

INCREASING PROFIT THROUGH OMNICHANNEL STRATEGY



Oggi i clienti hanno a disposizione una molteplicità di canali attraverso cui possono cercare informazioni su prodotti e servizi e finalizzare l'acquisto. È stato dimostrato empiricamente che un cliente "multichannel" è più soddisfatto e acquista di più e che, di conseguenza, le aziende possono incrementare i profitti attraverso strategie che orientino i clienti ad utilizzare più di un canale di acquisto.

Il corso **Increasing profit through multichannel strategy** fornirà un quadro metodologico approfondito sulle questioni fondamentali relative all'omnichannel marketing attraverso casi ed esempi applicati ad aziende reali.

Il corso di una giornata è rivolto a imprenditori, general manager, sales and marketing manager, IT manager, media manager interessati ad esplorare le potenzialità di una "strategia omnichannel".

Agenda della giornata

- Cos'è l'omnichannel marketing
- Quanto "valgono" i clienti a seconda del canale di acquisto utilizzato
- Come cambiano gli acquirenti a seconda del canale in cui acquistano in termini di incidenza di acquisto, valore monetario, retention, riacquisto
- Quali effetti gli investimenti di marketing in un canale hanno sugli acquisti in altri canali
- Il ruolo e le prospettive future di big data e analytics nell'omnichannel marketing

Il corso sarà tenuto da **Venky Shankar**, Professore di Marketing presso la **Mays Business School, Texas A&M University** e Direttore del Centro di Ricerche per Retailing Studies. È stato riconosciuto come uno tra i "**World's Most Influential Scientific Minds**" da **Thomson Reuters** e uno dei **primi 10 esperti mondiali in materia di gestione dell'innovazione**.

Lingua: Inglese

Durata: 1 giornata, 27 novembre 2015

Costo: 800 euro + iva

27 novembre 2015 - ore 9.30

Bologna Business School - Villa Guastavillani,
Via degli Scalini 18 - Bologna

BBS
BOLOGNA BUSINESS SCHOOL



Per informazioni
Marco Briolini
Tel. +39 051 2090128
openprograms@bbs.unibo.it

www.bbs.unibo.it