

Скоростта, с която ритейл секторът се промени и продължава да се променя е меко казано висока. Доставчици се превърнаха в търговци, онлайн пазаруването на храна и други продукти набра още по-голяма сила и накара много играчи да влязат в тази ниша, безкешовото пазаруване стана все по-често, таргетирането на потребители стана още по-точно и още, и още.

Това са най-лесно видимите промени, които се случват в ритейл търговията. Трансформацията, която тя продължава да претърпява води до нов начин, по който потребителите търсят и купуват продукти и комуникират с брандове.

Ритейл стратегии, които обхващат всичките канали са новият стандарт. Потребителите искат най-доброто преживяване и онлайн, и офлайн. Ако техните модели на поведение се таргетират правилно, компаниите в сектора могат да постигнат по-добър процент на конверсии, както и да увеличават количеството продукти в потребителската кошница.

За някои бизнеси (ще) става все по-трудно да бъдат открити от клиентите. Нужно е да не се изпуска поглед от това какви тенденции движат потребителското поведение, което в крайна сметка търси удобство и най-добра цена, често в онлайн среда. Видео пазаруване, нови възможности за плащане, мобилно пазаруване, по-персонализирано общуване при покупки са само част от тях.

РИТЕЙЛ СТРАТЕГИИ



- Как се променя потребителската кошница заради инфлацията и какъв е отговорът на ритейл сектора?
 - Кои са стратегиите, на които големите ритейлъри залагат, за да увеличат пазарния си дял?
 - Какви инвестиции планира ритейл секторът?
 - Какви са новите модели на потребителско поведение и как компаниите отговарят на тях?
 - Кои са добрите примери за комуникационни стратегии?
 - Как и кои технологии помагат за стигането до потребителя в правилното време и място?
- Това са част от въпросите, на които ще търсим отговор на специалните страници на списание "Мениджър" в бр. 9/2023 (на пазара от края на септември до края на октомври като печатно и онлайн издание) и отправяме предложение да споделите мнението си.

СРОК ЗА ПОЛУЧАВАНЕ НА МАТЕРИАЛИ: 14.09.2023 г.

ЦЕНИ ЗА УЧАСТИЕ:

Една страница реклама или текст – 4 350 лв.

Две страници реклама и/или текст – 6 550 лв.

Три страници реклама и/или текст – 7 650 лв.

Четири страници реклама и/или текст – 8 550 лв.

**Възможност за комбинация с банер кампания на manager.bg*

ДОПЪЛНИТЕЛНИ РЕДАКЦИОННИ УСЛУГИ:

Интервюта (въпроси + редактиране) – 150 лева

Native статия (написване от редактор) – 350 лева

***цените са без ДДС и включват публикуване на материалите и на www.manager.bg**