



## Madrid 9 de Febrero

21ª Edición del encuentro anual de los Retailers en España

43 Expertos confirmados

### **1 STRATEGIC PREMIUM SESSION**

> Shopper and Trends: The future is now

*\*Sesión para DIRECTORES GENERALES / CEOs*

### **6 TECHNICAL FREE SESSIONS**

- > Recursos Humanos en Retail
- > Big Data y Fidelización de Clientes
- > Transformación Digital
- > Novedades y Tendencias en Métodos de Pago
- > Ecommerce y Mcommerce
- > Integral Supply Chain

*\*Las Technical Free Sessions son de acceso gratuito exclusivo para Retailers*

Platinum Sponsor

**ORACLE®**

**STRATEGIG PREMIUM SESSION****Shopper and Trends: The future is now**

9.30 Recepción de los Asistentes

10.00 Apertura de Honor

10.15 Intervención de Honor

10.30

**PANEL DE EXPERTOS****Los turistas de lujo que vienen a España buscan algo más que gastar. ¿Cómo crear experiencias de compras adaptadas a clientes tremendamente exigentes?**

España puede vanagloriarse de ser el único país con dos ciudades dentro de lo que se conoce como las siete maravillas del "shopping" europeo: Madrid y Barcelona. Completan la lista París, Londres, Múnich, Viena y Milán. En el caso de Madrid los turistas de compras de lujo valoran especialmente la joyería, la marroquinería y sus grandes almacenes, mientras que Barcelona tiene en el textil y en la joyería sus principales fuertes a la hora de atraer a estos turistas voraces a la hora de consumir lujo.

Pero:

Las tasas de devolución del IVA para los ciudadanos de países no pertenecientes a la UE son un gran atractivo: ¿cómo más el turismo desde la coordinación de las marcas y las AAPP?

¿Cómo se están posicionando las grandes marcas y cómo estimulan a este consumidor ocasional tan rentable?

Los visitantes extracomunitarios se gastan en compras cuatro veces más que los comunitarios y siete más que los nacionales. ¿Cómo fomentar las recomendaciones sociales?

¿Cómo atraer a estos clientes y ofrecerles una experiencia de compra que satisfaga sus expectativas?

11.15 Pausa Café

11.45

**PANEL DE EXPERTOS****Next Point of Sale Generation: Nuevas tendencias en transformación digital. La omnicanalidad al servicio de los Retailers.**

Cómo integrar *point of sale & ecommerce* para conseguir una mejor experiencia de cliente

El mundo entero es una tienda. La omnicanalidad al servicio de los retailers: cómo conseguir compras instantáneas sin importar el tiempo ni el lugar

Cuáles son las sinergias entre online/offline

Emilio Továr

**CIO****TELEPIZZA**

Ismael González

**Senior Director Retail Iberia****ADIDAS GROUP**



12.30

**Los nuevos players en Retail: El auge de las startups y la interacción con los clientes**

Marcas que nacen sólo en el entorno online. ¿Cuál será su evolución?

Análisis de la nueva tipología de clientes y cómo crear productos exclusivos

Implicación del cliente en el diseño de los productos: interacción continua con el cliente

Verónica Baez

**CEO&Founder****DESIGNERS ROOMS**

Anabel Zamora

**Founder and CEO****24FAB.COM**

Esteban Blázquez

**CEO & Co-founder****ESDEMARCA.COM**

13.30

**Visión y misión de los CEOs del Retail. The future is now**

Los pure players dejarán de existir, las tarjetas de fidelización por puntos caerán en desuso y los retailers tendrán que colaborar para diferenciarse. ¿Cómo lo haremos? ¿Qué fichas debemos mover ahora?

Igor Unzalu

**Customer Development Vice President****UNILEVER**

Javier Pelayo

**International Business Vice President****MARCO ALDANY**

Ignacio Sánchez Villares

**Director General****LEROY MERLIN**

César de Vicente

**CEO****KIABI**

14.30 Fin de la Strategic Premium Session

**TECHNICAL FREE SESSION 1****Recursos Humanos en Retail**

*\*Las Technical Free Sessions son de acceso gratuito exclusivo para Retailers*

15.00 Apertura de la Sesión

15.15

**PANEL DE EXPERTOS**

**El factor humano marca diferencias en Retail. Cómo construir un equipo que proyecte con éxito la imagen y misión de la compañía. Cómo minimizar el impacto de la rotación**

Lejos de ello, el factor humano seguirá siendo diferenciador, ya que el uso masivo de los mismos elementos tecnológicos hará que su influencia no marque grandes diferencias. El factor humano, la empatía y la capacidad de los vendedores para interpretar los deseos de los compradores serán decisivos a lo largo del proceso de venta

¿Cuál es el papel del departamento de Personas & Talento?

El primer objetivo de los retailers sigue siendo "hacer que el cliente se sienta especial" ¿Cómo implantar esta estrategia de forma personalizada en la compañía?

¿Cómo conseguir proyectar la imagen que queremos de nuestra compañía?

Arturo Molinero

**Director H.R.**

**CARREFOUR**

Yolanda Menal

**National Human Resources Director**

**UNILEVER**

David Barroeta

**Director de Personas**

**OPTICALIA**

16.15

**PANEL DE EXPERTOS**

**¿Cómo establecer una política de retribución y beneficios que incentiven la venta online y offline?**

Políticas erróneas que parten del departamento de RR.HH.: el vendedor monocal

¿Qué estamos fomentando, ¿vender o despachar?

¿Por qué nuestros vendedores no pueden ofrecer a los clientes ciertos productos exclusivos de la tienda online, al mismo precio o no pueden enviar un producto al domicilio del cliente? ¿Seguimos con procedimientos cerrados?

¿Cómo asignar una retribución de venta multicanal?

¿Cómo retribuir al vendedor online? ¿Cómo incentivar al equipo de backoffice en ecommerce?

Implantación de estrategias de cross-selling y up-selling a través de retribución variable



Santiago L. Benítez  
**Retail Director / Retail Sales Manager**  
**PADELMANÍA.COM**

Miguel Muiños Santos  
**Manager E-commerce**  
**CARAMELO**

Álvaro Vázquez Losada  
**Consejero Externo**  
**KIABI**

17.30 Fin y clausura de la Technical Free Session 1



TECHNICAL FREE SESSION 2

## Big Data y Fidelización de Clientes

*\*Las Technical Free Sessions son de acceso gratuito exclusivo para Retailers*

10.00 Recepción de los asistentes

10.30

### PANEL DE EXPERTOS

**Cómo optimizar Big Data en Retail para monetizar todos los datos que tenemos de nuestros clientes y convertirlos en compra**

Enrique Aparicio

**Business Controlling & Distribution Director**

**PARFOIS**

Óscar López Ugarte

**Head of Data**

**RASTREATOR.COM**

Gustavo Liras del Olmo

**Dirección de Marketing Promocional y Publicidad**

**EROSKI**

11.15

### INDUSTRY VIEW

**Cuáles son las herramientas que existen actualmente para optimizar datos de clientes**

11.45

### PANEL DE EXPERTOS

**Cómo conquistar y fidelizar al consumidor a través del Engagement y branding emocional**

Fernando Barrientos

**Corporate HR Management Director**

**GRUPO DÍA**

Quique Díaz

**Communication Director**

**MASCARÓ & PRETTY BALLERINAS.**

Chelo Fernández-Yáñez Mediante

**Digital Manager**

**L'OREAL LUXE**



12.30 Pausa café

13.00

**PANEL DE EXPERTOS**

**Fidelización de clientes a través del mejor servicio de atención al cliente. Técnicas para evaluar a los vendedores y mejorar su desempeño: Mystery Shopping, Auditorías Internas, etc.**

Pol Lligoña Peidro

**Director Operaciones Retail**

**CASA AMETLLER**

David Ayala Brualla

**Sales Manager**

**SWAROVSKI**

14.00 Fin y clausura de la Technical Free Session 2



TECHNICAL FREE SESSION 3

## Transformación Digital

*\*Las Technical Free Sessions son de acceso gratuito exclusivo para Retailers*

15.00

### PANEL DE EXPERTOS

**Retailtainment: La experiencia de compra es protagonista en las tiendas físicas. ¿Cómo diferenciarnos de nuestra competencia? ¿Cómo adaptarlas a la transformación digital de la tienda?**

Sandra Zarate  
**Country Manager**  
**RAKUTEN SPAIN**

15.45

### PANEL DE EXPERTOS

**La multicanalidad a disposición del cliente para alcanzar la unificación del mundo offline y online: el viaje y el destino se integran**

Javier G. San Miguel  
**Marketing & E-commerce Director**  
**HOSS INTROPIA**

María Sañudo  
**Marketing Manager Spain**  
**VENTE-PRIVEE.COM**

Daniel De Santiago  
**Ecommerce & Digital Director**  
**LÉKUÉ**

Alicia Ortega  
**Directora Comercial y Marketing**  
**TUDESPENSA.COM**

16.30

### PANEL DE EXPERTOS

**Novedades tecnológicas para comunicar información relevante, ofertas, promociones o noticias en diferentes entornos: Digital Signage, Escaparates digitales y Realidad Aumentada.**

Jordi Badía  
**Director Tecnologías de Información**  
**VENCA**



Álvaro Vázquez Losada  
**Consejero Externo**  
**KIABI**

Pedro Reoyo  
**Director Marketing**  
**AKI BRICOLAJE ESPAÑA**

17.30 Fin y clausura de la Technical Free Session 3



TECHNICAL FREE SESSION 4

## Novedades y Tendencias en Métodos de Pago: Exigencias de consumidores que demandan nuevas formas de pago

*\*Las Technical Free Sessions son de acceso gratuito exclusivo para Retailers*

10.00 Recepción de los asistentes

10.30

### **PANEL DE EXPERTOS**

**El sector de los medios de pago no para de evolucionar, caminando hacia una mayor integración con las nuevas tecnologías. ¿Cómo agilizar los pagos en tiendas y evitar colas innecesarias?**

Juan Francisco Sánchez Navarro  
**Business Analysis, Payments & Fraud**  
**GROUPALIA**

11.15

### **PANEL DE EXPERTOS**

**¿Cuáles son las tendencias en el pago por Móvil? ¿Cómo aumentarán los pagos virtuales? Los “swing shoppers”, digitales aliados de las compras offline: ¿cómo rompen con las reglas establecidas los nuevos hábitos de consumo los millennials?**

12.00 Fin y clausura de la Technical Free Session 4

12.00 Pausa Café



TECHNICAL FREE SESSION 5

## Ecommerce y Mcommerce

*\*Las Technical Free Sessions son de acceso gratuito exclusivo para Retailers*

12.30

### **PANEL DE EXPERTOS**

**La multicanalidad y su repercusión en los medios de pago: Cómo impactan las multiplataformas en commerce, ecommerce y mcommerce para garantizar la omnicanalidad en los pagos**

Iván García Estébanez

**SEO Executive & Web Analyst**

**GROUPALIA**

Marta Panera

**Directora Comunicación Externa & Relaciones Públicas**

**España, Italia y Portugal. Business Development**

**SHOWROOMPRIVE.COM**

13.15

### **PANEL DE EXPERTOS**

**Cómo se adaptarán las plataformas de pago para todos los dispositivos garantizando la seguridad y evitar la suplantación en pagos. ¿Cómo integrar el universo digital en tiendas analógicas? ¿Y en ecommerce y mcommerce?**

Patricia de Anduaga Vazquez

**Spain Chief Legal Counsel chez**

**SEPHORA**

14.00 Fin y clausura de la Technical Free Session 5



TECHNICAL FREE SESSION 6

## Integral Supply Chain: Centros logísticos. Integración de la cadena y previsión de la demanda

*\*Las Technical Free Sessions son de acceso gratuito exclusivo para Retailers*

15.00

### **PANEL DE EXPERTOS**

**Oportunidades de negocio y empresariales a disposición de los retailers: Centros logísticos**

Jesús Arce Espada  
**Director de Logística**  
**NECK&NECK**

15.45

### **PANEL DE EXPERTOS**

**La comercialización masiva de productos hace que la logística juegue un papel estratégico y competitivo. ¿Cuál es la asignatura pendiente?**

Ángel Gil Gallego  
**Director de Logística**  
**PIKOLIN**

Víctor Robira  
**Director de Logística**  
**DECATHLON ESPAÑA**

Lina Valdivieso  
**Responsable de Operaciones y Procesos**  
**MAKRO**

16.15

### **PANEL DE EXPERTOS**

**La previsión de la Demanda en Retail. Estrategias innovadoras y revolucionarias. Qué hacer con el sobreestocaje: Los outlets, showroom, etc.**

Enrique Aparicio  
**Business Controlling & Distribution Director**  
**PARFOIS**

17.00 Fin y clausura de la Technical Free Session 6

## ¿Por qué patrocinar este evento?

Posicione Retail Forum en el corazón de su estrategia de marketing para 2016. Utilícelo como una solución flexible con la que elaborar una campaña multicanal que comienza mucho antes de su celebración, y que le ofrecerá un impacto extensible a todo el ciclo de vida del evento y más allá.

En colaboración directa con usted, iiR puede ayudarle a cumplir una multitud de objetivos de marketing de manera simultánea. Nuestros experimentados Sponsorship & Networking Managers interiorizarán sus objetivos corporativos claves y los factores estratégicos que los soportan. Equipados con este conocimiento, recomendarán soluciones de marketing y tácticas de participación en eventos diseñadas a la medida de su compañía, que promocionarán sus servicios como usted quiere, cuando usted quiere, y con la audiencia que quiere.

Además, somos conscientes de la creciente importancia de generar relaciones a todos los niveles de negocio. Relaciones que se establecen, cultivan y refuerzan a través de estrategias de networking multicanal. Ofrecemos una amplia muy exhaustiva plataforma para la promoción de la excelencia y el conocimiento de una organización.

Recientemente hemos revisado y aumentado nuestra gama de acciones de marketing, ofreciendo al mercado soluciones innovadoras que le permitirán escuchar y comprender a sus clientes actuales y potenciales, a los líderes de la industria, y ser capaz de influir en sus decisiones.

## Posicione el Networking Multicanal en el centro de su Estrategia de Marketing

Para más información contacta con  
Nacho Flores - [nflores@iirspain.com](mailto:nflores@iirspain.com) - 91 700 49 05

## ¿Quién debe asistir?

### EMPRESAS DE CONSUMO Y GRAN DISTRIBUCIÓN

- Director de Marketing y Comunicación
- Director General
- Resp. de Desarrollo de Negocio
- Resp. de Ecommerce
- Resp. de Business Intelligence
- Director de Logística
- Director de Medios de Pago
- Resp. de Banca Electrónica y Móvil
- Resp. de Nuevas Tecnologías y Sistemas
- Director de Sistemas de Información
- CIO
- Director de RR.HH.
- Abogado

CONSULTORAS TECNOLÓGICAS, PROVEEDORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TIC Y ENTIDADES FINANCIERAS

