

Ascom Le Nuove sfide del commercio? Investire in tecnologia e comunicazione

«L'e-commerce? Oggi fa meno paura» ha affermato Franchini, direttore di Ascom Parma durante la convention provinciale

VITTORIO ROTOLÒ

■ Fidelizzare i propri clienti ed attrarre di nuovi rappresentano due condizioni imprescindibili per chi ha un'attività commerciale, ma anche leve che possono essere azionate solo attraverso una comunicazione efficace, che sappia fare (buon) uso delle tecnologie esistenti. Abitudini che vanno consolidate, almeno nel nostro territorio. Da un'indagine condotta dal Centro Studi di Ascom Parma, su un campione di oltre 200 imprese che operano nel commercio, turismo e servizi, emerge infatti come il 63,6% abbia un proprio sito web, ma nel 58,8% dei casi lo stesso portale viene aggiornato solo saltuariamente dal titolare. Il 72,3% dichiara quindi di possedere un profilo sui social. Eppure solo il 34,2% dedica, tutti i giorni, una parte del proprio tempo alle operazioni di aggiornamento di questo profilo, che spesso – particolare tutt'altro che trascurabile – è «personale» e non si presenta quindi come una «pagina aziendale». «Il fatto che l'85% delle imprese si dica convinto che la presenza sulla rete sia funzionale, è un chiaro segnale di consapevolezza rispetto all'importanza

taanza della comunicazione on line» fa notare Cristina Mazza, vice direttore di Ascom Parma, smocciolando i dati in occasione della convention provinciale dell'associazione, celebrata negli spazi di Ape Museo. «Ma - aggiunge la Mazza - se il 41% dichiara di non voler investire in comunicazione, significa allora che c'è carenza di competenze ed una mancanza di strategia». «Innovazione, formazione ed implementazione di soluzioni digitali: solo insistendo ed investendo su determinati fattori, tale gap potrà essere ridotto» osserva Claudio Franchini, direttore di Ascom Parma. «Le sfide legate alla trasformazione, anche in senso digitale, richiedono un forte coordinamento dal punto di vista delle risorse tecnologiche, economiche e umane: in tutto questo, Ascom continuerà ad essere sempre un punto di riferimento per le imprese». «L'e-commerce? È stato metabolizzato ed oggi fa meno paura», assicura Franchini. Proprio i cambiamenti e le sfide future del commercio sono state al centro della tavola rotonda, organizzata nell'ambito della convention e moderata dalla giornalista di 12TV Parma, Francesca Strozzi. «Mi sembra evidente che or-



CONVENTION ASCOM PARMA I vincitori del Premio innovazione insieme agli organizzatori

Premio Innovazione La prima edizione vinta da Mandelli, Bergonzi e Biacchi

■ «Non possiamo limitarci ad aspettare che il cliente venga alla soglia del nostro negozio. Dobbiamo agire sul piano strategico. Ed è proprio l'innovazione a stimolare la crescita e la cultura d'impresa, generando nuove opportunità e competenze». Le parole di Vittorio Dall'Aglio, presidente di Ascom Parma, restituiscono il senso del Premio Innovazione, un riconoscimento attribuito dalla locale associazione a quegli imprenditori che hanno avviato un progetto originale. Tre i vincitori di questa prima edizione: per la categoria Commercio, Giancarlo Mandelli di Verdi Promesse, negozio di abbigliamento multibrand a Collecchio; per il

Turismo, Mauro Bergonzi, presidente di Parma Quality Restaurants, consorzio che promuove la cucina del nostro territorio nel mondo; per la categoria Servizi, infine, Fiorello Biacchi di Geoticket, il portale per l'acquisto on line dei permessi di raccolta funghi nato a Borgo Val di Taro. I tre vincitori parteciperanno, nella primavera prossima, ad un viaggio studio a Copenhagen, in Danimarca, la città più smart del mondo, per conoscere le best practices europee riguardanti l'innovazione d'impresa e la gestione coordinata dei centri urbani.

V.F

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

the first time in the history of the world that the people of the United States have been called upon to make a choice between two political parties, each of which has a distinct and well-defined platform, and each of which has a distinct and well-defined object in view. The people of the United States have been called upon to make a choice between two political parties, each of which has a distinct and well-defined platform, and each of which has a distinct and well-defined object in view. The people of the United States have been called upon to make a choice between two political parties, each of which has a distinct and well-defined platform, and each of which has a distinct and well-defined object in view. The people of the United States have been called upon to make a choice between two political parties, each of which has a distinct and well-defined platform, and each of which has a distinct and well-defined object in view.