

Jornadas “La transformación digital como catalizador del Customer Engagement”

BARCELONA

6 de octubre de 2015

Hotel NH Collection Constanza

Deu i Mata, 69-99










MADRID

8 de octubre de 2015

Hotel NH Collection Eurobuilding

Padre Damián, 23

AGENDA

09:00	Recepción y café de bienvenida.		
09:30	Introducción a la jornada Pilar Martínez Santa María. <i>Cloud LoB Head, SAP España.</i>		
09:40	Hacia un marketing ágil e hiperconectado: retos inmediatos. Joan Sardà. <i>Estrategia de Marketing, Innovación y Agilidad organizativa centradas en el cliente. Asociación de Marketing de España.</i>		
10:00	Cómo hacer realidad la transformación digital en el ámbito de clientes. Rubén Cid. <i>Responsable de Innovación y soluciones Customer Engagement, SAP España.</i>		
10:45	Cómo crear experiencias en todas las interacciones con el cliente. Paco Sola. <i>Gerente de soluciones cloud, Altim.</i> Javier Moreno de Arcos. <i>Consultor experto de hybris, Altim.</i>		
11:30	Los contenidos como nueva moneda de cambio en la era digital Susana Villar. <i>SAP BDM, OpenText</i>		
11:45	Pausa café.		
12:15	Sesiones paralelas		
	Sala 1: Proporcionando mejores experiencias a los compradores profesionales. Casos de éxito en B2B. Joan López. <i>Responsable de Digital Interactive Delivery para Iberia.</i> 	Sala 2: Omnicanalidad con SAP CE&C Suite. David López. <i>Gerente de Birchman.</i> 	Sala 3: Caso Neinver. Creando nuevos modelos de negocio a través de un Marketplace. Iñigo Pastor. <i>Digital Business & Strategy Director, Neinver.</i> Javier Alonso. <i>Ecommerce Senior Advisor, Ricoh.</i> 
13:00	<ul style="list-style-type: none"> • Jornada Madrid: La importancia en la transformación digital: la clave, creación de diálogos, comprender y conocer. Marta Rodríguez Aineto. <i>Directora Incenta Madrid.</i> • Jornada Barcelona: Escalar el negocio en tres meses: Mismas técnicas nuevas herramientas. Eloy Montaña. <i>Chief Marketing Technologist Officer Business Development, Incenta.</i> 		
13:20	Cierre de la jornada. Pilar Martínez Santa María. <i>Cloud LoB Head, SAP España.</i>		
13:30	Cocktail		
14:30	Final de la jornada.		

DESCRIPCIÓN DE PONENCIAS

Sesiones Plenarias

Hacia un marketing ágil e hiperconectado: retos inmediatos.

La tecnología ha facilitado un nivel de conexión entre consumidores y de éstos con las marcas que ha multiplicado la complejidad y la velocidad con que los departamentos de marketing deben actualizar y personalizar sus propuestas de valor. Examinaremos el impacto de la tecnología en las actitudes y el comportamiento de los clientes y los nuevos paradigmas ágiles de respuesta en base a la información.

Joan Sardà. *Estrategia de Marketing, Innovación y Agilidad organizativa centradas en el cliente.*
Asociación de Marketing de España.



Cómo hacer realidad la transformación digital en el ámbito de clientes.

Constantemente se habla de la necesidad de que las empresas aborden la transformación digital para ser competitivos en una sociedad totalmente digitalizada.

En esta sesión hablaremos de la propuesta de SAP para conseguir la transformación digital en general y en particular en el ámbito de clientes para mejorar la experiencia y por tanto aumentar el engagement.

Rubén Cid. *Responsable de Innovación y soluciones Customer Engagement, SAP España.*



Cómo crear experiencias en todas las interacciones con el cliente.

En una sociedad digital, la experiencia y sentimiento del cliente como único y exclusivo, es la forma de sobrevivir ya que tu competencia está a un solo clic. Por tanto, la experiencia con ellos debe producirse en todos los canales de interacción y comunicación (web, app, chat, llamada, mail, redes sociales, comercial, servicio postventa, etc.) siendo imperativo la coordinación de todos ellos, en lo que se ha denominado omnicanalidad.

Paco Sola. *Gerente de soluciones cloud, Altim.*

Javier Moreno de Arcos. *Consultor experto de hybris, Altim.*



Los contenidos como nueva moneda de cambio en la era digital

En la sociedad digital, los contenidos son una pieza clave para generar engagement con los clientes. Por ello, es crítico contar con una estrategia de gestión completa, integrada y personalizada de creación y presentación de los activos digitales/multimedia para ser relevantes en el mercado ahora y en el futuro.

Susana Villar, *SAP BDM, OpenText*



La importancia en la transformación digital: la clave, creación de diálogos, comprender y conocer.

Cómo se ha migrado de la impresión a la importancia del diálogo a través de la creación de contenidos. Personalización vs contextualización.

Marta Rodríguez Aineto. *Directora Increta Madrid.*



Sesiones Paralelas

Proporcionando mejores experiencias a los compradores profesionales. Casos de éxito en B2B.

Presentaremos algunos datos relevantes de un estudio conjunto patrocinado por Accenture y hybris sobre el futuro del B2B omnicanal, presentado también diversos casos de éxito, e incluyendo aspectos de las últimas versiones de hybris y la integración con SAP ERP.

Joan López. *Responsable de Digital Interactive Delivery para Iberia.*



Omnicanalidad con SAP CE&C Suite.

Durante tres meses, Birchman ha realizado una prueba de concepto para la implantación de las principales soluciones Customer Engagement & Commerce (CE&C). En este laboratorio se configuraron e integraron las siguientes soluciones SAP: hybris commerce, hybris marketing, CAR, C4C, SAP POS by GK, SAP Retail on HANA y SAP PO. Descubra de la mano de Birchman cómo dar el paso hacia la Omnicanalidad con las soluciones SAP CE&C mediante la presentación de casos prácticos.

David López. *Gerente de Birchman.*



Caso Neinver. Creando nuevos modelos de negocio a través de un Marketplace.

NEINVER, compañía innovadora con presencia en 65 países, responsable de la creación del concepto "The Style Outlets". Participa en la experiencia de la integración de la oferta y el marketing a través de una única plataforma de marketplace. Trabajando junto a partners y soluciones líderes como RICOH y hybris, para generar una experiencia omnichannel que optimiza el rendimiento de cada marca.

Iñigo Pastor. *Digital Business & Strategy Director, Neinver.*

Javier Alonso. *Ecommerce Senior Advisor, Ricoh.*



CON EL PATROCINIO DE:



CON LA COLABORACIÓN DE:

