

PROGETTO  
E DIREZIONE

  
MESTIERE FIERE  
GDOWEEK  
**MARK UP**  
Logistica

IN COLLABORAZIONE  
CON

gruppo  
**tecniche nuove**

  
**Bologna  
Congressi**  
MEETING IDEAS



**FR**

EXPERIENCE  
**RETAIL**



**18 | 19** febbraio 2019  
**BOLOGNACONGRESSI**

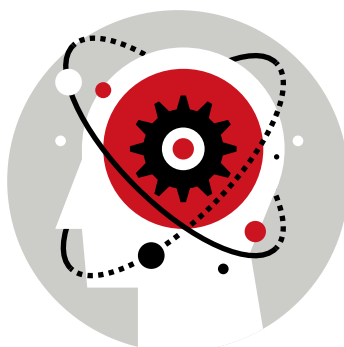
La **mission**: costruire una nuova shopping experience con un valore riconosciuto dai consumatori

## Omnicanalità



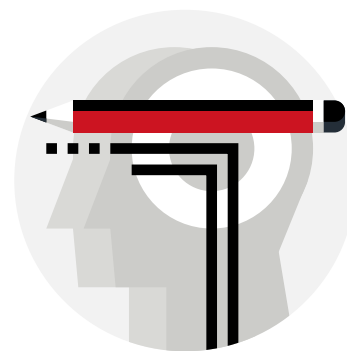
Essere multi-channel non è più sufficiente. L'obiettivo è la relazione omnicanale dove il consumatore utilizza molteplici touch point senza soluzioni di continuità e interagisce con un sistema di vendita sempre coerente, svincolato dallo spazio e dal tempo. Per il consumatore, il retailer è un soggetto che deve essere presente in più luoghi fisici e digitali e che sappia riconoscere le esigenze e la storia di consumo personale.

## Delivery model



La consegna non è più il servizio terminale del processo di acquisto. È parte dell'esperienza di consumo e, soprattutto, è un fattore competitivo di primo livello. I modelli di delivery rendono possibili modalità di consumo inediti, soddisfano le esigenze di un consumatore sempre più mobile ed esigente. Velocità, puntualità ed efficacia il terreno in cui ci si contende il cliente.

## Analytics e Ai



La logistica sarà sempre più proattiva e saprà raggiungere il consumatore con una capacità di adattamento ai suoi spostamenti via via migliore. Intelligenza artificiale, big data, tracking evoluto renderanno la consegna un servizio sempre connesso con il consumatore, a basso impatto sulle attività delle persone. Una rivoluzione nell'efficiamento dei consumi.

**18 | 19** febbraio 2019  
**BOLOGNACONGRESSI**

La **competizione** nel retail, da multi canale è diventata **multisettoriale**. Con un target utente dal budget sempre più conteso da un'offerta eterogenea e alternativa. Experience Retail, un'occasione di studio e di business da non perdere!

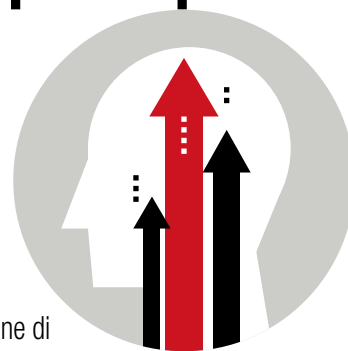
**er**  
EXPERIENCE  
RETAIL

## New Retail



I soggetti che effettuano il delivery diventeranno nuovi competitor del retail tradizionale. Con regole di ingaggio simili, basate sui canali digitali e sul social network, ma assoggettati a regole e normative differenziate. Da retailer a gestori di spazi espositivi in cui la logistica virtualizza le licenze del commercio. E determina una nuova competizione in cui vince la capacità di adattamento, la flessibilità e l'efficienza.

## Formule di partecipazione



### Gold Sponsor (€ 8.000,00)

- Realizzazione di una video intervista di lancio e presentazione
- Logo inserito accanto al palco in posizione di grande visibilità
- Logo inserito come "Gold Sponsor" in tutto il materiale pubblicitario e di comunicazione (cartaceo, online e sui social media)
- Esposizione di uno o più prodotti
- Relazione di 30 minuti nei workshop
- 4 ingressi omaggio per proprio personale
- 10 inviti omaggio per i propri clienti validi per 2 giorni
- 100 inviti per partecipazioni scontate del 50%
- Una pagina di pubblicità sullo speciale Experience Retail a cura di MarkUp

### Silver Sponsor (€ 5.000,00)

- Logo inserito accanto al palco in posizione di grande visibilità
- Logo inserito come "Silver Sponsor" in tutto il materiale pubblicitario e di comunicazione (cartaceo, online e sui social media)
- 2 ingressi omaggio per proprio personale
- Esposizione di uno o più prodotti
- 5 inviti omaggio per i propri clienti validi per 2 giorni
- 100 inviti per partecipazioni scontate del 50%
- Una pagina di pubblicità sullo speciale Experience Retail a cura di MarkUp

### Bronze Sponsor (€ 2.000,00)

- Logo inserito accanto al palco in posizione di grande visibilità
- Logo inserito come "Bronze Sponsor" in tutto il materiale pubblicitario e di comunicazione (cartaceo, online e sui social media)
- 2 ingressi omaggio per proprio personale
- 5 inviti omaggio per i propri clienti validi per 2 giorni
- 100 inviti per partecipazioni scontate del 50%

### Auditore

- Costo di partecipazione pari a € 250,00

## L'OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

La mostra-convegno di Experience Retail è un'occasione da non perdere per ampliare il giro dei clienti, incontrare i potenziali prospect, per il matching e per incrementare l'awareness.

In particolare è un'opportunità per: operatori logistici, società di servizio nel delivery, fornitori di sistemi di pagamento, software company, agenzie di comunicazione e marketing, export specialist, system integrator, PayTech e digital solution provider

## IL FORMAT

2 giorni di Convegni e Workshop consecutivi in un'unica sala plenaria, prospiciente l'area Experience in cui verranno presentate le innovazioni di prodotto delle aziende sponsor. Un ambiente esclusivo e curato per agevolare gli incontri top to top.

**18 febbraio 2019** | Area Experience, Convegno di apertura e Workshop

**19 febbraio 2019** | Area Experience, Workshop e Convegno di chiusura  
Modera Cristina Lazzati, direttrice di Mark Up e Gdoweeek

SEGRETERIA  
ORGANIZZATIVA  
E INFORMAZIONI

**Senaf**

**Tel 0233 2039 634**

**[experienceretail@senaf.it](mailto:experienceretail@senaf.it)**

**[www.experienceretail.it](http://www.experienceretail.it)**