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

16-OTT-2017
da pag. 7
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

Il dato elaborato dall'Osservatorio per l'imprenditorialità di Unioncamere

Imprese in rosa, sono 15.956 in Basilicata (quasi 3 su dieci)

POTENZA - Le donne d'impresa sono due volte giovani, per data di avvio dell'attività e per incidenza di imprenditrici under 35. Infatti, 4 imprese femminili su 10 sono state create dal 2010 ad oggi (tra gli uomini, solo 3 su 10 hanno meno di 7 anni). In Basilicata sono 15.956 (26,71%)

Inoltre, le 162mila attività guidate da imprenditrici under 35 sono più del 12% del totale delle aziende a trazione femminile (1.325.438), mentre, tra gli uomini, sono l'8,5%. Sono alcuni degli spunti che emergono dalla lettura dei dati sulle imprese femminili al 30 giugno 2017, elaborati dall'Osservatorio per l'imprenditorialità femminile di Unioncamere-InfoCamere.

Ma quali strumenti dare alle "capitane" di impresa per reggere il complesso di problemi di gestione dell'azienda (da noi per la stragrande maggioranza ditte individuali o di famiglia) e di mercato? E' intorno a questo obiettivo che si svolge martedì 17 la Giornata Formativa Marketing emozionale 2017 che Terziario Donna e Confcommercio Imprese Italia Potenza, con il supporto di Academy Confcommercio nazionale, hanno promosso a Potenza (sede Confcommercio). Un'iniziativa innovativa che prevede un incontro d'aula fortemente interattivo con dinamiche di gruppo, casi studio ed esercitazioni che prendono spunto dalla realtà quotidiana dei partecipanti.

"Fare neuromarketing non vuol dire che i vecchi approcci di marketing e comunicazione non siano più validi e vadano accantonati. Questa disciplina si pone semmai come uno strumento aggiuntivo in grado di testare e affinare l'efficacia delle strategie su tutti i canali. Permette di raccogliere dati, intercettare e coinvolgere le sfere più profonde ed emozionali degli esseri umani", afferma Luca Florentino, CEO di Ottosunove e uno dei massimi esperti che parteciperà alla Giornata di Potenza. "L'approccio di neuromarketing è un valore aggiunto che ci permette di comprendere in che modo il cervello reagisce agli stimoli. Differenziarsi e farsi ricordare in un mercato complesso, sempre più online, saturo di informazioni e input sensoriali è un'impresa non banale. I brand devono scavare più a fondo per instaurare una relazione con il proprio pubblico, coinvolgerlo emotivamente, offrigli prodotti e servizi che soddisfino veramente i suoi desideri inespressi. Per ottenere questi risultati è fondamentale la conoscenza dei meccanismi cerebrali che guidano le scelte dei consumatori. I progressi raggiunti negli ultimi anni dalle neuroscienze e dalle scienze cognitive forniscono un grande supporto al marketing. Questi campi di studio permettono di analizzare in modo più profondo i comportamenti e le emozioni degli individui, consentendo di costruire una strategia di relazione e di comunicazione con i clienti più efficace e user friendly.

"Il mio impegno - dice Incoronata Lucia, Terziario Donna-Confcommercio Potenza - sarà massimo, per favorire lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile del Terziario nella nostra Regione. Un obiettivo che vogliamo perseguire attraverso iniziative formative, di sensibilizzazione ed informazione, ma anche con progettualità specifiche rivolte alle PMI "rosa" della nostra regione e creare così nuove opportunità occupazionali".

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

16-OTT-2017
da pag. 7
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

data stampa
dal 1980 monitoraggio media