro bisogni attuali e prospettici.

Per questa ragione, in questa prima fase sono stati individuati solo dei macro-temi, opportunamente riclassificati nel modo che segue.

Queste tematiche verranno delineate nel corso dei primi due incontri per capire meglio l'orientamento e le preferenze dei Partecipanti.

### TENDENZE NEL LARGO CONSUMO

- *Quali novità e quali prospettive evolutive per il largo consumo confezionato?*
- *Come crescere e come competere in mercati "piatti" versus declinanti?*
- *Nuove traiettorie dell'innovazione nell'attuale contesto di mercato*

- *La guerra tra le marche nei mercati maturi*
- *La sfida della cross-canalità: verso un'integrazione tra il canale fisico e quello virtuale*



## **CONSUMATORE**

- *Il Consumatore-Camaleonte*
- *Consumatore.com: nuovi concept per una domanda in continua evoluzione*
- *Overload choice: analisi dei principali effetti sul comportamento del consumatore*
- *Programmazione o impulso? Analisi del comportamento d'acquisto in tempi di crisi*
- *Consumatori più informati, esperti, razionali e ...poveri: quali sfide per Coop?*

## **MARKETING STRATEGICO E OPERATIVO**

- *La marca si fa spazio! Le nuove sfide dell'In-Store Marketing*
- *New media e nuove relazioni: ibridazione, integrazione, mobilità*
- *Dai segmenti ai meeting point per arrivare agli individui: le nuove frontiere del marketing di precisione*
- *Strategie di pricing e promozioni a gogo in mercati affollati e ipercompetitivi*
- *Nuove frontiere delle differenziazione commerciale: come servirà la diversità*
- *Il marketing distributivo degli anni duemila: adattamento personalizzazione*

E ancora, più in generale, ci domanderemo quali politiche commerciali siano utili per servire la diversità e quali modelli organizzativi si possano ipotizzare per generare l'adattamento versus la personalizzazione dell'offerta Coop. Per quanto riguarda l'ambito *tempo e lavoro* rifletteremo su come (ri)generare il pensiero strategico per competere oggi.



## DOCENTI

Gli interventi saranno tenuti dal Prof. Roberto Ravazzoni e dalla Prof.ssa Maria Grazia Cardinali

## INFORMAZIONI LOGISTICHE

Il Percorso di Aggiornamento sarà composto da 5 incontri da realizzare nel corso del 2014.  
Le prime tre date calendarizzate sono: 20 marzo, 15 maggio, 27 giugno le rimanenti due verranno calendarizzate dal gruppo stesso tra settembre e novembre.

Gli orari saranno i seguenti:

Ogni incontro inizierà alle 9:30 per terminare alle 17:30

---

### **Per informazioni:**

Scuola Coop – Via Sammontana, 39 – 50056 Montelupo Fiorentino (FI)  
Tel. 0571.53271 Fax 0571.5327220 E-mail [segreteria@scuola.coop.it](mailto:segreteria@scuola.coop.it)  
[www.scuolacoop.it](http://www.scuolacoop.it)

### **Per raggiungerci:**

<http://www.scuolacoop.it/dove-siamo>