

# Foro de Marketing

Marketing Experiencial y Transformación Digital de la Experiencia Retail





## Objetivo

El Foro Marketing Retail nace del **acuerdo de colaboración** entre la AER & MKT, Asociación Española de Marketing.

Se enfocará en el **Marketing Experiencial** y la **Transformación Digital** de la Experiencia Retail.

Nace para **impulsar y compartir los conocimientos especializados** que tienen ambas organizaciones sobre el mundo del Retail y el consumo actuales.

## Acciones

Calendario de reuniones bimestrales:

■ **24 Febrero 2021**

■ **21 Abril 2021**

■ **7 Julio 2021**

■ **22 Septiembre 2021**

■ **24 Noviembre 2021**

- Hora: **17:30h a 19:00h**

- Plataforma de conexión: **Zoom**

Fechas de webinar.

Ciclos Foro MKT. Tres bloques de contenido.

■ **21 Abril 2021**

■ **21 Octubre 2021**

- Hora: **17:30h a 19:30h**

## Contenido

El foro estará orientado a analizar todo lo relativo al marketing experiencial, desarrollando las líneas estratégicas y tácticas dirigidas al mundo del Retail, en estos tiempos convulsos e inciertos que nos toca enfrentar:

- **24 Febrero 2021 | Low contact economy & “direct to customer” de la manufactura**
  - Los centros comerciales como espacios logísticos.
  - El espacio comercial como espacio de experiencia y de marca.
- **21 Abril 2021 | Logística de la distribución: mejoras en la última milla.**
  - Los centros comerciales como espacios logísticos.
  - El espacio comercial como espacio de experiencia y de marca.
- **7 Julio 2021 | Compra Predictiva y Programática.**
  - Cómo aplicar la Data y la Analítica al Retail.
- **27 Septiembre 2021 | Marketing experiencial: como atraer al consumidor al punto de venta.**
  - El espacio comercial como espacio de experiencia y de marca.
  - Los valores y la propuesta de marca en el espacio comercial.
  - Del Efecto WOW al “vivir la marca”.
  - *Pop up store*.
  - Nuevos y ágiles formatos como canal de ventas y marketing experiencial.
- **24 Noviembre 2021 | Comercio de Proximidad, marketing local.**
  - E-commerce del futuro: Los *retailers* deberán liderar esos cambios. Personalización de la experiencia en entornos físicos masivos.
  - Formación en Retail por objetivos, con el cliente en el centro, y el “empoderamiento” del empleado en la toma de decisiones.

# Participantes

## AER

### **Cristina Delgado**

Coordinadora General de la Asociación Española del Retail

### **Merce Serra**

Responsable del Foro de Marketing

### **Isabel Santos**

Directora de Marketing - Grupo HEFAME

### **Miguel Postigo & Equipo**

Socio y CEO - Planta 18

### **Pilar López Simon**

Responsable de comunicación mercado - Leroy Merlin España

### **Fran Ares**

CEO & Founder de Glocally

### **Almudena Martínez**

Executive Director, Head of Retail Eurotoys - The NPD Group

### **Sheyla Ynope**

Marketing Manager - LED DREAM

### **José María Serraller\***

Responsable Comercial en Aries

### **Irene Cubas**

Coordinadora de comunicación y marketing en Mediapost

### **Eduardo López**

Managing Director en Tecnoseñal

### **Jorge Visedo Ceballos**

Strategy Analyst en Ladorian

### **José Álvarez Abad**

Co-Founder de Smart Business Technologies

## MKT

### **Víctor Conde**

Director General de Asociación Marketing de España

### **Jesús Hernández**

Responsable del Foro de Marketing

### **Juan Carlos Alcaide**

Junta Directiva en Asociación Marketing de España

### **Lola Fernández**

Responsable de Marketing en La Vaguada

### **Javier Martín**

New Business Manager en Workout Retail

### **Paloma Sanz**

Retail Assistant Director en Workout Retail

### **Fernando Gómez**

Retail Director en GFK

### **Begoña Zaragoza**

Dirección Transformación Digital en COMAFE

### **Carlos Marina\***

CEO en Telefonica On The Spot Services

### **Esperanza Blanc**

Responsable de Desarrollo Corporativo en Casanova Agency

### **Pilar Martínez**

Directora en Casanova Agency (Madrid)

### **Jose Luis Delmas**

Director en Madison Market Research

### **Ángela López**

Strategic Initiatives Director en Nielsen

### **Beatriz Navarro**

Directora de Marketing y Comunicación en FNAC