

Sporočilo za medije

Trgovinska zbornica Slovenije in Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani pripravljata že 6. tradicionalno Strateško konferenco o trgovini

Ljubljana, 22. oktober, 2012 – Trgovinska zbornica Slovenije in Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani tudi letos organizirata Strateško konferenco o trgovini. Že šesta konferenca po vrsti, ki smo jo naslovili »Spremenjen porabnik - drugačni trgovci?«, bo namenjena potrošniku in njegovim spremenjenim nakupovalnim navadam, ki so odraz krize.

V sredo, 24. oktobra, bo na Brdu pri Kranju že 6. Strateška konferenca o trgovini, ki jo organizirata Trgovinska zbornica Slovenije in Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani.

Letošnja konferenca, na kateri bo tudi tokrat slavnostni govornik predsednik Republike Slovenije dr. Danilo Türk in za katero je potrdilo udeležbo nekaj manj kot 500 povabljenecv iz Slovenije in naše širše regije, je v luči svetovne finančne in gospodarske krize namenjena vsebinam, ki poudarjajo spremenjene poslovne modele in strategije trgovskih podjetij kot neposredni odziv na aktualne razmere na trgu. Te se kažejo tudi v spremenjenih navadah potrošnikov.

Slovenski potrošnik se je krizi že prilagodil. V svojih nakupih je vse bolj preudaren, v večji meri porazdeli nakupe med različne trgovce, raje nakupuje tudi v manjših formatih trgovin. Na pomenu pridobivajo trgovske blagovne znamke, vse bolj pomembna tržna pot je tudi splet. Vsem tem razmeram pa se morajo zelo hitro prilagajati trgovci in njihovi poslovni partnerji.

Tudi letošnja konferenca bo podkrepljena z raziskovalnimi prispevki Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, znanjem in zanimivimi izkušnjami domačih in tujih strokovnjakov. S prikazom globalnih trendov v trgovini, ki jih bo podala strokovnjakinja evropskega trgovskega združenja EuroCommerce iz Bruslja ter konkretnim prikazom dobrih

poslovnih praks tako domačih kot tudi tujih podjetij, med katerimi najdemo Fruitnet Ltd. iz Londona, L' Oreal Slovenija in L' Oreal Adria, Hrvaška, Porsche Slovenija, Pikapolonico in podjetja, ki delujejo v okviru Sekcije TZS za direktno prodajo, bomo odstrli odgovore na vprašanja, ki so povezana z odzivi ponudnikov blaga in storitev v spremenjenih razmerah poslovanja in ravnanja potrošnikov. Strokovnjaki iz raziskovalnih podjetij Valicon, Ipsos in GFK Slovenija bodo na konferenci predstavili rezultate raziskav o zaznavah in vedenju potrošnikov doma kot tudi drugod po Evropi. Katere so tiste prave tržne poti in prave poslovne strategije podjetij, ki zadovoljujejo spremenjenega potrošnika pa bodo predstavili vodilni možje trgovskih podjetij Mercator, Petrol, Spar Slovenija, Merkur in Skupina Tuš.

Vsakemu menedžerju je osnovno vodilo odlično opravljena storitev za potrošnika, saj je prav ta »resnična« ustvarjalka dodane vrednosti podjetja. Prav slednje bo rdeča nit letošnje konference, nam še sporočata organizatorja konference.