

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