

FOCUS GERMANY

Management innovativo della vendita al dettaglio in Germania



Il modulo si apre con seminari teorici e informativi (30%) in preparazione al programma di attività pratiche (70%) che riguarderà l'analisi pratica del management innovativo della vendita al dettaglio in Germania. Il corso sarà incentrato sui diversi aspetti dell'industria: dettaglio di cibo e bevande, elettronica, arredamento, discount, ipermercati e grandi magazzini, sistema shop-in-shop e DIY (do it yourself) per almeno 1 o 2 settimane. I partecipanti incontreranno specialisti nel campo e rappresentanti delle compagnie locali per la vendita al dettaglio. Il programma d'attività pratiche potrebbe includere visite alle autorità e gli uffici competenti. Vi preghiamo di comunicarci in anticipo i vostri obiettivi, in modo da organizzare gruppi di interesse e da contattare le più importanti organizzazioni e i ministeri competenti per organizzare il maggior numero di visite possibili:

1. Studenti e professori – apprendimento ed esperienza pratica nel campo della vendita al dettaglio
2. Venditori al dettaglio/ ingrosso – acquisizione di competenze tecniche e contatti
3. Compagnie per la vendita al dettaglio o l'esportazione – acquisizione di competenze tecniche internazionali
4. Potenziali acquirenti e investitori – ricerca di candidati M&A nel campo della vendita al dettaglio
5. Informazioni economiche di carattere generale – qualunque combinazione dei moduli precedentemente elencati e contatti generali per affari

Esempio di programma sul Management innovativo della vendita al dettaglio in Germania, 2 sett.

Sett. 1 Contenuti	Giorno 1: Seminario introduttivo tenuto da un esperto nel management della vendita al dettaglio & preparazione all'analisi pratica di un caso	Giorno 2: visita ad una catena internazionale di supermercati (Walmart/Woolworth) per incontro con dirigenti sul management e la concorrenza	Giorno 3: visita a catene di supermercati locali o nazionali (ALDI/LIDL) per incontro con dirigenti sul marketing dei prodotti e la determinazione dei prezzi	Giorno 4: visita a catene per la vendita di beni di consumo ((Saturn/Mediamarkt) e discussione con dirigenti sul management della concorrenza	Giorno 5: Visita ad un punto vendita di una famosa catena di moda es. BOSS
Sett, 2 Contenuti	Giorno 6: visita ad un punto vendita di un catena perla vendita al dettaglio 'di lusso' es KaDeWe – tecniche innovative, programmi 'fedeltà' , gestione della clientela	Giorno 7: visita alle autorità locali competenti e programmi di supporto per il commercio al dettaglio locale	Giorno 8: problemi con il personale e aspetti legali della vendita al dettaglio in Germania–massimizzazione del profitto nel minor tempo possibile con personale competente – seminari con esperti nel campo.	Giorno 9: dibattito con dirigenti nazionali dell'industria immobiliare (IKEA+ manifattura locale) sul management della concorrenza design innovativo dei prodotti	Giorno 10: Incontro finale presso EURASIA per l'analisi pratica di un caso con esperti nel campo, riepilogo e discussione degli incontri e delle visite