



Σωκράτους 23, Τρίκαλα, 421 00
τηλ. & fax : 24310.76334
e-mail : estrikala@yahoo.gr

Τρίκαλα 22.12.2010
Αρ. Πρωτ.:3552

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Το Δ.Σ. του **Εμπορικού Συλλόγου Τρικάλων** συνεδρίασε εχθές εκτάκτως με ένα και μοναδικό θέμα, την συνδιοργάνωση με την Ομοσπονδία Εμπορικών Συλλόγων Θεσσαλίας και το Επιμελητήριο Τρικάλων Ημερίδας με θέματα:

«Δράση Digi-retail»

Η Δράση **Digi-retail** απευθύνεται στις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου και ενισχύει την αξιοποίηση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, με σκοπό την αναδιοργάνωσή τους, την εξοικονόμηση πόρων και τη δημιουργία κλίματος εξωστρέφειας και διεύρυνσης του κύκλου εργασιών τους με χρήση προηγμένων τεχνολογιών. **Στόχος της είναι να επιχορηγήσει επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, ανεξαρτήτως μεγέθους ή αριθμό απασχολούμενων**, για την υλοποίηση επενδύσεων σε νέες τεχνολογίες, συμβάλλοντας στην αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων της οικονομικής ύφεσης και των αλλαγών συμπεριφοράς των καταναλωτικών συνηθειών.

«Δράση Digi-content»

Η Δράση **Digi-content** απευθύνεται στις επιχειρήσεις εμπορικού και δημιουργικού περιεχομένου. **Στόχος της είναι να επιχορηγήσει επιχειρήσεις ψηφιακών υπηρεσιών ευρωζωνικού περιεχομένου, βελτιώνοντας την ανταγωνιστική τους θέση και εμπλουτίζοντας την εμπορική διάθεση με πολλαπλά μέσα.**

«Εφαρμογές νευρομάρκετινγκ και πολυαισθητικού branding στο σύγχρονο λιανικό εμπόριο»

Οι Εφαρμογές νευρομάρκετινγκ είναι ένας νέος κλάδος μάρκετινγκ, ο οποίος χρησιμοποιεί ιατρικές τεχνολογίες-όπως η fMRI-για την καλύτερη κατανόηση των επιλογών του καταναλωτή. Το Branding αποτελεί έναν από τους πιο ενδιαφέροντες τομείς του Νευρομάρκετινγκ. Είναι ξεκάθαρο ότι οι καταναλωτές έχουν ισχυρές και συνήθως υποσυνείδητες αντιδράσεις στα brands. Με την καλύτερη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί αυτή η διαδικασία μπορούμε να δημιουργήσουμε πιο αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ. **Η ανάπτυξη του πολυαισθητικού branding προσδιορίζει τα απαραίτητα εκείνα στοιχεία και χαρακτηριστικά που**

πρέπει να διαθέτει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία προκειμένου να «αγγίζει» το καταναλωτικό κοινό. Η όλη προσέγγιση στο πολύ-αισθητικό μάρκετινγκ θα πρέπει να στοχεύει στο να κάνει τα στοιχεία των αισθήσεων που σχετίζονται με όλες της μορφές επαφών με τον πελάτη, όχι μόνο ευχάριστα αλλά ακόμη πιο σημαντικά, συνεχή και διασυνδεδεμένα από σημείο επαφής σε σημείο επαφής.

Η Ημερίδα θα πραγματοποιηθεί την Τρίτη 11 Ιανουαρίου 2011 στην αίθουσα εκδηλώσεων του Επιμελητηρίου Τρικάλων, Βενιζέλου 1.

Εκ του Εμπορικού Συλλόγου Τρικάλων