

# **Scuola *barese* di commercio**

Un progetto di **Distretto  
Metropolitano  
del Commercio  
di Bari**

# I Promotori



# 15 gennaio 2024

## Agenda

### **Saluti iniziali e presentazione del percorso**

Roberto Covolo - *Comune di Bari*  
Carla Palone - *Assessore attività produttive e  
Presidente DUC*  
Tonino Asselta - *Commerciante*

### **CONOSCIAMOCI!**

#### **Farsi conoscere, catturare l'attenzione e attirare clienti**

Stefano Daelli - *Co-founder di FROM*

### **PAUSA**

#### **Elementi fondamentali per definire identità e posizionamento di un negozio**

Riccardo Trevisani  
*Senior Brand Strategist - CBA Italy*

#### **Social media e content per farsi conoscere: come creare strategia e casi di successo**

Virginia Giammaria  
*Strategic partnerships- META*

#### **Come raccontare storie e esperienze utilizzando i social: spunti, esempi e suggerimenti**

Gianvito Fanelli  
*Designer e fondatore di Vita lenta*

**E dopo ci vediamo qui!**

**Caffè Portineria**  
Via Roberto da Bari, 58/A



# Sette tappe per far conoscere, crescere e innovare il commercio di Bari

## IL PERCORSO



15 gennaio 2024, ore 15.00  
Porta Futuro Bari, ex Manifattura Tabacchi

# **Farsi conoscere, catturare l'attenzione e attirare clienti**

**Stefano Daelli**  
Co-founder di FROM

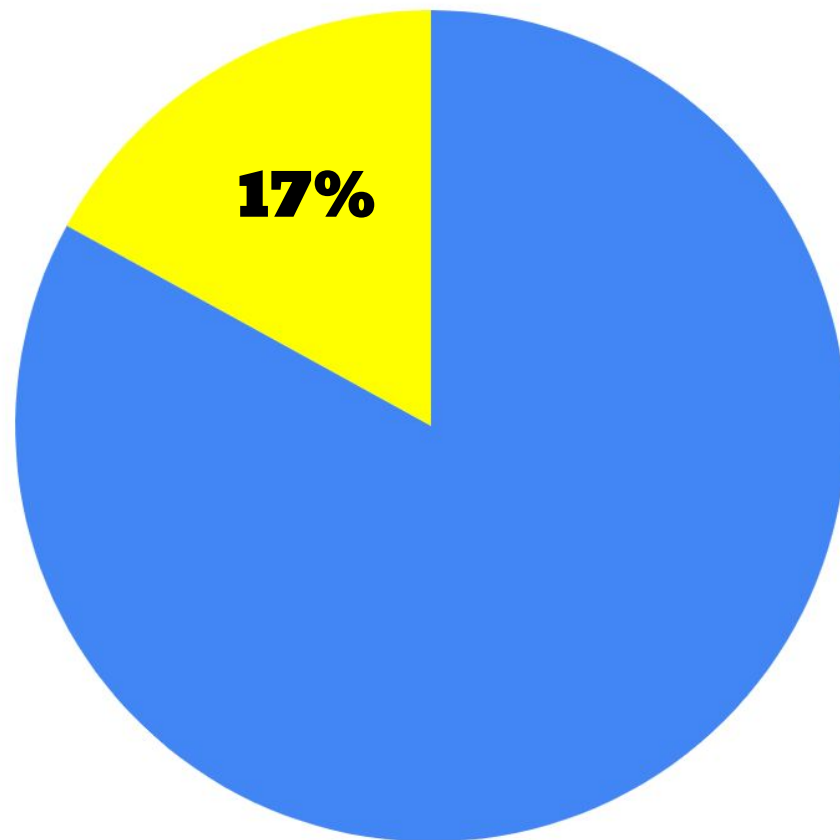
Un progetto di **Distretto  
Metropolitano  
del Commercio  
di Bari**

# **Il commercio di prossimità è un elemento essenziale delle nostre città**

## **PRODUCE RICCHEZZA**

È un settore che produce ricchezza per il contesto cittadino ed è in grado di ridistribuirla localmente.

Il commercio di prossimità, in Italia, è in grado di generare fino al 17% del PIL nazionale.



# **Il commercio di prossimità è un elemento essenziale delle nostre città**

## **VITALITÀ E SICUREZZA**

Rende vitali i centri cittadini e contribuisce alla generazione di flussi di persone.

Gli esercizi commerciali contribuiscono anche a rendere sicure le città, rappresentando presidi aperti e attivi in diverse fasce del giorno.





# Il commercio di prossimità è un elemento essenziale delle nostre città

## ACCOGLIENZA E SERVIZI

Negozi e botteghe che offrono beni e servizi diversi e complementari sono attori fondamentali per la costruzione della città *dei 15 minuti*, dove ogni cittadino può soddisfare le sue esigenze in maniera semplice e agile.



# Nuove abitudini dei consumatori, concorrenza e costi di gestione

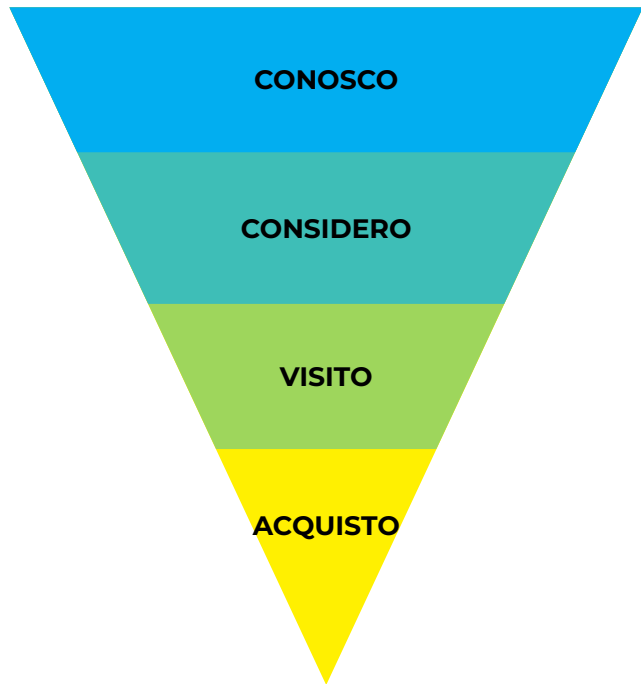
## LE SFIDE DEL COMMERCIO DI PROSSIMITÀ

I **clienti** sono sempre **più esigenti e attenti**: attenzione alla sostenibilità, convenienza, ricerca di servizi personalizzati e di qualità non possono essere sottovalutati per offrire un servizio di successo.

Le **spese di gestione** possono essere elevate, soprattutto se consideriamo centri storici o mete turistiche. Queste spese rendono difficile la competizione con le grandi catene o gli e-commerce.

Il **moltiplicarsi delle tipologie di competitor** è una grande sfida per il commercio di prossimità: sempre più consumatori preferiscono la **comodità** del commercio online che permette di fare acquisti quando si vuole e da qualsiasi luogo.

# Qualunque sia l'attività che hai tutti i clienti fanno questo percorso

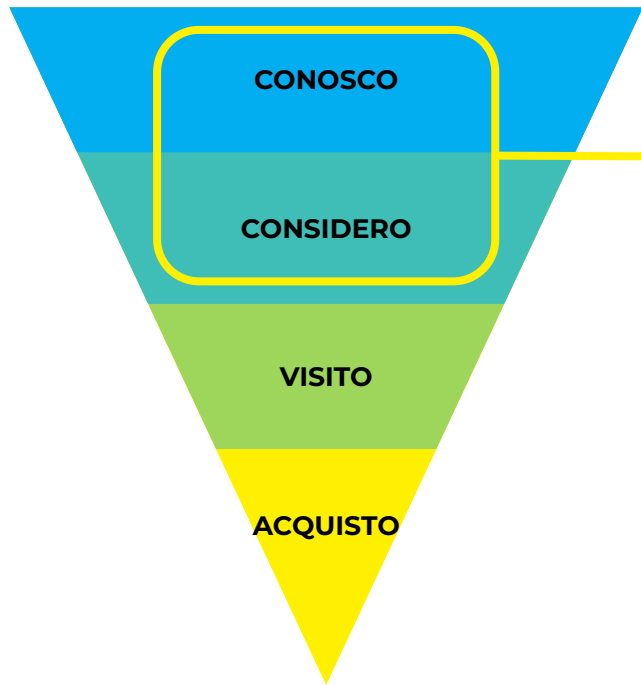


Molte persone **passano** davanti al negozio, ma solo una parte di queste **si ferma a guardare la vetrina**. Una parte ancora più piccola **entra**. Tra chi entra solo una percentuale **compra** qualcosa.

**Per creare un negozio di successo devi lavorare per migliorare in ciascuna di queste parti, per esempio puoi:**

- **Aumentare il traffico pedonale** con promozioni o azioni di marketing diretto.
- **Allestire vetrine migliori.**
- **Migliorare l'allestimento del negozio** per renderlo più invitante.
- Investire nella **formazione degli addetti alle vendite** per garantire un'esperienza in negozio migliore.

# Qualunque sia l'attività che hai tutti i clienti fanno questo percorso



Oggi ci concentriamo su questi  
primi due momenti!



**Un'economia locale di successo  
corrisponde e un contesto di  
riferimento florido  
e viceversa**

Broad pedestrian crossings

Distinct furniture and movement footpath zones

Integrated art at strategic locations

Traditional Owner engagement and co-design

Intersectional gender lens

Integration of digital infrastructure

Data broadcasting

Expanded understorey planting and integrated furniture

Low carbon infrastructure

# Come rispondere alle sfide che deve affrontare il commercio di prossimità?

LA SCUOLA BARESE DI COMMERCIO

**15 gennaio**

*Farsi conoscere,  
catturare l'attenzione  
e attirare più persone*

**22 gennaio**

*Accogliere e gestire al  
meglio i clienti,  
creare un'atmosfera  
unica e lasciare  
un'impressione  
che sia speciale*

**29 gennaio**

*Mantenere una  
connessione duratura  
e coltivare una  
comunità che  
continua a crescere*

# **STRUMENTI PER PROGETTARE**

## **CHE NEGOZIO SEI?**

Definisci le caratteristiche valoriali della tua identità che rendono unico il tuo negozio.

### **ESERCIZIO 1**



## **CHI SONO I TUOI CLIENTI?**

Il target a cui ti rivolgi, le tipologie di clienti che frequentano il tuo negozio e quali altre vuoi attirare.

### **ESERCIZIO 2**



## **COSA RENDE UNICA LA TUA PROPOSTA AI CLIENTI?**

Ciò che rende il tuo negozio unico e attraente per i clienti, il motivo per cui dovrebbero sceglierti.

### **ESERCIZIO 3**



## **COME COMUNICHI?**

I canali di comunicazione che usi e quelli che vuoi usare per raggiungere il tuo pubblico.

### **ESERCIZIO 4**





# **Elementi fondamentali per definire identità e posizionamento di un negozio**



**Riccardo Trevisani**  
Senior Brand Strategist - CBA Italy

**DOMANDE?**

# **Social media e content per farsi conoscere: come creare strategia e casi di successo**



**Virginia Giammaria**  
Strategic partnerships - META

**DOMANDE?**

# Come raccontare storie e esperienze utilizzando i social: spunti, esempi e suggerimenti



**Gianvito Fanelli**  
Designer e fondatore di Vita lenta

**DOMANDE?**