Al via il nuovo ciclo di Webinar firmati Global Blue

Il primo incontro per discutere di nuove competenze ed abilità per affrontare il "*New Normal*"

Milano, 27 gennaio 2021

Il covid come acceleratore di nuove tendenze, analizzando i cambiamenti in essere per cogliere lo spirito di "New Normal" che modificherà anche il mondo dello shopping. Di questo si è parlato nel corso del webinar "Nuove competenze, nuove abilità che si richiedono per il futuro: in che modo ci si può attrezzare" organizzato da **Global Blue**, leader del settore del tax free shopping, grazie agli interventi di **Gianluca Monteleone,** Member of Executive Committee Boggi Milano, **Franco Barbieri Ripamonti**, Fondatore e Trainer Poliedro-Formazione Oltre l'Aula e **Martina Cassani**, HR Innovation Analyst - AHCG.

«Il covid rappresenta un importante acceleratore di cambiamento, che ha fortemente amplificato la necessità di evolvere verso un modello di impresa sempre più ibrido, flessibile e aperto all'innovazione. Tutti fattori già noti prima dell'inizio della pandemia che sono stati brutalmente accelerati e resi non più differibili. Il vaccino per sopravvivere risiede nella capacità di diventare sempre più agili e rapidi nella esecuzione» ha detto **Gianluca Monteleone**, Member of Executive Committee Boggi Milano. «Riguardo l'ecommerce, dopo una lunga fase che ha posto grande attenzione sulla tecnologia e la creazione di nuovi processi omnicanali, adesso il focus deve essere posto sul servizio al cliente e sulla massima soddisfazione della sua esperienza pre e post acquisto».

«Oggi il mondo del retail sta vivendo un'accelerazione dei trend già in atto perché è cambiato il consumatore ed il suo modo di fare shopping. Questo implica che il livello di servizio offerto debba tendere sempre più all'eccellenza sotto tutti i punti di vista» ha sottolineato il Fondatore e Trainer di Poliedro-Formazione oltre l'aula **Franco Barbieri Ripamonti**. «La proattività è fondamentale. Non ci si può più aspettare che il cliente entri nel negozio, ma bisogna trovare - tramite anche l'utilizzo delle nuove tecnologie e dei social - nuove strategie per ingaggiare i clienti. Non basta più personalizzare il servizio, ma bisogna capire le esigenze di ogni singolo consumatore e ultra-personalizzare la relazione. Le competenze chiave sono curiosità, velocità e agilità che favoriscono il cambio di mindset per abbracciare il cambiamento».

«Con l'integrazione tra il mondo fisico e il mondo digitale, il retail deve costruire nuovi modi per lavorare in una logica omnicanale, sapendo mettere la relazione umana al centro delle proprie strategie e dei propri strumenti. Per affrontare al meglio i nuovi scenari che ci attendono, è necessario comprendere quello che ci dicono i dati sulla relazione tra retailer e cliente. Il risultato è il bisogno di una rapporto Human to Human, basato su fiducia, curiosità e autoimprenditorialità relazione», ha dichiarato **Martina Cassani**, HR Innovation Analyst - AHCG.

Global Blue

Global Blue è precursore del concetto di Tax Free Shopping, che ha introdotto 40 anni fa. Attraverso la continua innovazione, svolge oggi un ruolo strategico come partner leader nel settore tecnologico e dei pagamenti, aumentando la capacità dei merchant di sfruttare la crescita del turismo internazionale.
Il Gruppo mette in connessione tutti gli stakeholders coinvolti nell'ecosistema dello shopping internazionale, fornendo supporto a:

- *Oltre 29 milioni di turisti internazionali che possono vivere una shopping experience perfetta e completamente personalizzata, dando loro la possibilità di*
  chiedere e ricevere – su acquisti idonei fatti all'estero - il rimborso dell'Iva nella propria valuta nazionale al miglior tasso di cambio;
- *Più di 300.000 negozi, inclusi brand leader del lusso, a identificare le opportunità emergenti attraverso smart data e intelligence solutions, ad aumentare il numero di visite negli store grazie a strumenti di marketing data-driven e a far sì che il traffico così generato si trasformi in ricavi con il supporto di innovative tecnologie nei punti vendita;*
- *Oltre 50 acquirer, in circa 130.000 punti di contatto, a sfruttare i vantaggi del flusso delle maggiori entrate e a offrire ai negozianti e ai viaggiatori le soluzioni Dynamic Currency Conversion e Added-Value Payment;*
- *Autorità doganali e istituzioni in oltre 40 Stati per aumentare l'attrattività dei singoli Paesi e assicurare che le procedure di Tax Free Shopping siano sicure e in ottemperanza alle direttive vigenti.*

Nell'esercizio chiuso il 31 marzo 2020, Global Blue ha gestito, a livello globale, 35 milioni di transazioni Tax Free Shopping per un valore complessivo di vendite in negozio pari a 18,5 miliardi di euro, e 31 milioni di transazioni attraverso i servizi Added-Value Payment per un valore di 4,4 miliardi di euro di vendite nei negozi.
Global Blue conta oltre 2.000 dipendenti nel mondo in più di 50 Paesi.
Per maggiori informazioni, visita il sito http://www.globalblue.com/corporate/
Twitter: https://twitter.com/GlobalBlueGroup
LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/global-blue

Per informazioni:
UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue
Piero Tatafiore - Valentina Ricci- Andrea Maccagno
Mob. +39 328 6111646 - +39 328 0552297
globalblue@utopialab.it