Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 12/2007: 6.568
Diffusione 12/2007: 4.615
Lettori: n.d.
Quotidiano - Ed. Basilicata

LA NUOVA del Sud

Dir. Resp.: Donato Pace

08-OTT-2017
da pag. 6
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

I FATTI DEL GIORNO

E intanto le imprenditrici del commercio lanciano l'idea del neuromarketing per promuovere i prodotti

Impresa giovane grazie alle donne

Quelle under 35 del Potentino sono 3.772, +3,6% del 2015. A Matera incremento doppio

A Potenza, con gli esperti di Academy, si terrà una giornata formativa di marketing emozionale

POTENZA- La recente legge nazionale sui piccoli comuni non salva i piccoli negozi specie nei centri minori. Le imprenditrici di Terziario Donna-Confcommercio Potenza si preparano dunque a reggere la più agguerrita competizione nelle vendite e i nuovi bisogni dei consumatori. Hanno deciso di studiare perché le tecniche di vendita anche nei centri più piccoli sono completamente cambiate al punto che non bastano più, come succedeva una volta, la scuola dei nonni e i consigli basati sulla fiducia commerciante-acquirente. Di qui la scelta di tenere a Potenza, grazie agli esperti di Academy Confcommercio nazionale, una giornata formativa di marketing emozionale.

L'arte di convincere i consumatori ad acquistare è diventata una scienza. Che si basa su studi psicologici, indagini sul comportamento, tecnologie d'avanguardia. E il neuromarketing è diventato un nuovo campo di studio, nato dalla convergenza delle teorie di marketing, delle scoperte neuroscientifiche sul funzionamento del cervello, dell'economia comportamentale, che permette di rendere molto più efficaci le soluzioni di marketing utilizzate per promuovere il prodotto.

"Purtroppo chi si mette in proprio - dice Incoronata Lucia, Terziario Donna-Confcommercio Potenza - deve fare i conti con una realtà che prima era sconosciuta, ci si scontra con il fatto che passione, entusiasmo, creatività, ottimismo non bastano. Si scopre che dietro alla facciata luccicante di una vetrina, ci sono problemi di ogni genere che mettono a rischio il prosieguo dell'attività imprenditoriale. Riteniamo che con Confcommercio Academy possa partire un percorso per accrescere le competenze e le conoscenze della nostra associazione mettendo al centro la formazione che serve per costruire la nostra rete ma che rimane ancor più fondamentale per le nostre imprese. Un percorso che - aggiunge - è aperto anche a quante/i non aderiscono ancora a Confcommercio e pertanto possono rivolgersi a noi per iscriversi alla giornata di formazione che si terrà il 17 ottobre prossimo a Potenza nella nostra sede associativa. Per questo, la nostra idea di informare e promuovere una certa cultura imprenditoriale - prosegue Incoronata Lucia - vuole essere l'anello di congiunzione tra l'imprenditore e, chiamiamolo, il "resto del mondo". Confcommercio Academy è un plus di cui la nostra associazione si avvale per creare una maggiore consapevolezza dell'essere imprenditore al giorno d'oggi, tra le mille difficoltà, ma anche opportunità, del panorama socio-economico. Perché la tradizione di impresa di famiglia è importante - conclude - ma da solo non sufficiente. A Potenza e in provincia l'impresa resta "giovane" soprattutto grazie alle donne: alla fine del 2016 le imprese under 35 della provincia di Potenza sono 3.772 contro le 3.642 della fine 2015 con un incremento del 3,6%. E' andata meglio a Matera (2.217 contro 2.077 del 2015) dove l'incremento è quasi doppio (più 6,7%). Tra i settori di attività dei giovani crescono servizi alle imprese, commercio e servizi, ristorazione, mentre si conferma la scelta di imprese indivi-

data stampa
dal 1980 monitoraggio media

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 12/2007: 6.568
Diffusione 12/2007: 4.615
Lettori: n.d.
Quotidiano - Ed. Basilicata

LA NUOVA del Sud

Dir. Resp.: Donato Pace

08-OTT-2017
da pag. 6
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

duali rispetto alle società di persone o di capitale. La parola d'ordine - aggiunge la dirigente di Confcommercio - è innovare: in cinque anni le imprese femminili legate al mondo digitale sono aumentate del 9,5% contro il +3% del totale. Buoni incrementi si registrano anche nel mondo delle startup innovative i progressi sono evidenti. Nel complesso, l'universo dell'impresa femminile riflette lo stesso processo di terziarizzazione in atto in tutto il sistema produttivo nazionale; da noi spiccano i valori della creatività e dell'impegno delle titolari di ditte individuali. L'imprenditoria femminile aiuta a ridefinire i modelli di gestione del business e sembra possa dare certezza che il futuro delle nostre imprese passi anche da una rinnovata cultura di impresa che, oltre a voler utilizzare gli strumenti digitali ormai a disposizione per allargare le potenzialità anche di una piccola impresa, metta al centro la relazione, l'individuo, la comunità, la qualità dei rapporti oltre che del prodotto e del servizio. Per Confcommercio, rispetto al passato c'è un cambio culturale importante da parte delle donne che sono più propense a dedicarsi al business. La spinta deriva inoltre dal fatto che con la crisi molte donne, che magari avevano un lavoro precario, lo hanno perso. Di qui la necessità di reinventarsi attraverso l'autoimpiego in attività che spaziano dal commercio ai servizi alle persone e alle imprese o legate alla sostenibilità, a Internet, ad attività fortemente innovative. Uno scenario positivo, dunque, anche se le aziende rosa restano ancora una minoranza e devono fronteggiare diversi ostacoli, in primis l'accesso al credito.

Incoronata Lucia e un'iniziativa di Confcommercio

data stampa
dal 1980 monitoraggio media