## Sala accenture - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por accenture

High performance. Delivered.

**10.00 - 10.20**

**¿Por qué lo llaman crisis cuando pueden decir oportunidad?**

*ÓSCAR ALONSO ARRIBAS, SOCIO FUNDADOR Y DIRECTOR COMERCIAL DE T2O MEDIA*

Las dificultades llegan para desafiarnos. Lo que muchos se empeñan en catalogar como crisis puede ser una oportunidad fantástica para crecer personal y profesionalmente. Éste es el momento ideal para atrevernos a hacer lo que no hemos tenido el valor de hacer hasta ahora; para innovar, crear, explorar con más entusiasmo, tenacidad y valentía, abriendo nuevos horizontes y caminos. En marketing online las posibilidades de éxito son múltiples y hay que aprovecharlas ahora.

**10.40 - 11.00**

**Blogueros y marcas. El valor de la opinión**

*GONZALO IBÁÑEZ, CEO, KANLLI*

Muchos blogueros se han convertido en indiscutibles líderes de opinión, algo que afecta directamente a las marcas. Se plantea así un reto para las empresas, que deben ser capaces de conocer qué esperan de ellas sus prescriptores para encontrar el mejor modo de acercarse a ellos y comunicarles los beneficios de sus productos o servicios con el objetivo de que se hagan eco. En "Blogueros y marcas. El valor de la opinión" se analiza su comportamiento, motivaciones y preferencias y se incluyen testimonios de reconocidas figuras de la blogosfera.

**11.20 - 11.40**

**¿Cómo aumentar tus ventas y tu tráfico en internet?**

*MARIA-JULIA SOTO SOMOZA, COUNTRY MANAGER SPAIN, EFFILIATION*

¡El webmarketing permite hoy en día de responder a sus necesidades de visibilidad, de adquisición, aumento de las ventas, etc. ¡Pero es un mundo complejo! ¿ Cuáles son los diferentes canales de adquisición web, cual es el presupuesto adecuado para cada canal, cómo analizar el rendimiento de la inversión y cómo encontrar al buen partner? ¡ Durante esta conferencia vamos a ayudarte a ver más claramente y tomar las decisiones correctas basadas en TUS necesidades!

**12.00 - 12.20**

**Del Lead a la Venta**

*HÉCTOR MARTÍNEZ PASTOR, COUNTRY MANAGER SPAIN, PORTUGAL & LATAM, EGENTIC GMBH*

Del Lead a la Venta: conseguir consumidores potenciales es uno de los trabajos más importantes en Marketing directo. Los anunciantes ponen mucho empeño en conseguir leads de calidad a buen precio y con un volumen constante que les permita crecer y dimensionar su negocio, pero qué sucede después. En esta presentación analizaremos la necesidad de diseñar una estrategia que vaya desde el lead a la venta, centrándonos en productos y servicios vendidos a través de newsletter y de call center.

**12.40 - 13.00**

**Beyond Performance**

*RAÚL MONTALVO, DIRECTOR GENERAL, DIALOGO MEDIA*

La generación de leads y base de datos, se ha convertido en algo más que un recurso para el crecimiento y aumento del volumen de negocio de las compañías y las marcas. Dialogo Media, como red internacional de publicaciones verticales está especializada en la optimización y generación leads y bases de datos, en torno a contenido útiles y prácticos, creando comunidades de compradores online homogéneas y microsegmentadas. Además, el asesoramiento a los anunciantes para que se relacionen con los potenciales compradores, fomentando la interacción y la acción, es un aspecto diferenciador y clave para la consecución del éxito. El principal objetivo en Dialogo Media es generar las oportunidades para que las marcas conecten con las comunidades interesadas en adquirir sus productos y servicios.

**13.20 - 13.40**

**Fidelidad en el mundo digital. El enfoque simple y rentable**

*JAVIER PÉREZ MOIÑO, RESPONSABLE DE ACCENTURE INTERACTIVE*

*SYLVAIN WEILL, GERENTE DE ACCENTURE INTERACTIVE*

Aunque el mundo digital es cada vez más complejo, la esencia del marketing y de las acciones comerciales son las mismas: Llegar al consumidor, captar su atención y fidelizarlo. El objetivo final puede ser mejorar la imagen de marca, que el consumidor adquiera on-line un producto, que se "enganche" a nuestros servicios y transacciones…

**15.00 - 15.20**

**Creación y seguimiento de campañas orientadas a captación y venta online**

*VERÓNICA DEL POZO RODRÍGUEZ, ACCOUNT MANAGER, AFILEAD*

La reciente explosión del comercio electrónico en España nos ofrece gran cantidad de nuevas oportunidades a todas las partes implicadas en la cadena de marketing, desde los soportes, hasta las tiendas online. Analizaremos los procesos a seguir para conseguir una campaña de éxito, que atraiga nuevos afiliados y a sus usuarios, para generar registros y ventas. Con especial enfoque en el comercio electrónico, se detallarán los aspectos más importantes para lograr nuestros objetivos de conversión manteniendo los costes controlados. Además analizaremos los últimos modelos de promoción y remuneración que están ayudando al gran crecimiento reciente del sector.

**15.40 - 16.00**

**Emailing y E-comercio: Mejorar la experiencia y el conocimiento cliente, el ROI online gracias al Email Marketing**

*ANNE-SOPHIE MULLIER, CEO, CABESTAN SPAIN*

Anne-Sophie Mullier, Directora General de Cabestan, explicará como optimizar la experiencia cliente online y maximizar los ratios en E-Commerce sacándo provecho de las tecnologías disponibles. Presentará casos concretos de estrategias y tácticas eficaces para maximizar el conocimiento cliente, retener y provocar compras. Dará consejos para ayudar a las empresas a implementar buenas prácticas para mejorar sus campañas de email marketing , en las que es importante mejorar, renovarse, saber adaptarse y respetar unas reglas fundamentales.

**16.20 - 16.40**

**Nuevas tendencias del Mobile Marketing que ayudan a mejorar la performance de las campañas**

*HÉCTOR ALEJANDRO VERA FILIPPI, COUNTRY MANAGER C2B SPAIN, NETAFFILIATION*

El Mobile Marketing tiene un auge creciente debido a su versatilidad y la proximidad con el usuario final. La tendencia mundial apunta a la identificación e individiualización de los potenciales clientes para darles el mensaje indicado en el momento indicado y en el lugar indicado, a fin estimular la acción que buscamos en Ellos. Las nuevas tecnologías permiten integrar el conocimiento histórico del comportamiento de las personas así como sus ubicaciones precisas o sus desplazamientos. No basta con estar cerca del cliente, es necesario comprenderlos para no invadirlos ni saturarlos y así optimizar el e-ROI de las campañas de Marketing.

**17.40 - 18.00**

**Sólo para adultos**

*JESÚS MARQUETA, SALES, MARKETING & TECHNOLOGY MANAGING DIRECTOR, MEYDIS!*

Seas puramente online o multicanal…. ¿Cuánto valen tus clientes a lo largo de todo su ciclo de vida? ¿En cuántos clientes inviertes para captarles y finalmente acaban por no ser rentables? ¿Qué grado de riesgo tienes con tus clientes platino?

Los presupuestos de marketing de empresas on y off-line tienen generosas dotaciones dedicadas a la captación, pero cuando se trata de desarrollar y fidelizar clientes dichas inversiones se reducen drásticamente.

El marketing cliente multicanal es para firmas que quieren desarrollar y obtener la máxima rentabilidad de sus clientes actuales y que saben que generar un euro adicional de ventas de un cliente actual es una fracción del coste de captar uno nuevo…si se dispone del conocimiento de cliente, la tecnología y la metodología de marketing adecuada.

**18.20 - 18.40**

**Radio Online - La cuarta Generación de la Estrategia Digital**

*ELISA ESCOBEDO, CEO, AUDIOEMOTION MEDIA SL*

La Radio ha pasado por un proceso histórico que la ha llevado a dar respuesta a las necesidades de adaptación a las demandas de usuarios y simultáneamente a los objetivos publicitarios de tal modo en el que se constituye como un medio imprescindible en el entorno de la inversión digital actual. Sus 15 millones de usuarios únicos, y su estrecha relación con e-oyente permite al entorno publicitario no sólo comunicar con sistemas eficaces y formatos creativos, sino además unos ratios de resultados y efectividad muy considerables. En esta ponencia haremos un viaje a través de la historia de la radio, analizaremos la radio del siglo XXI, observaremos casos de éxito, y obtendremos herramientas de planificación y análisis de este, el medio de mayor crecimiento en la red.

## Sala accenture - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por accenture
High performance. Delivered.

**10.00 - 10.20**
**OnLine Video Content is the King!**
*ÒSCAR AYALA, CO FUNDADOR, TAKE-AD-WAY.COM*
Cómo desplegar campañas de Vídeo Marketing Online. Diferencias entre Spot y Vídeo Contenido. Ejemplos y tipos de Vídeo Contenido OnLine. Vídeo Contenidos vs. Sistemas CPC, CPM. El Vídeo Marketing en los procesos de compra on line. Vídeo Marketing OnLine vs. SEO. El vídeo en las redes sociales. Costes de producción de Vídeo OnLine. Estadísticas de crecimiento del Vídeo OnLine.

**10.40 - 11.00**
**GMC - MailTecK presentan un caso de éxito**
*JAVIER MORENO, COMMERCIAL DIRECTOR & DEPUTY GENERAL MANAGER EN MAILTECK GROUP*
El consumidor lo tiene claro: quiere a las empresas disponibles allí donde las necesita. Tiene altas expectativas y poca paciencia. Por tanto, es importante que los consumidores cuenten con diversas opciones que cubran sus necesidades a la hora de ser contactados por su Marca. El uso de múltiples canales de interacción entre la Marca y los consumidores es un factor decisivo a la hora de ganar cuota de mercado.
La multicanalidad no sólo mejora las ventas y la competitividad, sino que además, permite llegar a nuevos mercados y consumidores y mantener con ellos una comunicación más personalizada. De esta manera las Marcas añaden canales cuyas características de venta se adapten mejor a las peticiones y hábitos de compra de los consumidores. Para desarrollar una gestión comercial de éxito resulta crucial una perfecta integración y coordinación entre canales. Hay que conocer cuáles son los canales más adecuados y dirigir al consumidor hacia ellos. 'Cuantos más mejor' no funciona, no da resultados positivos.
En esta ponencia, GMC y MailTecK abordan un caso de éxito para mostrar cómo la combinación de la comunicación on/off-line nos puede ayudar a lograr mejores resultados y una mayor vinculación de los consumidores con nuestra marca, estando presente donde la comunicación es más eficaz y rentable para las dos partes.

**11.20 - 11.40**
**Email marketing 1 to 1: ContactLab para Imaginarium**
*ARIANNA GALANTE, DIRECTOR OF AGENCY DEPT., CONTACTLAB*
*CRISTINA HAUKE, RESPONSABLE MARKETING RELACIONAL, IMAGINARIUM*
Un caso real para ilustrar las mejores prácticas del email marketing pertinente y eficaz: el mensaje adecuado, a la persona adecuada, en el momento adecuado, a través de las campañas de Bienvenida y de Cumpleaños de Imaginarium.

**12.00 - 12.20**
**m-commerce: what strategy?**
*DAVID SAMSON, INTERNATIONAL ACCOUNT MANAGER, BACKELITE - PROSODIE*
The presentation will detail various strategies m-commerce leaders map out today: benchmark, market analysis and recommandations.

**12.40 - 13.00**
**Social Shopping, una de las mayores tendencias del 2012: Cómo sacar partido y crear confianza de la generación de contenido único de los consumidores en plataformas de compras y opiniones para contribuir al éxito de tu empresa**
*ANNE SAMAK DE LA CERDA, CFO, LEGUIDE.COM GROUP (MERCAMANIA - DOOYOO)*
El comportamiento de los consumidores en las compras online cambia constantemente nuestra forma de hacer negocios. ¿Qué significa esto para los anunciantes y comerciantes hoy en día? ¿Cómo pueden los anunciantes optimizar su presencia de marca con la ayuda de opiniones de los consumidores y comentarios? Lo que los online retailers y las empresas necesitan para sacar ventaja de la generación del contenido único de los consumidores. Genera la confianza que las plataformas de opiniones de compras ofrecen porque esto dejará una huella positiva que contribuirá al éxito de tu empresa.

**13.20 - 13.40**
**Social Search: La influencia de los indicadores sociales en la visibilidad de las búsquedas**
*MANUEL JURADO GRAS, MANAGING DIRECTOR, LBI/BIGMOUTHMEDIA*
Nuestras búsquedas cada vez son más personalizadas, mostrándonos además de los resultados orgánicos, los resultados relevantes para nuestro círculo social. La influencia del Social Media en el Search es ya un hecho patente en los resultados de los buscadores. La convergencia entre SEO y Social Media es algo irrefutable.

**15.00 - 15.20**
**Las Guías de compras: Grandes aliadas en el negocio del E-Commerce**
*ANNE SAMAK DE LA CERDA, DIRECTORA FINANCIERA, LEGUIDE.COM GROUP (MERCAMANIA - DOOYOO)*
Las guías de compras europeas del grupo LeGuide.com siguen siendo las grandes aliadas a la hora de aportar notoriedad y mejorar el desarrollo de los comercios online, además de facilitar las compras a los internautas gracias a unas condiciones inmejorables. El grupo LeGuide.com presentará sus portales, su estrategia multimarca y cuales son los sitios que hacen la diferencia para las tiendas online.

**15.40 - 16.00**
**La importancia de la creatividad y el marketing de contenidos**
*JAIME SANMARTÍN, CEO, ADTRIBOO.COM*
*EDUARDO BERÁSTEGUI, SOCIO DE COMUNICARE, CONSULTORÍA ESTRATÉGICA DE MARKETING ONLINE, ADTRIBOO.COM*
Cada vez es más importante que la estrategia de marketing digital de cada empresa sea adecuada y creativa, pare destacar de la competencia, que cada vez es mayor. Comunicare y adtriboo explicarán cómo poder diferenciarse y tener éxito en nuestra estrategia a costes razonables.

**16.20 - 16.40**
**Adiós Google Adwords, Hola Marketing de Contenidos**
*ROMÁN GARCÍA SÁNCHEZ, CEO, SEARCHMEDIA*
Las campañas de pago por clic seguirán teniendo un gran protagonismo en las estrategias de marketing digital, pero cada día más, los presupuestos se balancean en favor de acciones más orgánicas como el Marketing de Contenidos, que son las que garantizan, a medio y largo plazo, la visibilidad y el reconocimiento en Internet de las empresas, de sus productos y sus servicios.

**17.00 - 17.20**
**Cómo monetizar pequeñas bases de datos**
*JORGE VIDAL AQUILUÉ, ACCOUNT MANAGER, MARKETING ADJAL*
*ADRIÁN VILLELLAS MORENO, PROJECT MANAGER, MARKETING ADJAL*
Cada vez con más frecuencia start-ups y empresas consolidadas trabajan en crear importantes bases de datos de clientes para poder ofrecer productos más relevantes a sus clientes, aunque a menudo se olvida el potencial de explotación que pueden tener esas bases de datos a través del email marketing.
En la ponencia se presentará una solución de marketing dirigido a la rentabilización de bases de datos sin necesidad de arriesgar ni en los costes de la herramienta ni en los costes del envío.

CORREOS

**17.15 - 18.00**
**Bebida clausura Correos | stand 702**
Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Sala On Twice - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por

**Presentador de la sala**
**David Bravo**
Socio Director de Estrategia y News business Ontwice

**10.20 - 10.40 Email Marketing**
**Ya es hora de mejorar el e-mail marketing**
IGNACIO AYERBE GARCÍA, HEAD OF BUSINESS DEVELOPMENT, ECIRCLE SPAIN S.L.U.
¿Hacia dónde se dirige el e-mail marketing y cuáles son los retos que ha de superar para ser efectivo? En esta presentación se hará mención a las tecnologías más avanzadas que están utilizando las grandes empresas gracias a eCircle para gestionar el e-mail marketing incluyendo, entre otras, la gestión de datos en la nube, la integración con sistemas móviles y redes sociales y las capacidades de personalización dinámica de los mensajes. También se analizarán casos específicos con mejores prácticas en la industria y cómo es posible mejorar los ratios en su estrategia de e-mail.

**11.00 - 11.20**
**Más allá del pre-roll. Nuevos formatos en video instream**
SONIA FERNÁNDEZ, SENIOR VICE PRESIDENT VINDICO
El video es el medio más potente para que las marcas comuniquen su mensaje online. Las marcas buscan captar la atención del usuario y darles oportunidades para interactuar. El video online es cada vez más un medio con entidad propia, no sólo una extensión de la publicidad en TV. Los formatos creativos dentro del video están evolucionando para adecuarse a esta realidad. Social docks, ad selectors, multi layers, branded canvas. Son solo algunos de los formatos que los clientes empezarán a demandar cada vez con más fuerza. Te contamos cómo estar preparado para innovar en video online.

**11.40 - 12.00**
**Email marketing, Facebook y Mobile marketing: Optimización de estrategia de marketing digital multicanal**
HENRI-NOËL BOUVET, CEO, PERMISSION LEAD
Como la utilización en conjunto de estos tres canales, permite desarrollar estrategias eficaces para la captación de bases de datos de calidad y brand awareness.

**12:20 - 12.40**
**Online Advertising & Performance**
VALENTÍN ORNIA GONZÁLEZ, HEAD ADVERTISER SALES ESPAÑA, PORTUGAL & LATAM, ZANOX
Como parte integral del marketing online generador de :nuevos clientes, ventas adicionales ,reducción de costes de adquisición y fidelización.

**13.00 - 13.20**
**Patrocinios y Corregistros**
JOSÉ MARÍA MARTÍNEZ, GENERAL MANAGER, WEBPILOTS ESPAÑA S.L
Debido a la continua transformación que está sufriendo el mercado, debemos replantear la opción de los ya conocidos "Patrocinios y Corregistros". Hablaremos de cómo sacarle mayor partido al Patrocinio y al Corregistro, tanto desde el punto de vista de cliente, como de la empresa. Puntos claves, planteamiento de estrategia y herramientas.

**13.40 - 14.00**
**De Cazadores y Granjeros : cómo sacar el máximo partido de las estrategias de Captación y Fidelización gracias a la Automatización de Marketing**
TONI PARADA, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER, SELLIGENT
Cómo sacar el máximo partido de las estrategias de Captación y Fidelización, aprovechando los pilares ofrecidos por Selligent: la Personalización, la Automatización y la capacidad Multicanal. Ofrecemos una estrategia de Comunicación coherente y continuada que acompaña al lead en su proceso hasta cliente y consigue una fidelización y compromiso máximo.
En muchas organizaciones hay una gran separación entre los departamentos de Captación y Fidelización. Existe una gran falta de coherencia que el consumidor percibe y que incide directamente en la degradación de la imagen de marca.
En un sistema multicanal, dónde el objetivo final es la conversión, sea ésta la que sea, ¿no estamos hablando del mismo concepto? ¿es tan diferente una campaña que empieza en el e-mail y acaba en una landing page, que una campaña que empieza en una landing page y utiliza el e-mail para "rematar" la adquisición del lead? ¿Las herramientas de las que disponíamos provocaban esta brecha?
Selligent Interactive Marketing permite aunar ambos mundos, integrando diferentes canales, ciclo de vida de los contactos y consiguiendo a la vez, información de alto valor añadido de los consumidores a los que nos dirigimos.

**15.20 - 15.40**
**¿Dónde están sus clientes? Encuéntrelos, apúntelos y conviértalos con la geolocalización de IP**
STEPHEN GARDNER, DIRECTOR EUROPEO MERIDIONAL DEL DESARROLLO DE NEGOCIOS, DIGITAL ELEMENT
Cómo la geolocalización de IP puede ayudar a su negocio digital. ¿Cómo puede identificar la ubicación geográfica e informaciones sobre la conexión de sus clientes? ¿Cómo utilizar esta información para aumentar 7 veces tus conversiones y 300% la tasa de click-through?
La geolocalización de IP permite controlar la distribución del contenido online, asegurando que las leyes y normativas que regulan la gestión de los derechos geográficos sean respetados. Marcas internacionales que usan nuestra tecnología: DoubleClick, Advertising.com, Atlas, Adconion, AdTech, YOC, Right Media, Specific Media, Casale Media, Tribal Fusion, Facebook, Microsoft, Yahoo!, Apple, Google, Hulu, Tudou.com, Disney, CNN.com, ABC.com, CBS Interactive, ESPN, AOL, TimeWarner, CinemaNow, We7, The Guardian, New York Times, Washington Post, eBay/PayPal, Omniture, WebTrends, Visual Sciences, aQuantive, Audience Science, Nielsen/Netratings, GSI Commerce, Nokia, Sony y muchos más.

**16.00 - 16.20**
**Maximize Your Lead Generation Results**
MEGAN CONAHAN, VP OF ADVERTISING SALES, DIRECT AGENTS
Lead generation is a great way for advertisers to increase sales and build a database. In this session, advertisers in the financial services, and ecommerce sector will learn about the importance of a strategy and test plan for lead generation campaigns and the impact of conversion funnel testing and multivariate testing. In addition, attendees will learn some key tips on how to develop and scale lead generation campaigns in order to maximize results.

**16.40 - 17:00**
**RTB shortens the customer journey**
MENDEL SENF, CEO, YD MADRID
Change in the buying habits of consumers has great impact on the online shopping landscape. The online marketer wants insights. E-commerce and online marketing are still two different worlds. It is possible to merge the two worlds. By integrating with existing systems and data sources of the advertiser YD can use audience- and re-targeting through RTB to reach out to specific consumers. This way the ROI of the budget is increased considerably. It enables advertisers to respond more efficiently and flexibly to changes in consumer buying behavior. Mendel Senf explains how insights in conversion attribution suddenly get a different value when direct action can be taken with proper targeting and bidding techniques.

**17.20 - 17.40**
**Tendencias Globales: Una Vision Interna**
JAVIER MORALES, MARKETING CONSULTANT, EPSILON
Epsilon, N°1 Mundial de proveedores de Email en base a permisos, presenta las últimas estadísticas de email y tendencias en un completo estudio de Benchmarking por industrias y geografia (Europa, Norte América y Asia del Pacífico).

## Sala On Twice - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por ontwice interactive marketing

**Presentador de la sala**
**Luis Vegas**
Socio Director de operaciones e I+D

**10.20 - 10.40**
**Social Analytics**
*JUAN MANUEL ELICES, SENIOR ONLINE ANALYST, MVCONSULTORÍA*
Cómo aunar la medición cuantitativa del marketing en medios sociales con esfuerzos de potenciación de marca, adquisición, conversión y fidelización. Metodología y herramientas que no estaban a tu alcance hace 6 meses.

**11.00 - 11.20**
**Grow Your Business with Coregistration**
*CARLOS OLEAGA, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER, INTELA*
The session is all about how to build a permission data base of potential customers using coregistration which will allow you to acquire more customers.

**11.40 - 12.00**
**VODAFONE & Tradedoubler Business Case**
*JUAN FERNANDO SEVILLANO, COUNTRY MANAGER IBERIA & LATAM, TRADEDOUBLER*
Vodafone y Tradeoubler se unen en esta ponencia, para compartir con la Industria los beneficios de la Afiliación como solución de Performance a largo plazo, tras más de 4 años de colaboración, nos gustaría escenificar los pasos necesarios y fundamentales para la correcta evolución de un programa de Afiliación. Contaremos con la presencia de un expert@ de ambas empresas para contestar cualquier duda que pueda surgir.

**12.20 - 12.40**
**Intelligent Performance – or How Big is Data**
*CHRISTIAN RENÉ HAUTH, DIRECTOR OF BUSINESS DEVELOPMENT AND STRATEGY, AFFILINET*
Performance Marketing used to be a black box. This fact explicitly neglects a key value add that networks can offer to their customers: Transparency and Intelligence! Key Questions providers of advertising services need to ask themselves: How can we best deliver value to our customers by providing the data and analysis that really drives our customers' ROI? What is the value add of data? And whom are we competing against in the future regarding intelligence and transparency? The answer isn't necessarily straight forward, as it involves a deep understanding of clients' needs, expectations, capabilities and resources. Intelligent performance is rotating around one focal point: Relevance, while the above mentioned limitations provide the gravitational forces. This session is shedding light on the future of the performance industry in a more transparent and intelligent world. Putting recent developments into perspective and sketching a potential scenario for efficient and intelligent online performance marketing in 2015.

**13.00 - 13.20**
**Tres claves para el éxito: Sorprende, Engancha y Vende (Creatividad + Social + Performance)**
MANUEL MERCADER, SOCIO FUNDADOR Y DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO, ONTWICE
El triunfo de las campañas digitales reside en una adecuada integración de estas tres especialidades. Desde nuestra experiencia y con casos reales, explicaremos el recorrido que transcurre desde el desarrollo del concepto creativo, pasando por la estimulación del comportamiento en el consumidor, para finalmente conseguir el objetivo de conversión.

**13.40 - 14.00**
**La compra de espacio publicitario digital impresión a impresión**
*EDWARD MONTES, CEO, ADNETIK*
*PEDRO ROBERT, MANAGING DIRECTOR SPAIN, ADNETIK*
Gracias a la tecnología existente actualmente y a la flexibilidad del mercado publicitario online, podemos comprar cada impacto publicitario individualmente, lo que nos permite mayor capacidad de segmentación, mejorando así los resultados de las campañas. Hablaremos del crecimiento de la compra de espacio publicitario en tiempo real y de lo que esto aporta a los anunciantes.

**15.20 - 15.40**
**Product Feed: llevamos su long tail a un nivel superior**
*STANISLAS DI VITTORIO, FUNDADOR & CEO DE ESEARCHVISION*
El SEM es el canal publicitario online con el ROI más óptimo, pero es muy complicado de manejar a causa de su granularidad. Especialmente en campañas de e-tailers que contienen millones de palabras claves. A medida que los CPCs de las palabras genéricas han subido rápidamente, crece la necesidad de optimizar la long tail, la cual ofrece un volumen de conversiones con un ROI elevado.
eSearchVision ha desarrollado una tecnología especializada para optimizar radicalmente la gestión de la long tail. El Product Feed importa automáticamente las bases de datos con lo que construye y mantiene campañas óptimas. Los resultados: una long tail más extensa, publicidades más pertinentes y siempre up-to-date (incluyendo precios exactos), un mejor Quality Score y la desactivación de palabras claves de productos out-of-stock.
El impacto económico: más volumen de clics, mejor tasa de conversión y un ROI superior. Con el Product Feed de eSearchVision, no tiene que elegir entre un ROI alto o campañas fáciles de manejar. eSearchVision es líder europeo en software y servicios de agencia SEM con presencia en 5 países europeos y en los EE.UU.

**16.00 - 16.20**
**Audiencias y Clientes. La vision de un medio de comunicación**
*CARLOS RELLOSO, DIRECTOR DE MARKETING DIGITAL Y DESARROLLO DE AUDIENCIAS, PRISA DIGITAL*
Los medios de comunicación están experimentando un acelerado proceso de transformación. Esto puede ser analizado desde distintas perspectivas pero durante esta ponencia desvelaremos las claves de cómo deben convivir los tradicionales modelos de relación con audiencias a un paso mucho más avanzado de relación con clientes más inteligentes.

**16.40 - 17.00**
**Marketing online y marketing de contenidos**
*ASIER IBARRONDO, DIRECTOR DE MARKETING ONLINE Y CONTENIDOS, CONMUNICA MEDIATRADER*
Casos de éxito de Image Group y Conmunica. Claves para que las empresas logren sus objetivos a través del marketing de contenidos y el Inboud.

**17.15 - 18.00**
**Bebida clausura Correos | stand 702**
Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Sala Vodafone - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por vodafone | Red Publicitaria Móvil

**Presentador de la sala**
**Maribel García Martínez**
Directora de Cuentas Mobile Marketing & Advertising

**10.15 - 10.45 Keynote de apertura del congreso**
**Where do we want to go? Way down to SOLOMO!**
JOOST VAN NISPEN, FUNDADOR Y PRESIDENTE DE ICEMD, PROFESOR DE ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL
Cómo integrar SOLOMO en nuestras estrategias de Marketing y no morir en el intento.
Tiene ecos de KOKOMO, la fabulosa canción de los Beach Boys, pero parece que todo el mundo este año se haya puesto como reto avanzar hacia SOLOMO. Este término, inventado por Matt Cutts de Google, se refiere al marketing a la vez Social, Local y Móvil, SOLOMO. Un año más Joost van Nispen, Presidente y CEO de ICEMD-ESIC inaugura OMEXPO 2012 con una nueva ponencia a la vez práctica e iconoclasta. Qué hacer para tener éxito, qué evitar para no fracasar, y cómo re-enfocar la empresa para que esté capacitada para las nuevas formas del marketing en tiempo real. Joost contestará a estas y otras preguntas para que nos podamos beneficiar de un marketing crecientemente social, local y móvil.

**11.00 - 11.30**
**B.E.S.A.M.E**
MÓNICA DEZA, VICEPRESIDENTE DE INNOVACIÓN DE MCCANN WORLDGROUP
Cómo elevar el concepto del marketing al nivel de los valores: de la "buena marca" a la "marca buena". Tecnologías persuasivas: Del Social Media al Social Emotion

**11.45 - 12.15**
**Los nuevos players de la publicidad digital**
YAGO CASTILLO, DIRECTOR GENERAL DE ANTEVENIO RICH & REACH
En un momento histórico en que la televisión sufre, por primera vez, la caída de la inversión publicitaria, los nuevos players (Apple Tv, Google Tv, etc...) son tendencia. Los Ad-Exchanges y el Retargeting han irrumpido también en el escenario de la publicidad digital. ¿Cuáles son las claves para mantener el liderazgo?

**12.30 - 13.00**
**Cómo llegar a ser una de las mejores páginas en facebook en solo 8 meses**
BEATRIZ NAVARRO, DIRECTORA DE MARKETING DE STARBUCKS
Starbucks explica como consiguio pasar de 2300 fans a 200.000 sin tener grandes presupuestos, sino a través de contenido interesante, juegos, invitaciones a eventos únicos, etc creando engagement con sus fans, y llegando a ser una de las páginas líderes en España.

**13.15 - 13.45**
**El Social Media ha muerto**
GABY CASTELLANOS, CEO DE SR. BURNS
¡Viva el consumidor! El marketing, la publicidad y las rrpp agonizan drásticamente. El usuario revive y lidera la comunicación.
Tú, tu marca, tu empresa, ¿Están preparados para este cambio?

**15.00 - 15.30**
**Joyas de la Creatividad Digital Española**
EZEQUIEL TRIVIÑO, PRESIDENTE, CLUB DE CREATIVOS
Antes se decía que la buena creatividad hacía que un anuncio hiciera el trabajo de 10. En los entornos digitales puede hacer el trabajo de 1000. Presentamos algunos casos de lo más destacado de la creatividad digital e integrada española, sacada de las campañas y piezas presentadas a los últimos Anuarios del c de c.

**15.45 - 16.15**
**Creatividad en comunicación digital o cómo implicar al espectador**
EZEQUIEL RUIZ LINARES, DIRECTOR CREATIVO, SRA. RUSHMORE MADRID
Constantemente se está hablando de la enorme capacidad que ofrece el entorno digital para implicar al usuario-espectador en una campaña. Últimamente potenciar el "engagement" se está convirtiendo en uno de los principales objetivos para un creativo que se enfrenta a un brief. La consolidación de las Redes Sociales como soportes de las campañas no hace sino acentuar aún más esta tendencia. Los caminos para lograr esta implicación son muchos y heterogéneos, y cada vez se hace más difícil involucrar al espectador. Es aquí donde la creatividad cobra un papel fundamental.

**16.30 - 17.00**
**Integración de los departamentos de la empresa en la estrategia de medios sociales**
JAVIER BARRIO, RESPONSABLE DE MARKETING ONLINE DE DOBLECERO - EL CORTE INGLÉS
La conferencia tratará acerca de como integrar en una estrategia de medios sociales los diferentes departamentos de una empresa implicados, desde marketing, comunicación, estudios de mercado, relaciones públicas y atención al cliente, desde la planificación de recursos, acciones, medición, etc.En este sentido hay que definir roles y herramientas de trabajo con las que se va a contar para la correcta gestión de los procesos internos y externos (subcontratados).

**17.15 - 17.45**
**CPM, CTR, SEO, SMO, SOLOMO, OMG, CTM, LOL, WTF, FTW, BBQ!**
LEO PRIETO, CEO, BETAZETA NETWORKS
Desde el CPM hasta el BBQ. La combinación explosiva para una campaña exitosa, consiste de una mezcla precisa de múltiples ingredientes (nuevos y viejos) en sus dosis justas.
Creando nuestra propia comunidad de 8 millones de personas aprendimos que funciona, que no sirve... y que habíamos olvidado. Lo hemos aplicado en campañas con nuestros clientes y los resultados hablan por si solos. ¿Quieres conocer la receta?

**18.00 - 19.00 Mesa Redonda**
**Pasado, presente y futuro de Google Analytics**
MODERADOR: GUILLERMO VILAROIG, PRESIDENTE DE SEMPO ESPAÑA
JAUME CLOTET, DIRECTOR THE WATT PROJECT
PERE ROVIRA, COUNTRY MANAGER SPAIN DE GRUPO ELISA INTERACTIVA
SERGIO MALDONADO, SOCIO DIRECTOR DE MV CONSULTORIA
ENRIC QUINTERO, DIRECTOR AT METRIPLICA
En la mesa redonda hablaremos sobre los inicios de la analítica web y sobre la impresionante e imparable evolución de Google Analytics. Pero sobre todo hablaremos de cómo sacarle todoel partido a la herramienta, haciendo simpole l. Todo esto desde el punto de vista de los consultores autorizados por Google en España.

## Sala Vodafone - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por vodafone | Red Publicitaria Móvil

**10.00 - 10.30 Marketing Móvil**

**¿Cómo puede un negocio online aprovecharse del marketing móvil?**

TOM HORSEY, SENIOR PARTNER Y CO-FUNDADOR DEL GRUPO CRAZY4MEDIA

Los mejores consejos y trucos para incorporar el marketing móvil a un negocio online, sea para una tienda, una red publicitaria, un periódico online, una red social, o hasta un blog personal. Se describirá los casos de éxito más destacados del momento con el objetivo de explicar cómo sacar la máxima rentabilidad utilizando herramientas de marketing móvil.

**10.45 - 11.15 Marketing Móvil**

**Marketing Móvil 360º: La creatividad en las APPS es fundamental para tener audiencia Valor del Contenido=Audiencia Potencial**

CARMEN BEAMONTE, DIRECTORA CUENTAS DE VODAFONE 360 & MOBILE APP PROJECTS,

PACO RUIZ NICOLI, CEO, WANTHAM

Proyectos de Marketing Móvil "out of the box". Análisis de las oportunidades de los dispositivos móviles para ejecutar campañas integrales de comunicación y marketing, donde se combinan acciones on portal, off portal, SMS, clubes de fidelización, etc.

**11.30 - 12.00**
**Mesa Redonda**

**¿Cómo integramos el Mobile Marketing en la estrategia de nuestras marcas?**

MODERADOR: CRISTINA RECUERO, PRESIDENTA MMA & HEAD OF MOBILE MARKETING VIVAKI

DIANA GARCÍA, DIRECTORA ESTRATÉGICA Y CUENTAS, MOBEXT

JESÚS ALDANA, CEO&FOUNDER, SMARTY CONTENT

AGUSTÍN CARBAJO, DIRECTOR DE COMUNICACIÓN, KSCHOOL

CHARLY RODRIGUEZ, TECHNOLOGY & INNOVATION MANAGER RAZORFISH

MARIBEL GARCIA, DIRECTORA DE CUENTAS DE VODAFONE MOBILE SOLUTIONS

**12.15 - 12.45 Marketing Móvil**

**¡Todo el Rich Media en tu mano!**

PAUL CHILDS, CHIEF MARKETING OFFICER DE ADFONIC

Por fin los terminales móviles pueden ofrecer todo lo que puedas imaginar en formatos publicitarios. Y con una penetración de target cada vez mayor gracias al avance imparable de tabletas y smartphones. Interactuar, jugar, ver vídeos, darte de alta, suscribirte, y saber más acerca de un producto o marca, todo desde el soporte en que estás navegando o desde la aplicación con la que estás disfrutando.

**13.00 - 13.30 Marketing Móvil**

**La publicidad móvil y las nuevas formas de consumir TV**

JORGE CONDE, RESPONSABLE MÓVIL MTV ESPAÑA Y PORTUGAL

VICTORIA DE BANGO, OPERACIONES VIYOI.TV

Los hábitos de consumo de TV han cambiado sustancialmente, abriéndose un panorama en el que los smartphones y los tablets están ocupando un papel clave. Estos dispositivos no solo permiten ya acceder al propio contenido televisivo con una gran calidad, sino que ya casi no se percibe el hecho de consumir TV sin utilizar el móvil para interactuar con el show en tiempo real o para comentar y unirse a la conversación en redes sobre dicho contenido. Esta nueva realidad abre una clara oportunidad para nuevos modelos publicitarios que han llegado para quedarse.

**13.30 - 14.00**

**Convergencia entre la publicidad digital y el comercio electrónico**

CHECHU LASHERAS, REGIONAL MANAGER, ZANOX IBERIA & LATAM

En momentos de incertidumbre económica y de crecimiento del ecommerce, el marketing de resultados cobra mayor importancia dentro de las estrategias de medios online. Este modelo ofrece la solución a empresas online y anunciantes más tradicionales para llegar a sus usuarios. Y es que la afiliación ya no es un mero medio para generar ventas, si no una forma de cerrar el círculo entre el mundo online y el offline, llevar al usuario desde una página web a la tienda física o a formar parte de su plan de fidelización.

**15.00 - 15.45**

**Vision of Leaders: ¿Qué se divisa en el horizonte del sector mediático y publicitario español?**

MODERADOR: JUAN RAMÓN PLANA, DIRECTOR GENERAL DE AEA, ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES

FERNANDO CARRIÓN, DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA, YAHOO

RAMÓN ALONSO ARANEGUI, DIRECTOR DE 'KIOSKO Y MÁS'

PILAR DE MIGUEL, SOCIA RESPONSABLE, ACCENTURE INTERACTIVE

PABLO PEÑALBA ZURITA, SALES MANAGING DIRECTOR, VODAFONE RED PUBLICITARIA MÓVIL

JOOST VAN NISPEN, FUNDADOR Y PRESIDENTE DE ICEMD, PROFESOR DE ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL

JUAN FIGUEROLA-FERRETTI GARRIGUES / GERENTE DE PROYECTOS DE ESTRATEGIA DIGITAL VOCENTO

Las necesidades del consumidor han cambiado, el panorama mediático está cada vez más fragmentado y en consecuencia el consumo de medios ha experimentado también un giro de 360º. Estos cambios colocan al sector de la publicidad y de la comunicación ante numerosos desafíos. En los 15 años que lleva en funcionamiento la World Wide Web, no ha habido nunca tantas innovaciones como en 2011. ¿Los valores del pasado son útiles en el futuro? ¿Dónde está el futuro? ¿Cómo se preparan para la nueva era mediática los medios clásicos?

**16.00 - 16.45**

**¿La Publicidad online funciona? y ¿Cómo conseguir más con menos?**

LUIS JAVIER RUIZ, DIRECTOR DE CONTENIDOS Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS, BANCO POPULAR. PONENTE INVITADO POR NIVORIA

La Publicidad tiene futuro y bien orientada apoya de forma relevante los objetivos. Aparte del evidente crecimiento del marketing online dentro del mix de medios de los anunciantes por su mayor penetración, aún hay muchas oportunidades para mejorar los resultados de comunicación y ventas fijados si combinamos de forma eficiente los diferentes medios y canales.

Internet a pesar de su enorme potencial no ha de caer en la tentación de caminar solo, se hace más grande en combinación con otros medios tradicionales a los que multiplica y de los que a su vez recoge parte de los impactos generados.

Un entorno tan cambiante como el actual en lo que a hábitos y tendencias de los consumidores se refiere es una excelente oportunidad de diferenciación para aquellos anunciantes y agencias que se anticipen a dichas tendencias. Para ello es necesario tener interiorizada la importancia del análisis, mejora y seguimiento de las campañas de marketing.

**17.00 - 17.45**
**Mesa Redonda**
**Anuncios**

**Gestión de campañas crossmedia: ¿Cambio o enriquecimiento del modelo de agencia?**

MODERADOR: DAVID TORREJÓN, DIRECTOR EDITORIAL Y SOCIO DE PUBLICACIONES PROFESIONALES

ELENA ALTI, DIRECTORA DE MARKETING DE BANESTO

PABLO MUÑOZ, DIRECTOR GENERAL DE DRAFTFCB ESPAÑA

FÉLIX MUÑOZ LÁZARO, EX DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INTEGRADA DE COCA-COLA

JAVIER SUSO, DIRECTOR GENERAL DE SHACKLETON MADRID

MARIO SÁNCHEZ DEL REAL, DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y CREATIVIDAD DIGITAL DE ARENA MEDIA

CORREOS

**17.15 - 18.00**

**Bebida clausura Correos | stand 702**

Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Sala Elogia - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por

**Presentador de la sala**
**Joan Miró**
Country Manager Spain

**10.30 - 11.10**
**Innovación y tecnología: cómo construir los productos publicitarios del futuro**
ZEN LIU, AD TECH MANAGER EMEA, YAHOO!
¿Cómo se construyen los espacios publicitarios online? ¿Cómo se decide qué formato es el idóneo? ¿Cómo asegurarse de que son impactantes y no intrusivos? Si quieres conocer estos procesos desde dentro y todas las novedades que acercarán tu marca a las consumidores, ésta es tu conferencia.

**11.15 - 11.45**
**Stories from the Frontline of Consumerism**
MATT GIERHART, HEAD OF SOCIAL, OGILVY ACTION
Brands have always told stories around their products. As consumers are becoming more empowered they creating their own positioning and stories about the products they love and hate. This speech takes a look at what happens to a brand when consumers are left to their own devices. By looking at consumers and the stories they create independent of marketing activities we can identify some key behaviour traits to what activates people's experience of a brand.

**12.00 - 12.30**
**A few misconceptions about privacy**
ALAIN LEVY, PRESIDENTE DIRECTOR GENERAL DE WEBORAMA
An explanation of privacy in today´s modern society

**12.45 - 13.15**
**The huge potential for affiliate marketing in Spain**
URBAN GILLSTRÖM, PRESIDENT AND CEO TRADEDOUBLER
Tough economic times bring challenges for many businesses, but for affiliate they bring many opportunities. The affiliate model lends itself to meeting the needs of increasingly price conscious consumers. Technological developments both around the area of online and mobile communications mean that the affiliate model will come into its own in this challenging environment.

**13.30 - 14.00**
**How To Translate Coolhunting And Innovation Into Digital Strategies**
CARL ROHDE, CEO, SCIENCE OF THE TIME
In his lecture Rohde will explain the methodologies of Trendwatching & Coolhunting - and will show how the results of Trendwatching and Coolhunting provided compoanies, brands, cities and government with a solid platform of Validated Mentality Trends to improve and empower their Innovation Strategies. Rohde will focus on two trend areas: The Rise of the Urban Nomads (and what this means for mobile digital strategies). Leading trenddevelopments in the Virtual World.

**15.45 - 16.45**
**Keynote 45 min. : Using Social Media to Have SEO Success: How to leverage the opportunities in social media for higher rankings in search results.**
**15 min. : Preguntas y Respuestas**
RAND FISHKIN, CEO & CO-FOUNDER SEOMOZ

**17.00 - 17.30**
**Digital Kills the Advertising Creative Star**
PACO CONDE, DIRECTOR CREATIVO, OGILVY RIO DE JANEIRO
Cómo la era digital, las redes sociales y la tecnología liberó y acabó con las barreras y las limitaciones que tenían los creativos publicitarios. Ahora hay una nueva clase de creativos "libres" que pueden aplicar su talento más libremente en las diferentes áreas del marketing y la comunicación.

**17.45 - 18.15**
**Las reglas de la comunicación cambian, ¿Cómo llegamos al consumidor?**
RAFAEL MARTINEZ DE LUCAS, HEAD OF INTERECTION MEC
es obvio que estamos ante un cambio en la forma de comunicación y de consumo de medios, liderado por las nuevas tecnologías y los componentes sociales. Esto implica que las marcas tienen que adelantarse a este nuevo entorno para llegar de forma apropiada a los consumidores y poder transmitir sus valores. La agencia tiene un rol vital a la hora de ayudar a las marcas no solo a liderar esos entornos tan cambiantes, sino a crear los suyos propios.

## Sala Elogia - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por

**Presentador de la sala**
**Susana Megía**
Account Manager Elogia Madrid

**10.00 - 10.45**
**Mesa redonda: BRANDED CONTENT Y LAS PRODUCTORAS 3.0**
MODERADOR: JESÚS GARCÍA, DIRECTOR, INTERACTIVA
PABLO MUÑOZ, DIRECTOR GENERAL, DRAFT ESPAÑA
IÑIGO CHAVARRI, DIRECTOR, CHINATOWM
JOSÉ MATEO, DIRECTOR, PAPANATOS
CARLOS ORTET, DIRECTOR, ZOPPA
GONZALO PASTOR, DIRECTOR DE CUENTAS, BICE.COM

**11.00 - 11.30**
**Russia – yet other digital landscape**
BORIS OMELNITSKIY, PRESIDENT AT IAB RUSSIA
Russian digital ad market overview: infrastructure, key players, numbers, audience and money. Features and differences on search and social landscapes. IAB standards for developing video and mobile ad market in Russia. How to get Russian customers online.

**11.45 - 12.15**
**Google's vision for video story**
JEROME GRATEAU, DIRECTOR, SEEMEA, GOOGLE - SOUTHERN EUROPE
As online video consumption increases, so to do the opportunities for online advertising and promotion. Today video advertising monetisation is more than just serving simple pre-roll ads, now it has become a source for powerful user engagement through social and mobile platforms.
And its no longer a story around simple impressions, but around user choice and the opportunities to work with publishers to deliver a better user experience for all.

**12.30 – 13.00**
**Unleash your digital marketing potential with the Adobe Digital Marketing Suite**
SEBASTIEN DE COCK, ENTERPRISE PARTNER SOLUTION ARCHITECT ADOBE
This session is for all online marketers and e-commerce managers: Reducing time-to-market for digital marketers, Bridging the gaps between marketing and IT, How executing and monitoring multichannel campaigns, Boost conversions through personalization and targeting, Getting the right insight to optimize marketing spend attributions.

**13.15 - 14.00**
**Women's Leadership round table - presentada por adigital**

**EL LIDERAZGO DE LA MUJER EN EMPRESAS DE TECNOLOGÍA**
MODERADOR: ELENA GOMEZ DEL POZUELO, PRESIDENTA ADIGITAL Y CEO DE WOMENALIA
CARINA SZPILKA - CEO DE ING DIRECT ESPAÑA
JOANA SÁNCHEZ - PRESIDENTA Y FUNDADORA DE INCIPY
MARÍA GÓMEZ DEL POZUELO - CEO DE WOMENALIA
IRENE CANO - SALES DIRECTOR DE FACEBOOK
El papel de la mujer en Internet ha sido una pieza fundamental para el crecimiento del sector online, liderando en muchos casos las compras online, el uso de las redes sociales y de la tecnología móvil. Las empresas de tecnología poco a poco están reaccionando a este fenómeno y dando la responsabilidad en sus puestos directivos a mujeres. En esta mesa redonda se presentan algunas de las profesionales más relevantes del sector que están liderando este cambio.

**15.00 - 15.45 mesa redonda**
**Internet TV**
MODERADOR: DANIEL CASAL, DIRECTOR GENERAL DE ARROBA Y VOCAL DEL CAPÍTULO ESPAÑOL DE LA IAA
JORGE JUAN GALLEGO, RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN DE SONY PARA ESPAÑA Y PORTUGAL
JAVIER SANCHEZ, FUNDADOR DE ADNSTREAM Y SMART TV PREMIUM PARTNER PARA LG ESPAÑA

**16.00 - 16.45**
**CEO-MEDIA-TALK: UN VIAJE DIALÉCTICO SOBRE HACIA DÓNDE VAN LAS AGENCIAS DE MEDIOS**
MODERADOR: JAVIER PIEDRAHITA, MARKETINGDIRECTO.COM
GERARDO MARIÑAS, CEO ESPAÑA DE MEDIACOM
CELIA CAÑO, DIRECTORA GENERAL DE EQUMEDIA XL
JAVIER NAVARRO, REGIONAL MANAGER HAVAS DIGITAL IBERIA
ANA GONZÁLEZ, UM SPAIN MANAGING DIRECTOR
Ha llegado el momento de que las agencias de medios reflexionen sobre cómo están desarrollando las estrategias de medios de sus clientes. La selección de los soportes publicitarios idóneos debe ser una tarea intelectual, emocional y altamente satisfactoria. Además, el sector ha de vivir una de sus transformaciones más importantes para adaptarse a la nueva realidad digital, así como a las demandas de los consumidores. Esta mesa redonda abordará en un debate abierto con los consejeros delegados de las principales agencias de medios en España este y otros temas, tales como la inversión en programación de calidad, la pérdida de confianza de los anunciantes en sus planificadores, del papel de las agencias en la pluralidad mediática y sus nuevos modelos de negocio.

**17.00 - 18.00**
**Relación Anunciante-Agencia. Claves para Triunfar en un Entorno Digital Hiperfragmentado**
PRESENTADOR Y MODERADOR: PATRICIA CHÁVEZ, DIRECTORA DE CONSULTORÍA DE GRUPO CONSULTORES
CARLOS GÓMEZ GONZÁLES, CCO EN NETTHINK ISOBAR
FERNANDO LÁZARO, DIRECTOR GENERAL CREATIVO DE BTOB
SALVA CARRILLO, CEO MOBILE DREAMS FACTORY
JORDI PONT, DIRECTOR GENERAL, DOUBLE YOU
Un entorno de aparente desconcierto por parte del anunciante, para desarrollar sus estrategias digitales y su implementación, convive con la proliferación de especialistas en estas áreas. Se desvelarán las claves de lo que interesa al anunciante y cómo los colaboradores que trabajan en el entorno digital pueden trasladar valor para alcanzar sus objetivos de nuevo negocio.

**17.15 - 18.00**
**Bebida clausura Correos | stand 702**
Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Sala ICEX - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por ICEX INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

**10.00 - 10.20**
**Email marketing, centro de la estrategia multicanal**
MIGUEL POYATOS PEREZ, DIRECTOR DE OPERACIONES, EXPERIAN MARKETING SERVICES
El email marketing tiene un rol clave para integrar los diferentes medios de comunicación digital dentro de una estrategia global. ¿Cómo integrar las redes sociales a través de nuestras campañas de email marketing y viceversa?. ¿Cómo influyen los nuevos dispositivos móviles y cómo podemos integrarlos dentro de nuestra estrategia de contacto con los clientes? ¿Cómo acertar en el canal teniendo en cuenta las preferencias de nuestros usuarios y las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías?

**10.40 - 11.00**
**Next Generation Customer Journey: Cómo convertir usuarios en clientes**
IGNACIO ARENILLAS DE CHAVES, DIRECCIÓN GENERAL, QUISMA ESPAÑA
Conversión de usuarios en clientes a lo largo del Customer Journey: QUISMA ayuda a los clientes a hablar con sus potenciales compradores en el lugar correcto, con el mensaje adecuado, en el momento oportuno a través de Search Engine Advertising (SEA), Search Engine Optimization (SEO), Affiliate Marketing, Performance Display Advertising, Conversion Optimization y Marketing Intelligence (Sales Modelling). La tecnología para el análisis del Customer Journey tiene como objetivo seguir todos los puntos de contacto (touchpoints) que se han generado a través de la publicidad, lo que permite establecer relaciones de eficacia entre los canales y los diferentes puntos de contacto (sinergia o canibalización), y que permite una correcta optimización.

**11.20 - 11.40**
**Mobile Email Marketing: ¿Cuantos Clientes estás perdiendo?**
RAÚL ABAD, RESPONSABLE DE MARKETING ONLINE, ADSALSA
Diversos estudios indican que más de un 25% de los email ya son abiertos en dispositivos móviles. Y lo más interesante, es que esa cifra no va a dejar de subir en los próximos años. La explosión en el uso de los Smartphones y Tablets convierten a estos dispositivos en un target fundamental a la hora de realizar campañas de email marketing.
La tendencia de interactuar con las campañas vía móvil no deja de crecer y no podemos dejar pasar esta oportunidad. El formato, contenido, diseño y landing page serán la clave para el éxito en nuestras campañas mobile. Con Raul Abad veremos cómo optimizar la experiencia en el canal Mobile y maximizar los ratios de conversión. Presentará casos prácticos, tácticas eficaces y consejos para ayudar a las empresas a implementar su estrategia de Mobile Email Marketing.

**12.00 - 12.20**
**Digitalizarse o Morir**
RAFAEL CASADO ARIAS, REGIONAL CHIEF DIGITAL OFFICER PAGINASAMARILLAS.ES, YELL PUBLICIDAD
Internet ha cambiado a las empresas. Las Pymes se enfrentan a todo un universo de posibilidades - Adwords, e-commerce, marketing móvil, etc. – y tienen que saber elegir su mejor opción. No todas las empresas necesitan el mismo nivel de digitalización, pero ningún negocio pude sobrevivir de espaldas a esta realidad. ¿Por qué no te lo debes perder? Sabemos que cada día recibes 1.000 invitaciones a eventos, charlas, cursos...y que no tienes tiempo para ningún contenido superfluo; pero nosotros sabemos lo que necesitas, llevamos mucho tiempo a tu lado y conocemos las necesidades reales de tu negocio. No vamos a prometerte fórmulas mágicas, porque no existen, pero sí sabemos qué herramientas darte para posicionarte frente a tu competencia, para ofrecer un valor añadido, para manejarte en los nuevos entornos o para poder operar en diferentes mercados. No te quedes con la duda, ven a vernos y no te defraudaremos. Será tu tiempo mejor invertido.

**12.40 - 13.20**
**Máxima conversión. Creando landings y páginas de producto eficaces**
ANTONIO MAS, DIRECTOR GENERAL, IDEUP!
RAFA MÉRIDA, DIRECTOR DE PRODUCTO Y EXPERIENCIA DE USUARIO, IDEUP!
Realizamos multitud de acciones para captar tráfico pero olvidamos muy a menudo obsesionaros por elevar al máximo la conversión del tráfico. En esta conferencia analizaremos técnicas que nos ayudan a diseñar landings y páginas de producto eficaces optimizando inversión y disparando nuestros ratios de conversión.

**15.00 - 15.20**
**Marketing de Afiliación – Su fuerza comercial multicanal**
MONICA ALVAREZ FÉOLA, BUSINESS DEVELOPER ESPAÑA / BRASIL, PUBLIC-IDÉES
La Afiliación es uno de los pocos canales de comunicación en el que los presupuestos siguen siendo estables o incluso en alza. La afiliación es un canal flexible que se adapta a las nuevas prácticas de marketing en internet, y evoluciona con el usuario. Descubra la fuerza comercial que un programa de afiliación puede representar para un e-comerciante. Comercios de todo tipo, Agencia de viajes, Marcas de automóvil, Sites de ventas colectivas. ¿Cuáles son las claves de éxito de un programa de afiliación? ¿Cuáles son las nuevas prácticas de marketing por internet que pueden formar parte de una estrategia de afiliación? ¿Cómo poner en evidencia sus productos en mercados extremadamente competitivo? ¿Cómo sacar lo mejor de su red comercial virtual?

**15.40 - 16.00**
**Cómo vender más en los mercados electrónicos**
INÉS RAMIREZ NICOLAS, ANALISTA DE EMARKET SERVICES, INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)
cados electrónicos presentan para las empresas un escaparate en el que mostrarse al mundo y conseguir nuevos proveedores, compradores y mayores ventas.
En esta ponencia el proyecto eMarket Services, perteneciente al Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), aportará a las empresas, con la ayuda de las opiniones e ideas de los propios gestores de los mercados electrónicos, una serie de consejos para hacer que las empresas saquen todo el jugo a su presencia en sus plataformas. Cómo dar de alta de manera efectiva los datos de la empresa y de sus productos, la forma en que se deben escribir los textos, la importancia del material gráfico o cómo generar confianza en el comprador son algunos de los temas que se tratarán en esta ponencia para ayudar a las pymes a vender más a través de los mercados electrónicos.

**16.20 - 16.40**
**Micro Pagos Web & Mobile & Internet + Ingresos**
JORDI SANS OTERO, DIRECTOR EXPANSIÓN, MONSAN
Mi ponencia quiere detallar los nuevos modelos de micro pagos en España que permiten generar una nueva y fácil forma de procedimiento de cobros para la empresa. En Europa su penetración ha sido total y en España el crecimiento es exponencial desde su llegada. Monsan compañía especializada en servicios de valor añadido ha creado una nueva plataforma de micro pagos que permite detectar la herramienta que realiza la petición para así mostrarle el modelo de pago que mejor se adapta.

**17.00 - 17.20**
**Un nuevo entorno, un nuevo consumidor**
ANA GARCÍA BLANCO, DIRECTORA DE INSIGHTS & ANALYTICS, INITIATIVE ESPAÑA
Estamos afrontando un tiempo de cambios vertiginosos; una profunda crisis económica que está cambiando nuestros hábitos de consumo, y una revolución tecnológica.
Si para todos nosotros estas circunstancias están teniendo un impacto significativo, hay un grupo de consumidores que lo está viviendo de una forma mucho más radical. Una nueva generación de jóvenes que van a marcar la pauta de cómo y qué se va a consumir en el futuro. Es una generación que se tiene que reinventar, y por eso en Initiative la hemos denominado Reset Generation. El objetivo de nuestra ponencia es contar cómo son, qué les preocupa, y sobre todo, qué tienen que hacer las marcas para conectar con ellos.

**17.40 - 18.00**
**BBDD on + off: cómo predecir el comportamiento del consumidor**
DANIEL RUIZ NODAR, DIRECTOR DE BUSINESS INSIGHTS, DATACENTRIC
Es evidente que el disponer de un conocimiento lo más exhaustivo posible de nuestro cliente es un requerimiento que siempre nos ha interesado; a este deseo, ahora debemos sumarle la variable tiempo (real –time) así como el conjugar fuentes de información off-line y on-line.
Internet nos ofrece inmensas posibilidades, pero por sí solas no resuelven nuestras necesidades. La conjunción de información de diversas fuentes de origen, su tratamiento posterior y su puesta en valor, y principalmente, la extracción sosegada y objetiva de insights, nos deben llevar a cumplir nuestros objetivos: obtener pautas de cómo mi cliente se va a comportar ante un escenario con determinados estímulos exteriores.

## Sala ICEX - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por ICEX INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

**10.00 - 10.20**
**El Marketing Display crea trafico y hace vender**
GRÉGORY GAZAGNE, DIRECTOR GENERAL FRANCIA, EUROPA DEL SUR Y LATAM, CRITEO
El marketing display no está muerto: sigue siendo un modo indispensable de imponer un mensaje y de crear tráfico en una web:
- Panorama de la publicidad display ¿Cuáles son las tendencias actuales del display?
- ¿El search marketing ha alcanzado sus límites?
- Funcionamiento tecnológico del display de resultados: creación de mensajes publicitarios, data targeting, Real-time bidding
- ¿Cómo maximizar el resultado de una campaña display con un objetivo de generación de tráfico y de ventas?

**10.40 - 11.00**
**Boosting brand engagement via innovative advertising campaigns in social, online and mobile games**
LAURA JASSOY, DIRECTOR OF ADVERTISER RELATIONS, SPONSORPAY
Social and online games have become a mass phenomenon with many hundreds of millions of players worldwide. Most interestingly, this explosive growth has come from a new breed of gamers – studies reveal the average social gamer is a 40-year-old woman with moderately high income. These new online entertainment channels present a variety of options for brand advertisers, including in-game display ads, interactive videos and branded virtual goods. The talk will discuss strategies for brand engagement in online games including the fast-growing realm of social video advertising and innovative engagement marketing campaigns.

**11.20 - 11.40**
**Conferencia sobre el Retargeting Dinámico**
ARMANDO PASTOR, BUSINESS DEVELOPER SPAIN, NEXT PERFORMANCE
El retargeting dinámico: ¿Cómo logra anunciar la publicidad idónea, al internauta idóneo, en el momento idóneo? Fundamentos y función del retargeting como impulsor complementario a los canales clásicos. Puntos clave para desplegar y optimizar una campaña de retargeting:
• Enfoque sobre la tecnología puntera de optimización desarrollada por Nextperformance.
• Selección de redes y Real Time Bidding. Análisis de 3 casos de éxito que muestran el aumento de la pertinencia, de la eficacia y del ROI de este tipo de campañas con generación de tráfico y un aumento muy considerable de las ventas.

**12.00 - 12.20**
**El beneficio del cambio, caso de éxito: Perfume´s Club**
MIRIAM REYES PRIEGO, SALES MANAGER SG SPAIN, SENDER GLOBAL
Sender Global hablará de los beneficios que supone realizar un cambio. Uno de los pasos dentro del ciclo de desarrollo de una empresa online es la Selección de la Plataforma de eMarketing, teniendo en cuenta la técnica, la investigación, los aspectos económicos, sociales y los beneficios futuros. Aunque cada vez existe una mayor diversidad de ESP, en realidad que estamos buscando: ¿ marca, calidad o precio? Contaremos con la presencia de Perfume´s Club, caso de éxito en un cambio a mejor.

**12.40 - 13.00**
**Behavioral Targeting. Del dato, al valor**
ABELARDO IBAÑEZ, SOUTHERN EUROPEAN MANAGER, WEBORAMA
Conoce el Audience Driven Advertising. El beneficio que aporta a agencias, anunciantes y soportes y el pa pel fundamental que ocupará en el mercado publicitario online en un futuro muy cercano.

**13.20 - 13.40**
**CRH: cómo evitar la imposición de sanciones**
ÁNGELES MARTÍNEZ, PRIVACY AND COMPLIANCE, DATACENTRIC
Muchas de las sanciones impuestas por la Agencia Española de Protección de Datos se deben a una mala gestión de los derechos de las personas. La normativa sobre protección de datos impone una serie de obligaciones a todas las empresas que traten datos de carácter personal, que debes conocer e implantar en tu organización.
Descubre cómo atender de forma diligente y eficaz los derechos ARCO recogidos en la normativa sobre protección de datos.

**15.00 - 15.20**
**El Economista: Un caso de éxito, el email marketing y el periodismo**
MARÍA TERESA MOREIRA, COUNTRY MANAGER DE ESPAÑA Y PORTUGAL, EMAILVISION
GONZALO FERNÁNDEZ, JEFE DE MARKETING, EL ECONOMISTA
En esta ocasión, el equipo de Emailvision presentará un caso de éxito junto con "El Economista", uno de los principales diarios económicos en España, donde mostrarán los motivos por los que eligieron el emailing y los beneficios que obtuvieron con esta herramienta.

**15.40 - 16.00**
**Pon una agencia en tu vida.10 razones para tener una agencia online**
MARIANO BAÑÓN, DIRECTOR GENERAL, REPRISE MEDIA
En un entorno digital apasionantemente cambiante y lleno de oportunidades, las agencias online son un partner de negocio esencial para capturar todas estas oportunidades.
En esta ponencia contaremos las 10 razones principales para tener una agencia, desmontando mitos, mostrando con claridad el modelo de negocio y las características de la relación cliente – agencia.

**16.20 - 16.40**
**La Publicidad en Facebook para usuarios avanzados**
ROALD C. SCHOENMAKERS, CONSEJERO DELEGADO, SÚMATE
Mejores prácticas y ejemplos en la gestión de grandes campañas micro-segmentadas, orientado a resultados medibles.

CORREOS

**17.15 - 18.00**
**Bebida clausura Correos | stand 702**
Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Sala 24/7 Real Media - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por

**Presentador de la sala**
**Alfredo Herrera**
Director Comercial de 24/7 Real Media

**10.00 - 10.20**
**10 puntos para saber si contratas publicidad online a buen precio**
CARLOS BRAVO SÁNCHEZ, CEO, COGUAN
El descuento obtenido en una campaña no es un buen indicador para averiguar si lo que se está contratando es un buen precio. Los precios listas de algunos sitios web existen únicamente para poder dar "descuentos" a los anunciantes del 90% y de esa manera acercarse a un precio más realista. Existen 10 factores clave a la hora de contratar publicidad de display en banners y vídeo que se presentan en esta ponencia.

**10.40 - 11.00**
**Nutrideas: Inspiración para el crecimiento de las marcas de consumo en 2012**
GUSTAVO ENTRALA, CEO, 101
Siete tendencias para convertir a los consumidores en entusiastas de nuestra marca.

**11.15 - 12.00**
**¿Cómo utilizar el Customer Intelligence para impulsar tu estrategia de Emarketing?**
STEFANO LUCERI, CONSULTOR PRESALES, SOUTHERN EUROPE, EMAILVISION
MARÍA TERESA MOREIRA, COUNTRY MANAGER ESPAÑA Y PORTUGAL, EMAILVISION
El emailing se ha convertido en una herramienta de publicidad muy fuerte e importante en nuestros días, pero a recientes fechas se ha detectado la importancia de no mandar email masivos por su baja tasa de apertura e impacto, por lo que la segmentación basada en comportamiento previo de compra, etc se ha convertido en la pieza clave para hacer un buen uso de esta herramienta. Con esta conferencia aprenderás qué es el Customer Intelligence y como ha venido a revolucionar al mercado; aprenderás sus múltiples beneficios, dentro de los que destacan una correcta segmentación, explorar los datos de tus clientes de una manera adecuada, aprenderás cómo te puede ayudar a incrementar tus ventas y mejorar tu estrategia de marketing.

**12.20 - 12.40**
**Eficiencia y rentabilidad del esfuerzo comercial y publicitario en internet**
DAVID SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, DIRECTOR DE MEDIA ANALYTICS & SOCIAL MEDIA, NIELSEN
La eficacia de las acciones comerciales y publicitarias se mide, principalmente desde dos puntos de vista: el retorno de la inversión o rentabilidad y la comparación con el entorno competitivo o eficiencia. Internet permite conocer qué rentables son estas acciones mediante el efecto en el comportamiento de los individuos, a través de la compra online o incluso offline y del cambio de percepción reflejado a través de los medios sociales y la determinación, por tanto, del retorno de la inversión del coste de estas acciones. Lo mejor de todo es que, además, la investigación en internet te dará la clave para conocer cuán eficientes son tus acciones respecto a tu posicionamiento en el mercado y tus competidores.

**13.00 - 13.20**
**Optimización de Acciones Cross Channel**
PEDRO J. ABAD, MANAGING DIRECTOR, IBRANDS MEDIOS INTERACTIVOS
El objetivo de esta presentación es analizar los diferentes comportamientos que tienen nuestros usuarios en Email Mkt, Social Media y Mobile, así como la optimización de las acciones cruzadas entre ellos.

**13.40 - 14.00**
**Retos y oportunidades del marketing de afiliación en España y Latinoamérica**
JOSÉ LUIS VALDIVIELSO, CEO MATOMY LATAM
Durante la ponencia se hará un repaso al panorama actual del mercado y los retos a los que se enfrenta el marketing de afiliación en 2012 tanto en España como en América Latina, región con una gran crecimiento económico y donde está poco desarrollada esta disciplina. Dentro de este análisis se propondrán fórmulas para mejorar el funcionamiento y mejorar la relación entre anunciantes, plataforma de afiliación y los propios afiliados desgranando las oportunidades existentes para los anunciantes Españoles que comienzan su andadura por Latinoamérica.

**15.20 - 15.40**
**¿Quién controla mi audiencia?**
DAVID CABALLERO, COUNTRY DIRECTOR FOR SPAIN AND PORTUGAL, ACCELERATION EMARKETING LTD.
Acceleration destacará en la ponencia las necesidades de los medios por proteger, utilizar y analizar los datos de sus páginas webs, cómo gestionarlos de manera controlada y eficiente para obtener el máximo rendimiento optimizando y monetizando sus audiencias. A día de hoy, los datos recogidos acerca de los usuarios son el activo más importante de nuestras campañas online.

**16.00 - 16.20**
**Los Tipos De Campañas Más Rentables Del Momento. Aprendizaje y Posibles Aplicaciones**
TOM HORSEY, SENIOR PARTNER Y CO-FUNDADOR DEL GRUPO CRAZY4MEDIA
El marketing interactivo sigue ofreciendo muchas opciones novedosas en una continua evolución gracias a que no dejan de salir al mercado nuevos dispositivos, tecnologías y soluciones de cobro, cada uno abriendo nuevas oportunidades de negocio. Haremos un recorrido por algunos de las campañas más rentables del momento para dar a conocer las diferentes posibilidades, y los distintos ámbitos, en los que determinados tipos de campañas publicitarias pueden hacer que se optimice la rentabilidad de nuestros negocios.
Hablaremos de algunos ejemplos de promoción online; de distintos sistemas de cobro; de la publicidad en vídeo; del filón que todavía se puede explotar con las aplicaciones móviles y su publicidad; y de cómo, mediante el arbitraje publicitario, podemos maximizar la rentabilidad de nuestros contenidos y servicios.

**16.40 - 17.00**

LUTZ EMMERICH, COUNTRY MANAGER DE SPOTIFY ESPAÑA

**17.20 - 17.40**
**El móvil se come al online**
GONZALO GUZMÁN OLIETE, MARKETING & MEDIA MANAGER, YOC
Distintos estudios y previsiones señalan que en 2015 la navegación móvil habrá superado el acceso vía ordenador. Los motivos son dos. Por un lado, cada vez hay una mejor usabilidad y experiencia de usuario con los tablets y móviles inteligentes, que, a su vez, provoca una mayor fidelización, mayor consumo y, en definitiva, mayores posibilidades de mejorar el ratio de ingreso por usuario. En segundo lugar, están apareciendo muchos servicios de valor añadido basados en el contenido audiovisual, geolocalización y realidad aumentada. Vemos, pues, que Internet móvil está creciendo a una velocidad vertiginosa, y muy pronto su uso va a ser mayor que el de la navegación convencional a través de ordenadores fijos. Ahora sólo cabe hacerse una pregunta: ¿acabarán los dispositivos móviles con el internet tradicional tal como se conoce hasta ahora?

**18.00 - 18.20**
**Retargeting / Inteligencia Colectiva**
SUANYEL JIMINIAN, INTERNATIONAL AFFILIATE DIRECTOR, VEOXA
Rentabilice al máximo su tráfico en línea. Estudio de comportamiento y retargeting gracias a nuestra tecnología de inteligencia colectiva.

## Sala 24/7 Real Media - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por

**Presentador de la sala**
**Alfredo Herrera**
Director Comercial de 24/7 Real Media

**10.20 - 10.40**
**Video Branded Content; Diferencias entre publicar, emitir, distribuir y viralizar**
ALEJANDRA PASCUAL, COUNTRY MANAGER SPAIN, GOVIRAL
Con la explosión del consumo de vídeo online de los últimos años nos encontramos ante una magnífica herramienta de Marketing Digital, pero muchos profesionales se pierden entre las diferentes tipologías de vídeo y sus aplicaciones. Muchas marcas producen o disponen de ese material audiovisual pero no saben qué hacer con él o cómo conseguir lo que quieren.
Las marcas y anunciantes en general deben distinguir entre las diferentes posibilidades según los objetivos concretos que se definan con cada vídeo y con cada estrategia.
Además de proyectar una imagen y potenciar el branding de la marca, a través del vídeo podemos conseguir -con la tecnología adecuada- la interacción de los usuarios, no solo visualizar sino compartir, comentar, puntuar, etc...lo que se traduce en un beneficio clarísimo para las marcas que quieren conseguir ese valorado "engagement" con los usuarios.

**11.00 - 11.20**
**Tendencias de la publicidad Vídeo – Oportunidades para los soportes online**
GORKA ZARAUZ, EUROPEAN SALES ENGINEER, 24/7 REAL MEDIA
ALFREDO HERRERA, DIRECTOR COMERCIAL, 24/7 REAL MEDIA
Durante el pasado 2011, la publicidad de vídeo in stream en el mercado español multiplicó su inversión por dos hasta acercarse a los 25 millones de euros. Este crecimiento es directamente proporcional al incremento del consumo de contenidos audiovisuales en Internet: en España, los internautas dedican como media un cuarto de su tiempo de navegación al visionado de vídeos. Esta tendencia ofrece mayores oportunidades de nuevos ingresos publicitarios para los soportes. En esta conferencia los soportes y redes publicitarias van a descubrir las principales tendencias de la publicidad vídeo, así como a monetizar, medir y distribuir publicidad vídeo a través de las diferentes plataformas (Internet, eTablets, Móvil, IPad).

**11.40 - 12.25**
**...pero ¿en qué dices que os habéis gastado mi presupuesto?**
MIGUEL CLAVERO, MANAGING DIRECTOR, NIVORIA
Lo dice un refrán muy antiguo: "la necesidad obliga". La situación económica actual reclama un redoble de los esfuerzos en los planes de marketing para lograr el mejor ROI en las acciones.
Es necesario que los equipos de marketing y producto de cada uno de los clientes trabajen, cooperen, supervisen y exijan el máximo a sus proveedores.
En definitiva, es la hora de trabajar juntos por un objetivo común, lograr sacar hacia adelante la cuenta de resultados de cualquier compañía.
Aún son pocos los que se atreven a mirar el enorme potencial que ofrece internet frente al resto de medios. Son éstos los que lograrán adaptarse a las opciones que las estrategias digitales son capaces de ofrecer.
Producto, análisis, estrategia, desarrollo tecnológico, adaptaciones creativas específicas, selección de mix de medios para cada uno de los canales, advisoring, seguimiento de Kpi's fijados, analítica, optimización, data mining, CRM, y un largo etcetera de valores se resumen en dos principales: Conocimiento del canal e Implicación de todas las partes.

**13.00 - 13.20**
**Tendencias digitales en España 2012**
JAIME AGULLÓ, GENERAL MANAGER, COMSCORE SPAIN
Siga a Jaime Agulló, General Manager comScore Iberia, el 22 de marzo, en su revisión de los puntos claves del mundo digital, 2012: el futuro digital en España, examinando cómo evolucionan las principales tendencias en medios sociales, búsquedas, video online, publicidad digital, móvil o e-commerce que definen la situación actual y la evolución de este año.

**13.40 - 14.00**
**E-reputación. El usuario, el núcleo de nuestra estrategia**
ERIC PEYRELONGUE, MANAGING DIRECTOR, RELEVANT TRAFFIC
Hoy, cualquier empresa debería tener una presencia activa en Internet. Las posibilidades de este canal ofrecen un sinfín de alternativas para potenciar resultados, mejorar la accesibilidad, detectar nuevas necesidades y maximizar la capacidad de respuesta. Pero la naturaleza de esta potente herramienta muestra un doble filo: El usuario. Negar que el internauta tiene cada vez más influencia es totalmente ilusorio. El usuario/internauta marca las tendencias! Para él todo está al alcance de un clic y hace imprescindible controlar y medir los efectos de toda información que pueda impactar de cualquier modo una presencia en internet. El entorno del marketing online está ya asentado, tanto a nivel global como local. Esto implica que proliferen los competidores en cada vertical, contribuyendo a que el usuario busque, compare, y sin querer hacer analogías obvias, compre (o se inscriba, descargue, comente, cualquier acción esperada por él). Es más, ahora es consciente del peso que su opinión puede tener en la Red, y de cómo puede afectar a la imagen de una empresa. Hoy en día junto a la visibilidad, la "clicabilidad" y la "convertibilidad" de un sitio web aparece más obvio la necesidad integrar la eReputación, o P.R. 2.0, como complemento a las estrategias de marketing online.

**16.00 - 16.20**
**The Post PC era, para marketeers**
RUBÉN APARICIO HERNÁNDEZ, CEO, MUBIQUO
Los cambios tecnológicos que han convertido los teléfonos móviles en smartphones, transforman profundamente las posibilidades de comunicación y negocio entre las marcas y sus clientes, llevándolas a cualquier momento y lugar. En MUBIQUO creemos que no se puede tratar este nuevo medio de la misma forma que los demás.
Requiere una estrategia e implementación específicas. En MUBIQUO estamos especializados en la estrategia, producción y promoción de aplicaciones de comunicación, ofreciendo a nuestros clientes un servicio integral en cuanto a aplicaciones mobile. MUBIQUO tiene actualmente oficinas en Europa, Estados Unidos y América Latina, ofreciendo servicio a marcas de notoriedad global.
Marcas como SHELL, NESTLÉ, PLANETA DeAGOSTINI, TOUS, BANCO SABADELL, ZARA, CODORNIU, LOEWE entre otras, han confiado en MUBIQUO su presencia en el canal mobile. Si eres un brand owner o agencia te interesará ver alguno de nuestros casos sobre branded apps.

**16.40 - 17.00**
**VENDER SIN CABLES**
MARÍN EXEQUIEL ZULLIGER, PRESIDENTE - SOCIO FUNDADOR VADOVICE INTERACTIVA S.L.
La experiencia realizada por Vadovice Interactiva en sus redes ha demostrado una forma innovadora e inexplotada hasta ahora de márketing electrónico.

**17.15 - 18.00**
**Bebida clausura Correos | stand 702**
Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

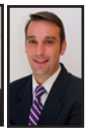
## Sala Afirma - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por afirma group

OMExpo Investor Day

**Presentador de la sala**
**Sebastián Escudero**
Consultor Sénior de Marketing, AFIRMAGROUP

**11.10 - 11.40**
**Cómo negociar una ronda de financiación en una start-up**
ANTÓN, SOCIO, GÓMEZ ACEBO & POMBO



**11.50 - 12.20**
**Principales soluciones a la hora de iniciar un negocio por internet**
JAVIER GONZÁLEZ ESPADAS, SOCIO Y RESPONSABLE OFICINA MADRID, IRWIN MITCHELL ABOGADOS
GUSTAVO CALZADO, ASOCIADO, IRWIN MITCHELL ABOGADOS
Desde Irwin Mitchell realizaremos un enfoque eminentemente práctico de cómo anticiparnos a las necesidades habituales que todo negocio, y en especial uno enfocado en las nuevas tecnologías, pueda tener. A través de casos reales que el despacho ha podido ir gestionando en estos primeros cien años de vida, presentaremos las soluciones que pudieran aplicarse a:
(i) Las necesidades que pueden surgir de los acuerdos realizados entre los miembros del equipo, haciendo especial hincapié en la transmisión de participaciones, las clausulas tag along, la propiedad del software o la posibilidad de patentar la idea.
(ii) Las necesidades que pueden surgir de las relaciones con los inversores, financiadores y acreedores, en especial, los efectos de los avales y garantías, la responsabilidad de la empresa, socios y/o administradores y los nuevos delitos societarios a evitar.
(iii) Las necesidades que pueden surgir con clientes y terceros, como pueden ser los plagios de ideas, el "robo" de clientes, la competencia desleal y la aplicación de la Legislación de Protección de Datos y de Servicios de la Sociedad de la Información.

**12.30 - 13.00**
**El Ecosistema financiero para las start ups Internet y sus fuentes de financiación**
CONSTANTINO GOMEZ LAVIN, SOCIO
ARCANO VALORES AV, SAU

**ACCESO SÓLO PARA EL JURADO Y LOS FINALISTAS**

**14.30 - 17.00**
**Presentación general (8 min) de 10 empresas seleccionadas**

**17.45 - 18.00**
**Ceremonia de premios del concurso de start-ups y entrega de cheque de 30.000 € al ganador**

**18.00 - 19.00**
**Cocktail (SALA VIP) Jurado , Finalista y Sponsors**

## OMExpo en el Móvil

Puedes consultar la lista de expositores y seguir la agenda de ponencias.

Con tu smartphone y acceso a Internet, también puedes acceder a estos contenidos desde http://m.omexpo.com/

## Sala Afirma - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por afirma group

**Presentador de la sala**
**Sebastián Escudero**
Consultor Sénior de Marketing, AFIRMAGROUP

**10.30 - 10.50**
**Tu negocio exige Fibra**
DAVID ROMERO GONZALEZ, DIRECTOR MARKETING PYMES, ONO
Los autónomos y las pequeñas y medianas empresas necesitan ahora más que nunca apostar por la productividad y competitividad. Para ello han de dotarse de las modernas y efectivas plataformas tecnológicas. Ono , con su red de más de 45.000 km de fibra óptica, ofrece conexiones a Internet y servicios de valor añadido que ayudan a las pequeñas empresas y autónomos a hacer más sencillos y rentables sus negocios.

**11.00 - 11.20**
**7 claves para incrementar la efectividad de las campañas online**
JULIETA RODRÍGUEZ VEDOYA, PRODUCT MANAGER, E-PLANNING
En un ecosistema de soportes online diversificados y de usuarios cada vez menos reactivo a la publicidad es imprescindible llegar con una propuesta disruptiva que trascienda las barreras de atención de los cibernautas. La tecnología de adserver es una herramienta clave para incrementar el CTR y la tasa de conversión de las acciones online. Las soluciones de e-planning permiten integrar durante la vida de la campaña diversidad de estrategias y recursos como behavioral targeting, mobile advertising, social media, rich media, retargeting, database marketing y optimización inteligente. Las mediciones del adserver en tiempo real acompañarán a los decisores durante todo el transcurso de la campaña, dotándolos de información precisa para direccionar el curso de las acciones hacia los mejores resultados. La nueva versión de e-planning conjuga en una interfaz, todas las herramientas para el éxito de las campañas online.

**11.30 - 11.50**
**Un eMail marketing con mucho futuro**
MÓNICA PÉREZ MATEO, ACCOUNT MANAGER, SCHOBER PDM IBERIA
….¡Vienen pisando fuerte las redes sociales! Pero también nos van a ayudar a que el email marketing perdure en las estrategias de marketing on line de cualquier anunciante que se precie, ya que son complementarios. El email marketing siempre se ha adaptado a todos los terrenos: el paso del tiempo y la multicanalidad lo han consolidado, y aquí seguimos…

**12.00 - 12.20**
**Aprende a vender más sin bajar los precios (gracias a internet)**
LUIS MONGE MALO, CO-FUNDADOR Y DIRECTOR COMERCIAL, CLEVER CONSULTING
Descubre los 9 trucos más utilizados por las nuevas empresas de éxito en Estados Unidos Aprende 10 pasos probados que las agencias de publicidad utilizan para convencer al consumidor ¿Por qué hay gente con pocos recursos dispuesta a pagar 500€ por un iPad o un iPhone mientras a ti te regatean los precios?
¿Te gustaría conocer qué error hizo que una empresa de Arizona agotara su stock en un solo fin de semana?
¿Sabías que esos aburridos anuncios de detergentes son los que más venden?
¿Conoces la estrategia que consiguió que las perlas negras pasarán de ser un producto fracasado a convertirse en una de las joyas más cotizadas?
Parece lógico pensar que una bajada de precio aumentará las ventas. Al fin y al cabo la demanda es proporcional al precio… ¿o no?
Antes de bajar el precio asegúrate que has intentado todas las estrategias que hacen que tu marca y tus productos resulten más atractivos y persuasivos.
Después de hacerlo quizás ya no necesites bajar el precio, o al menos no tanto.
¡Incluso puede que tu negocio sea más rentable con precios más altos!
En esta charla te contaré cuales son esas estrategias para que las puedas utilizar en tu negocio inmediatamente.

**12.30 - 12.50**
**Twitter profesional en 4 pasos**
PEDRO ROJAS, DIRECTOR DE SOCIAL MEDIA, INESDI
Los 4 elementos fundamentales que permiten mejorar el uso de twitter con fines profesionales. Una visión práctica sobre el complejo arte del microblogging en la era del Social Media.

**13.00 - 13.20**
**Marketing Automation: la clave para generar más oportunidades a menor coste**
YOLANDA RODRÍGUEZ, SOCIO-DIRECTOR DE AFIRMAGROUP
Es imprescindible generar más oportunidades de venta pero también acortar el tiempo de preventa, además de hacerlo con los mismos recursos o menos. ¿Cómo lograrlo? Implementando una estrategia de automatización en la maquinaria de marketing que nos permita:
Información sobre los resultados de campañas / Capacidad de reacción y toma de decisiones / Interacción con el consumidor-visitante / Cualificación de oportunidades de venta / Gestión del tiempo de preventa

**13.30 - 14.00**
**Estrategias de performance marketing mediante Real Time Bidding (RTB)**
FERNANDO DEL REY DE VALDENEBRO, MANAGING DIRECTOR DQ&A MEDIA GROUP SPAIN
En los últimos años la compra de medios onlne ha sufrido una revolución, ya no solo se impacta a usuarios online que visitan un determinado site en función de su temática o bajo datos de panelistas si no que la tecnología está haciendo posible que un anunciante pueda impactar a su target de una manera selectiva y comprando exclusivamente aquellos impactos que le puedan aportar mayor ROI. Este avance tecnológico esta facilitando una nueva estrategia de compra de medios, compatible en el 100% de los casos con la compra de medios online tradicional. En Dq&a media group contamos con esta nueva filosofía de compra de medios para que tu estrategia online sea óptima.

**15.00 - 15.20**
**How does Customer Intention impacts your online sales?**
ANDRÉ AMORIM, BUSINESS DEVELOPER EU, ADCLICK
How to create a powerful database with customers who are interested in our products and causes? Our R&D department arrived to the conclusion that the most efficient lead generation solutions are (1) segmented by verticals, which means that consumers go to our sites or microsites, because they are concerned with a subject or they want something specific, which also means all leads need to be (2) non incentivized, eg, people are genuine when they leave their contact on landing pages or portals always in a (3) Optin mode. These three characteristics result on AdClick's clients sales success!
AdClick is a Performance's Digital Marketing Company specialized in Lead Generation. Our mission is to generate business for our clients through digital marketing solutions in a results oriented basis. Our values are, (1) sustainability - we work for performance; (2) creativeness - we have to make the difference in the internet environment; (3) relevance - we must grab consumer interest to satisfy our clients; and, (4) passion - we have passion for conversions.

**15.30 - 15.50**

**Gobierno Abierto y Nuevas Tecnologías. El cambio ha llegado a la política**

GUZMÁN M. GARMENDIA PÉREZ, DIRECTOR GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS, GOBIERNO DE NAVARRA

El Gobierno Abierto, también conocido como Open Government en el mundo anglosajón, es la forma necesaria de gobernar, situando al ciudadano en el centro de la toma de decisión. La popularización de las redes sociales y la irrupción de los dispositivos móviles en la vida cotidiana, hace imprescindible que los gobiernos se adapten a la realidad de hoy situándose ahí donde están los ciudadanos. El Gobierno de Navarra, a través de su Dirección General de Gobierno Abierto y Nuevas Tecnologías, está utilizando todos estos canales para contrastar con los máximos implicados la acción de gobierno, abriéndose a la consulta en redes sociales y foros presenciales, comprometiéndose, como así está siendo demandado, con la creación de riqueza liberando datos (Open Data), apostando por el software libre, conversando de forma fluida y trabajando por romper la barrera que se separa la administración del contribuyente, como por ejemplo, con innovadoras aplicaciones móviles en las que cualquier usuario que se encuentre en territorio navarro puede denunciar una incidencia. Basándose en las directrices ya marcadas por gobiernos como el de Nueva York, Boston o Philadelphia, están elaborando la 'Hoja de Ruta del Gobierno Abierto de Navarra', un documento vivo con las aportaciones que han ido recopilando de los ciudadanos que han intervenido en los foros presenciales, redes sociales, teléfono o email. Un documento colaborativo, que resumen más de 1.200 propuestas, que serán la guía de acción del Gobierno Abierto en Navarra.

**16.00 - 16.20**

**Tabletas y Smartphones: Los nuevos usos de la realidad Aumentada en móviles**

GASPARD CHEVALLIER, DIRECTOR DE VENTAS DE LA RED DE PARTNERS EMEA Y LATAM, TOTAL IMMERSION

Con el despliegue a gran escala de tabletas y smartphones, la realidad aumentada se impone como una tecnología establecida para los probadores virtuales, el comercio digital y las acciones de Marketing digital. Con más de 1200 proyectos realizados en 2 años cuyo 70% con una dimensión móvil, Total Immersion, líder mundial en Realidad Aumentada, presentará en esta Conferencia los factores clave para el éxito de la utilización de esta tecnología en aplicaciones móviles. Presentaremos a través de demostraciones en vivo y casos prácticos, las campañas más impactantes de 2011. Por otra parte, compartiremos nuestra visión para 2012 con nuevos usos como el probador virtual y el "user generated content". La sesión terminará por una sesión de preguntas y respuestas.

**16.30 - 16.50**

**Optimización de resultados en campañas móviles: más allá del premium display**

NOELIA AMOEDO CASQUEIRO, CEO, MEDIASMART MOBILE

La publicidad en el móvil ha ido siempre unos pasos por detrás de la publicidad en el PC porque, a pesar de sus muchas y obvias ventajas, la complejidad del ecosistema móvil ha puesto freno a muchos de los avances que se han producido en internet.

En esta ponencia describiremos cual es la situación del mercado de publicidad en el móvil en España, centrándonos específicamente en display, y describiremos la oportunidad que se abre para la publicidad display non-premium, área en la que se centra el negocio de MediaSmart.

**17.15 - 18.00**

**Bebida clausura Correos | stand 702**

Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Seminarios MMA - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por MOBILE MARKETING ASSOCIATION

**11.00 - 11.15**
**Presentación MMA**
CRISTINA RECUERO, PRESIDENTA DE MMA SPAIN

**11.15 - 11:45**
**El móvil, la era de las nuevas audiencias**
RUTH BAREÑO, GENERAL MANAGER MADVERTISE ESPAÑA
El nuevo medio como parte del cambio en los hábitos de los consumidores en su tiempo libre. La movilidad es clave en la creación de nuevas audiencias. Invertir en el móvil se hace necesario para llegar a determinados targets publicitarios.

**11.45 - 12.15**
**VIYOI.TV: ¡Tu anuncio en sus manos!**
JAVIER CORRERO, CCO FROGGIE
En "Tu anuncio en sus manos" conversaremos sobre cómo puede una marca colocar su spot publicitario en el móvil del usuario en vídeo bajo demanda, en directo o en broadcasting y los formatos que puede utilizar según el objetivo de su campaña.

**12.30 - 13.00**
**La evolución de las apps móviles y su integración con la tv interactiva**
JAVIER FONCILLAS, CEO DE POCKET WIDGET
La convergencia del móvil con la tv y su uso ésta de tal manera que facilita nuevos modelos de negocio para anunciantes y broadcasters.

**13.15 - 13.45**
**Perdiendo el miedo al Mobile Marketing**
BORJA BENEYTO - DIRECTOR LIQUID THREAD (STARCOM MEDIAVEST GROUP)
Repaso del histórico y la situación actual del Mobile MKT en España. Evolución de la disciplina en las agencias de medios. El momento es ahora.

**13.45 - 14.15**
**Estrategias para la monetización de Apps**
ANTONIO RUMEU, DIRECTOR GENERAL DE MALCOM
Hoy en día, para convertir una app en negocio, no basta con centrarse en el desarrollo. Primero hay invertir en marketing y comunicación para el lanzamiento. Además, una vez las aplicaciones móviles se publican, el "juego" no ha hecho más que empezar.
El usuario final tiende a usar una app durante poco tiempo después de su descarga (según datos de mercado, el mes siguiente a la descarga los usuarios únicos caen más de un 60%), para luego irla olvidando progresivamente hasta que termina borrándola del dispositivo
Así, las nuevas plataformas móviles no sólo consisten en "estar" en el móvil, también hay que mantenerse y saber sacar todo el jugo a las apps
La ponencia se centrará en las diferentes técnicas de monetización de apps de cara a maximizar su potencial: apps de pago precio, publicidad, venta cruzada, notificaciones push, in-apps, subscripciones, etc.

**14.30 - 15.00**
**¿Es rentable el mobile Marketing?**
DAVID HUESO GUTIÉRREZ, DIRECTOR DE MARKETING DE QUSTODIAN
El uso normalizado de Internet móvil, ha provocado un cambio en el consumo de medios. Además la inmediatez del medio y las posibilidades creativas han creado un nuevo vínculo entre usuarios y marcas. Pero ¿Es rentable realizar campañas en el canal móvil?

**15.15 - 15.45**
**Redes sociales, ¿Enemigo o aliado de la empresa?**
RUBÉN CID PELÁEZ, RESPONSABLE SOLUCIONES CRM SAP IBERIA
Muchos se cuestionan o al menos se preguntan por el ROI (Return On Investment) de las redes sociales en las empresas. En esta ponencia trataremos 2 tipos de ROI (Return On Investment & Return On Ignoring) de las redes sociales y cómo realizar gracias a ellas un marketing más personalizado y preciso.

**16.00 - 16.30**
**Cómo crecen los negocios con los códigos QR**
SERGIO FERNÁNDEZ DE TEJADA, RESPONSABLE DE DESARROLLO DE NEGOCIO DE SCANBUY ESPAÑA
Los códigos QR no sólo son un puente entre el mundo físico y el digital, sino que permiten aportar soluciones de negocio inteligentes en los terminales móviles de los usuarios, tales como: soluciones de trazabilidad, pagos, cupones... Todo tan sólo a un escaneo.

**16.45 - 17.15**
**El amor entre la TV y el medio móvil**
ÁLVARO DEL CASTILLO, FUNDADOR Y CEO DE TAPTAP NETWORKS
Hablando de nuevas tendencias en el consumo de medios, estamos viviendo la irrupción del medio móvil en el día a día de cada uno de nosotros. La fragmentación de audiencia consecuente de este fenómeno, complica la labor de comunicación y marketing de las marcas. Aumenta la importancia de las sinergias entre los medios y de las capacidades de segmentación en cada campaña. Un caso de claro éxito es la recién premiada unión de TV con móvil a través de la popular aplicación Shazam en los anuncios de Old Navy en USA.
La unión de ambos medios consigue alcanzar el objetivo de branding de la campaña y al mismo tiempo permite la venta directa desde el spot de TV.

**17.30 - 18.00**
**El futuro de las TVs a través del mobile**
JAVIER SÁNCHEZ, DIRECTOR GENERAL DE MOBI TARGETS
Cómo las televisiones autonómicas están adaptando sus contenidos a los dispositivos smartphone y tabletas. Fórmulas para generar nuevos ingresos. Público premium y su comportamiento.

## Seminarios MMA - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por MOBILEMARKETINGASSOCIATION

**11.00 - 11.30**
**MARKETING ONLINE: MOBILE MARKETING**
JUANJO LÓPEZ, CEO DE ROYAL COMUNICACIÓN
JUANJO POLO, RESPONSABLE SEM DE ROYAL COMUNICACIÓN
FRAN VAZQUEZ, RESPONSABLE DE REDES SOCIALES DE ROYAL COMUNICACIÓN
CARLOS PÉREZ, RESPONSABLE DE E-COMMERCE EN ROYAL COMUNICACIÓN
Durante esta ponencia se hablará de la importancia del mobile marketing en una estrategia de marketing online. El comercio electrónico móvil. Seo apps. Y casos reales.

**11.45 - 12.15**
**Conectando con el consumidor móvil**
TEBA LORENZO, DIRECTORA DE VENTAS DE YAHOO! ESPAÑA
¿Cómo está cambiando nuestra vida cotidiana la introducción de dispositivos móviles? ¿Cómo y dónde consumimos Internet? ¿Qué contenidos? Y, ¿cómo pueden aprovechar las marcas estos nuevos recursos para acercarse al consumidor? No nos engañemos, no existen fórmulas mágicas, pero desde Yahoo! podemos darte una muy buena aproximación de las tendencias y soluciones disponibles en el mercado. ¡No te pierdas en el camino hacia la estrategia multipantalla!

**12.30 - 13.00**
**Integrado, aún mejor**
SASCHA KRAFT, DIRECTOR DE DESARROLLO DIGITAL SHACKLETON
Muestra ejemplos de cómo el uso creativo de las posibilidades del Móbile Marketing y su integración en campañas y procesos "tradicionales" puede aportar un valor importante.

**13.15 - 13.45**
**El ABC para crear iPhone & iPad apps**
MIZTI TORRES, LUNAVE
¿Cuáles son los pasos básicos y fundamentales que debe seguir un individuo y/o una empresa para el desarrollo de un APP?

**14.00 - 14.30**
**Campañas Cross Media - La publicidad Móvil dentro de la estrategia publicitaria**
MARIAN BURGOS, GERENTE DE PUBLICIDAD INTERACTIVA 2006
Exposición de un caso práctico sobre una campaña publicitaria, donde la publicidad móvil formó parte de ella, así como el uso de medios publicitarios digitales para la difusión de productos móviles.

**14.45 - 15.15**
**Aplicaciones Móviles: Diferenciación de las marcas a través de la Innovación**
SERGIO LLORENS, DIRECTOR GENERAL GIGIGO
Con más de 300.000 aplicaciones móviles disponibles para las diferentes plataformas móviles y todas las marcas con un objetivo de diferenciarse, es la hora de convertirse en objeto de deseo por parte de los consumidores en entornos móviles. La clave es la innovación, sorprendiendo a los usuarios con nuevas herramientas como la realidad aumentada, el reconocimiento de imágenes que nos permitan establecer vínculos emocionales entre la marca y el consumidor.

**15.15 - 15.45**
**Cómo Promocionar Apps**
RAMIRO SIRVENT, MOBILE DIRECTOR HI MEDIA & RESPONSABLE DE LA COMISIÓN MMA SOBRE APPS MÓVILES
Case Study: App de "El Libro blanco de Apps" La gran mayoría de las aplicaciones que salen a la luz en nuestros días no logran conectar con los usuarios para los que realmente fueron diseñadas. En esta ponencia, esencialmente práctica, se nos mostrará cómo promocionar una aplicación de una manera óptima a través de las pistas que nos dejó la promoción de la app creada para la difusión de "El libro blanco de Apps".

**16.00 - 16.30**
**Medición de Audiencias de Móvil**
VICTOR MOLERO, DIRECTOR DEL OBSERVATORIO DE PRÁCTICAS DE MARKETING DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
Se hablará de por qué son necesarios los sistemas de medición de audiencias móviles, qué alternativas existen, cuáles son las últimas soluciones en este campo.

**16.45 - 17.15**
**Soluciones de Realidad Aumentada para marketing on-line, E-Commerce y M-Commerce**
FÁTIMA ACIÉN MARTÍNEZ, SOCIA CO-FUNDADORA Y CEO ARPA SOLUTIONS
La empresa Arpa Solutions, con más de 6 años de experiencia en el desarrollo de soluciones, productos y proyectos de Realidad Aumentada, más de 250 proyectos realizados en áreas como museos, marketing, publicidad, e-commerce o fabricación industrial, y con una amplia red de partners a nivel internacional, propietaria de una plataforma software patentada de Realidad Aumentada, DARAM, es una empresa pionera a nivel mundial en el desarrollo y comercialización de soluciones Realidad Aumentada. En esta charla, la empresa realizará un recorrido por el valor añadido que aportan estas soluciones para los mercados de e-commerce, m-commerce, marketing on-line y marketing móvil.

**17.30 - 18.00**
**Monetización de aplicaciones móviles**
JUAN MARÍA SÁNCHEZ, CO-FOUNDER & CEO, MOBALOO
Cómo sacar el máximo rendimiento a tu aplicación monetizándola con publicidad. Existen varias opciones disponibles en el mercado pero explicaremos cómo optimizarlas para que obtengas los mejores ingresos.

CORREOS

**17.15 - 18.00**
**Bebida clausura Correos | stand 702**
Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Seminarios OMExpo - miércoles 21 de marzo

Seminarios de:

**10.00 - 10.45**
**Novedades en torno a la regulación de la publicidad en Internet: en especial, la publicidad comportamental**
CHARO FERNANDO MAGARZO, SUBDIRECTORA GENERAL DE AUTOCONTROL PROFESORA TITULAR INTERINA DE DERECHO MERCANTIL UCM
La publicidad en Internet está sometida a restricciones derivadas de distintas normas. Su conocimiento es imprescindible para todos aquellos que desarrollan esa actividad publicitaria en el ámbito digital. En la presente ponencia se darán a conocer los aspectos esenciales de esta normativa legal y deontológica, con especial atención a la regulación de la publicidad comportamental, tema de máxima actualidad.

**11.00 - 11:15**
**NetRadar: claves para potenciar el recuerdo publicitario en Internet**
PILAR MERCHANTE, DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN, ZENITHOPTIMEDIA
PHILIPP FÜRST, DIRECTOR GENERAL BARCELONA, ZENITHOPTIMEDIA
ASSOCIACIÓ EMPRESARIAL DE PUBLICITAT

**12.00 - 12.45**
**Branding y apps en Spotify**
MANUEL PUIG Y KATIA YAKOVLEVA, KEY ACCOUNT MANAGERS EN SPOTIFY ESPAÑA
En los últimos 3 años, en los que Spotify lleva operando en España, hemos recorrido un gran camino con muchos cambios y mejoras. A día de hoy contamos con más de 10 millones de usuarios activos en los 12 países dónde tenemos presencia, hemos hecho una integración con Facebook y nos hemos convertido en una plataforma, permitiendo que terceros desarrollen innovadoras e interactivas aplicaciones basadas en la música.

**13.00 - 13.45**
**Las Mejores Campañas en Spotify**
RUBÉN IRISARRI Y RODRIGO GONZÁLEZ LAMA, KEY ACCOUNT MANAGERS EN SPOTIFY ESPAÑA
Resumen de las campañas más espectaculares, las acciones especiales más creativas e innovadoras y los casos prácticos con mejores resultados que se han hecho integrando la plataforma Spotify en todo el mundo.

**16.00 - 16.20**
**Que no hacer en publicidad online**
MANUEL MERCADER, SOCIO DIRECTOR, ONTWICE
En el entorno actual, en el cual cada vez los medios están más fragmentados, las redes sociales toman el protagonismo y el usuario obtiene el poder sobre las marcas, veremos cuáles son los principales errores a evitar y los aspectos clave para conseguir un plan de marketing digital integrado, optimizado y exitoso.

**16.25 - 16.45**
**Periodismo 1.0, 2.0 y 3.0**
ENRIQUE INFANTE, DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA, LAINFORMACION.COM
Sabemos todo lo que Internet y las nuevas tecnologías ha cambiado los medios de comunicación, a sus lectores y a los anunciantes. ¿Pero nos hemos parado a pensar en lo que está por llegar? ¿Cuál será el papel de los periodistas, los usuarios y los robots en el ecosistema informativo del futuro?

**16.55 - 17.15**
**Tendencias creativas en los medios sociales para 2012**
LUIS VEGAS, SOCIO DIRECTOR, ONTWICE
rataremos la evolución creativa de los medios sociales, las tendencias para este año y como los nuevos medios sociales están cambiando las estrategias de comunicación de las marcas. Comentaremos que se debe y que no se debe hacer en las redes sociales como plataforma de comunicación.

**17.25 - 17.50**
**Una verdad y cinco mentiras sobre Social Media**
ANDRÉS ÁLVAREZ
El ROI, la analítica, su relación con el comercio electrónico, su integración en la estructura de una empresa, su relación con las nuevas tendencias... haremos un repaso a la realidad del Social Media hoy, sus verdades y mentiras, y cómo aprovechar unas y otras para sacar el máximo rendimiento a la inversión.

**18.05 - 18.25**
**Transformando la forma en la que se construyen las marcas**
ALEJANDRO ESTÉVEZ, SOCIO, WINK TTD
Desde la perspectiva de medios, en la primera década del S.XX hemos asistido a la revolución digital, la irrupción de Internet, las líneas de división entre Off&Online y su posterior desaparición para dar paso al Bought, Earned y Owned Media.
Muchos cambios para unos pocos años, y sin embargo no son nada comparados con los cambios que nos traerán los próximos 5 años. Y en este nuevo entorno, todos y cada uno de nosotros debemos preguntarnos...¿tengo yo las capacidades adecuadas para dominar estas nuevas reglas del juego?

**18.30 - 18.50**
**RTB - Real Time Bidding**
MARCO KLOOTS, CEO, CLICKDISTRICT
With realtime bidding the online advertising landscape has become even more complex and Marco Kloots, will discuss the impact on the market. Topics include the basics of Real Time Bidding (RTB), the dynamics behind the technology and the impact on the market. How do advertisers and publishers maximize their value from RTB?

## Seminarios OMExpo - jueves 22 de marzo

Seminarios de:

**10.00 - 10.25**
**Empleo y desarrollo profesional en tiempos de crisis**
PILAR TRUCIOS, PERIODISTA Y MBA DEL IESE
Desarrollar la propia carrera profesional pasa por reflexionar sobre quién soy yo, para qué sirvo y qué quiero ser de mayor. A partir de ahí, debo trazarme un plan que pase por otear el mercado y analizarlo. Basado en estos principios, especialmente en tiempos de crisis, en esta ponencia aprenderemos a conocer los perfiles más buscados y cómo movernos para encontrar trabajo.

**10.30 - 10.50**
**Análisis y monitorización en un plan de social media**
FERNANDO CARRIÓN, HEAD OF PLANNING AND STRATEGY EN YAHOO! Y COORDINADOR DEL ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN ANALYTICS EN THE VALLEY DIGITAL BUSINESS SCHOOL
En la elaboración de un plan de marketing, tanto a nivel estratégico como táctico, la medición juega un papel clave. En esta ponencia veremos cómo desarrollar análisis antes, durante y después de las acciones de marketing. La monitorización, segmentación de usuarios y evolución de los comentarios es clave si queremos tener éxito en un plan de Social Media.

**11.15 - 11.35**
**Emprender en Internet en España**
LUIS MONSERRATE, CEO, HOMING.COM
Está en boca de todos la necesidad de potenciar al emprendedor pero ¿qué posibilidades tiene? ¿cuáles son los principales obstáculos? ¿quiénes ayudan realmente?En esta ponencia Luis nos contará su propia experiencia tras 3 años al frente de homing.com, una start up española.

**11.40 - 12.00**
**Mobile Business: Tres ideas para sacarle partido**
LUIS ESTEBAN, CEO, NETBOOSTER
Mobile lleva siendo la palabra de moda desde hace cuánto... ¿10 años? Hoy en día ya representa una realidad en el mundo de los negocios y del Marketing. La inversión en España de Mobile Advertising ha supuesto 14,32MM de Euros según IAB y 29MM de Euros según MMA: en ambos casos supone crecimientos por encima del 40%. Es supone la creación de industria en la que las empresas deben participar. En esta ponencia hablaremos de cómo hacerlo y cuáles son las principales ideas para sacarle partido.

**12.05 - 12.25**
**Cómo hacer campañas efectivas sin presupuesto**
MARIANO KLEIN, DIRECTOR CREATIVO EJECUTIVO, TERRITORIO CREATIVO
¿Qué podemos hacer en Facebook? ¿cómo utilizamos Twitter? ¿debemos hacer una campaña en Pinterest? La notoriedad, captación y fidelización de clientes en las redes sociales es el objetivo, pero... ¿cómo empezamos? ¿qué hacemos? En esta ponencia hablaremos de la importancia de comprender el engagement y maximizar la creatividad es esencial para ejecutar campañas de éxito.

**12.55 - 13.15**
**Social Commerce**
NACHO SOMALO, DIRECTOR DE MERCADO EUROPEO, ALICE.COM
La revolución que ha llegado y transformado Internet a través de las redes sociales todavía no ha transformado el comercio electrónico de forma significativa, pero sin duda lo hará, y más pronto que tarde. Estamos en plena transformación del e-commerce 1.0 al 2.0, y el cambio no es menor sino muy significativo.
El Social Commerce, unión de e-commerce y Social Media, se ha convertido ya en una realidad con unas atractivas perspectivas de crecimiento: hasta 30.000 millones de dólares en 2015, según los últimos estudios. Esta realidad avanza con ritmo imparable también en España. En esta ponencia nos plantearemos la pregunta, ¿estás listo para abordar este reto?

**17.15 - 18.00**
**Bebida clausura Correos | stand 702**
Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Sala Correos - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por CORREOS

**10.15 - 10.45**

**Visa y el comercio electrónico seguro**

*JOSÉ CARBAJOSA, DIRECTOR GENERAL EN ESPAÑA, VISA*

Más de la mitad de las operaciones de comercio electrónico que se realizan en Europa y en España se llevan a cabo con tarjetas Visa. Durante esta presentación, desvelaremos las claves para que las compras en Internet se realicen de una forma segura, sencilla y cómoda. La confianza del consumidor es la llave para generar ventas on-line.

**11.00 - 11.30**

**La revolución del eCommerce: Cómo pasar de la venta Offline a la venta Online**

*JOSE LUIS FERRERO, SENIOR MANAGER ECOMMERCE, PHILIPS*

*JORGE GONZALEZ MARCOS, DIRECTOR E-COMMERCE Y DIRECTOR DE MARKETING DE JULIÁN MARTIN*

La experiencia de dos compañías con tradición en el mercado español que han realizado la travesía de comenzar a vender sus productos en el canal Online sin comprometer el presente en la venta en canales tradicionales. Análisis de los principales subcanales dentro de los eCommerce en España para los sectores de Alimentación y Electrónica. Julián Martin es el fabricante de productos Ibéricos con origen en Guijuelo y líder en el segmento de Jamón Ibérico en España y Portugal. Philips es la Multinacional holandesa presente en los sectores de Iluminación, Sistemas Médicos y Productos de Consumo.

**11.45 - 12.15**

**Cycleon-Correos y su Logística Inversa. Colaboración de éxito en el mundo del e-commerce**

*MARÍA DOLORES BUENO MUÑOZ, CLIENT IMPLEMENTATION MANAGER, CYCLEON*

*GEMMA ENJUTO ESTEBARANZ, INTERNATIONAL KEY ACCOUNT MANAGER, CORREOS*

Cycleon es la empresa líder en la gestión end-to-end de las devoluciones (gestión del ciclo completo), ofreciendo soluciones personalizadas de devolución para cualquier producto o servicio tanto a consumidores como a empresas. Desde el año 2006, Cycleon apostó por Correos en el servicio de devoluciones, de forma que el usuario puede acudir a cualquiera de las diez mil oficinas de Correos de toda España para el depósito gratuito de sus paquetes y posterior entrega por parte de Correos en el almacén de Cycleon.

Chequeos de contenido y otros servicios de valor añadido se llevan a cabo en el almacén y las devoluciones, una vez consolidadas, se transportan a diversos destinos tanto en España como en el resto de Europa. Cycleon también se ocupa del envío de productos de reemplazo. El negocio de Cycleon en España ha crecido exponencialmente desde el principio de la colaboración con Correos, y ha quedado demostrado el gran valor añadido que aporta a empresas e-commerce con gran renombre.

**12.30 - 13.00**

**Consumidor Multicanal. Evolución del Comportamiento de los Consumidores Online a nivel Global**

*RICARDO SÁNCHEZ DÍAZ, GLOBAL HEAD OF ECOMMERCE, CAMPER (IPG)*

El Comportamiento de los Consumidores Online a nivel Global está evolucionando rápidamente debido a las infinitas fuentes de información de la que disponen hoy en día, los altos niveles de servicio y a la posibilidad de comprar desde cualquier canal vía múltiples dispositivos.

Una de las cuestiones principales a medio plazo de cualquier estrategia eCommerce es entender dicha Evolución en sus diferentes vertientes y Prever su impacto.

**13.15 - 13.45**

**e-commerce como estrategia de expansión desde la óptica de vente-privee.com**

*FERNANDO MAUDO, DIRECTOR GENERAL, VENTE-PRIVEE.COM*

En los últimos años Internet ha impulsado un nuevo escenario de una revolución digital que ha cambiado nuestras formas de hacer y relacionarnos. El consumidor ha logrado tener más libertad que nunca. El nuevo patrón del consumo digital tiene en cuenta más que nunca la oferta y la calidad del servicio.

El e-commerce abre la puerta a la expansión de las marcas, acompañándolas en sus estrategias comerciales. Desde hace más de una década, vente-privee.com se ha basado precisamente en la calidad de producto y servicio para crear una experiencia de digital shopping completamente diferente. Creadora del modelo de negocio de club privado de ventas online, vente-privee.com ha alimentado su ADN con la creatividad, imaginación, innovación, responsabilidad, diseño o confianza.

Sus claves para facturar hoy más de mil millones de euros y ser el primer pure player de comercio electrónico en Europa no han sido otras que centrarse en crear valor para las marcas con las que colabora para llevar al usuario un producto final de calidad (B2B2C). Ha logrado diversificar sus productos lanzando nuevos servicios como Rosedeal o Digital Commerce Factory y seguir innovando de cara al usuario, apostando por nuevos canales de compra móvil.

**15.00 - 15.30**

**El fenómeno de las ofertas en Internet: un caso práctico en eCommerce más allá de la tecnología**

*JORGE CARULLA, DIRECTOR GENERAL ESPAÑA, TRAVELZOO*

Las ofertas online han sido el inicio, pero la especialización y la calidad de los contenidos son las palancas que deben permitir la evolución de este nuevo modelo de negocio hacia nuevos retos. La industria turística ya ha tomado buena nota de ello.

**15.45 - 16.15**

**Cómo el móvil ha revolucionado el turismo**

*PEDRO JAREÑO, DIRECTOR DE MARKETING DE MINUBE.COM*

**16.30 - 17.00**

**Mesa Redonda**

**Un mundo de compras al alcance de la mano**

*MODERADOR: RUTH BAREÑO, VICEPRESIDENTA MMA & GENERAL MANAGER MADVERTISE ESPAÑA*

*BORJA MARINAS, CO-DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO EN GIGIGO*

*JAVIER CORRERO, CCO EN FROGGIE*

*EDUARDO FERNÁNDEZ, GENERAL DIRECTOR, SPAIN EN LUMATA*

*IBO SANZ GENERAL MANAGER MOBILE COMMERCE DE VODAFONE*

*ÁLVARO DEL CASTILLO, FUNDADOR Y CEO DE TAPTAP NETWORKS*

*DANIEL SHAIKH, HEAD OF YOC SPAIN AT YOC AG*

**17.15 - 17.45**

**ALICE.ES: Cambiando la relación entre marcas y consumidores**

*NACHO SOMALO, PRESIDENTE ALICE.COM PARA EUROPA*

Alice, el club de compra inteligente para el hogar, ofrece a las marcas una plataforma de servicios que les permite gestionar una relación 360º con los consumidores y convertilos en clientes.

**18.00 - 18.30**

**Caso de éxito Groupon**

*BORIS HAGENEY, CEO DE GROUPON ESPAÑA, PORTUGAL E ITALIA*

Groupon opera en España desde marzo de 2010, y lidera el mercado de la compra colectiva a través de ofrecer descuentos en actividades de ocio, restauración, belleza, salud, viajes, productos, etc. en las principales ciudades de España y en todo el mundo.

Groupon combina a la perfección ofertas online con servicios offline, consiguiendo una situación en la que el Socio, el usuario y Groupon ganan. Para el Socio salir publicado en www.groupon.es es gratuito y le permite alcanzar un target dinámico y atractivo. Groupon es la guía de referencia diaria de millones de españoles para vivir su ciudad al mejor precio y descubrir nuevas experiencias cada día.

## Sala Correos - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por CORREOS

**10.15 - 10.45**

**Integración entre clientes y operadores logísticos en el ámbito del e-commerce**

*JUAN ARA, DIRECTOR DE TI, MRW LOGÍSTICA AVANZADA, MRW*

Dentro de la charla abordaré la problemática de la integración entre los operadores logísticos y sus clientes dentro del ámbito del e-commerce: Los operadores logísticos deben dejar de ser una caja negra para estar completamente integrados con sus clientes de forma que se consiga la mayor eficiencia posible trabajando de forma conjunta mediante relaciones de colaboración dentro de la gestión de la Supply Chain

**11.00 - 11.30**

**How "social" is today's consumer and what's trending as the next shopping experience?**

*ANNE SAMAK DE LA CERDA, FO OF LEGUIDE.COM GROUP*

How "social" is today's consumer and what's trending as the next shopping experience? Do you think Facebook and mobile shopping apps are the main contributors in today's social shopping experience? Some suggestions to strengthen your approach to social shopping and monetize the consumer's voice through social and comparison platforms.

**11.45 - 12.15**

**El Observatorio de Internet: analizando los derechos y obligaciones en la Red**

*ANTÓN ALLER LÓPEZ, DIRECTOR DEL OBSERVATORIO DE INTERNET*

Informar a consumidores y comerciantes de las mejores prácticas, obligaciones y derechos de todos cuando se navega en Internet.

**12.30 - 13.00**

**Cómo capturar, analizar y amplificar la voz del Cliente con la ayuda del comercio social, y cuáles son los beneficios para la empresa**

*GONZALO HIGUERAS HARE, EUROPEAN PARTNERSHIPS DIRECTOR, BAZAARVOICE*

Recomendar productos y servicios ha existido desde siempre. Sin embargo el social media ha revolucionado estas prácticas para permitir conversaciones entre miles de consumidores. ¿Qué hacen las marcas y los distribuidores para capturar y amplificar este contenido generado por los consumidores? ¿Qué hacer con los comentarios negativos, cómo reaccionar? Con ejemplos y resultados de Clientes de diferentes sectores de actividad e industrias en Europa y Estados Unidos se explicará el potencial actual y futuro del social commerce.

**13.15 - 13.45**

**Aplicación Online de Cloud para Ecommerce**

*MATT WOOD, EVANGELISTA MUNDIAL DE LA TECNOLOGÍA CLOUD DE AMAZON.COM*

**15.45 - 16.15**

**Driving social media adoption in the enterprise, IBM case study**

*DELPHINE REMY-BOUTANG, WW DIGITAL, SOCIAL MEDIA MARKETING MANAGER, IBM*

Reflecting on the global impact of social media and its role as a catalyst in driving cultural, political, economic and social change, this session will focus on Empowering Change through Collaboration. As the largest consumer of social technologies, IBM is a role model and case study for the transformation into a social business, on all fronts - technology, policy and practice, this presentation will showcase IBM own's transformation into a social business. We're past the time when many businesses still had to be convinced that social channels were something worth bothering about; we get it now, the will is there. What's required is the strategic insight to give marketers the subtle techniques and approaches that can transform social media from a lip-service marketing add-on, to an effective, measurable cornerstone of a coordinated communications strategy.

**16.30 - 17.00**

**Cómo alcanzar a tu público objetivo: secretos del targeting y la respuesta directa**

*WILL GOODLIFFE, WW DIGITAL, DIRECTOR MARKETPLACE MANAGER EMEA, YAHOO!*

Conocer el alcance real de las campañas y saber que el público en el que impactamos es el adecuado es siempre un hándicap. En tiempos de crisis más que nunca, es necesario medir el ROI y las soluciones de respuesta directa son las mejor herramienta. Si quieres conocer las últimas tendencias en la materia, no te puedes perder esta charla.

**17.15 - 18.00 Mesa Redonda**

**Evolución de las guías de compra en ecommerce**

*MODERADOR: RONAN BARDET, CO FUNDADOR DE EXPO ECOMMERCE*

*ANNE SAMAK DE LA CERDA, CFO, LEGUIDE.COM GROUP (MERCAMANIA - DOOYOO)*

*GABRIEL ALDAMIZ-ECHEVARRÍA, CEO & CO-FUNDADOR, CHICISIMO*

*PABLO ELOSÚA, FUNDADOR Y CEO DE YUNAIT.COM*

Desde la aparición de los comparadores de precio, como Ciao hace mas de 10 años, los modelos de guías de compras online han afrontado un sin numero de cambios tanto a nivel del servicio aportado al usuario como en su business model hacia las tiendas online (del CPC al CPA). Los lideres de este sector, compartirán sus opiniones, experiencia y nos hablarán de la evolución de estos modelos de negocio hacia el Social Shopping.

CORREOS

**17.15 - 18.00**

**Bebida clausura Correos | stand 702**

Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Sala Criteo 9 - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por criteo. Scalable Personalized Retargeting

**10.40 - 11.00**

**The Empathy Project: uso del social media para predecir el futuro**

*ÁNGEL MALDONADO, DIRECTOR OF STRATEGY, COLBENSON*

The Empathy Project es un innovador proyecto de investigación dado por Colbenson que está descubriendo maneras de extraer los ricos datos que nos ofrece Twitter para mejorar el conocimiento de nuestros clientes. El proyecto empezó en 2008, buscando la manera de anticiparse a las tendencias de Twitter para informar al gobierno regional del País Vasco de España lo que se decía en tiempo real dentro y fuera del País Vasco. Desde entonces, el proyecto se ha expandido a otros sectores buscando maneras de aprovechar la gran oportunidad de la revolución de Twitter por parte de las empresas.

La oportunidad única que Twitter ofrece a las empresas | Cómo Twitter puede ayudarnos a construir conocimiento y entendimiento de nuestros clientes | Cómo Twitter puede ayudar a anticipar la demanda | Cómo podemos aprovechar esta oportunidad para añadir valor a nuestro negocio | Cómo podemos utilizar esto para construir empatía en nuestro servicio en línea

**11.20 - 11.40**

**Integración de operadores logísticos como factor clave de competitividad**

*SERGIO BAIXAULI, RESPONSABLE DESARROLLO Y ESTRATEGIA ONESTIC*

El coste de oportunidad para cambiar de operador logístico está lastrando la capacidad para competir y desarrollarse de muchas empresas de comercio electrónico. Aunque con el paso del tiempo van mejorando los métodos de integración electrónica de los operadores con las tiendas online o físicas, la realidad es que existe un espectro muy heterogéneo de métodos de integración. Conviven métodos clásicos, como los basados en intercambio de ficheros, con métodos más modernos basados en servicios web como SOAP o RESTFUL. OnLogistics es una herramienta SaaS desarrollada por Onestic que permite una integración completa o parcial de las tiendas online con los principales operadores logísticos (MRW, Seur, DHL, Zeleris, Correos, GLS, ChronoExpress, Logisfashion, Aza Logistics, entre otros ...)

**12.00 - 12.20**

**De la adquisición a la fidelización: ejemplos concretos de buenas prácticas**

*JEAN-BAPTISTE BOUBAULT, GENERAL MANAGER SPLIO ESPAÑA E ITALIA*

Un cliente fidelizado es un tesoro para cualquier negocio, y esto sólo se consigue personalizando la comunicación que mantenemos con el cliente y generando un vínculo emocional entre él y nuestra empresa. Grandes empresas de retail ya lo están haciendo con sus estrategias de email marketing. ¿Quieres conocer en exclusiva las buenas prácticas que han puesto en marcha? ¡Ven a conocer las campañas de email marketing más exitosas!

**12.40 - 13.00**

**Soluciones en Ecommerce**

*CRISTINA GARCÍA, DIRECTORA DE RED ASM*

ASM lleva aportando soluciones a medida en materia de transporte y logística desde hace más de veinte años convirtiéndose en una de las empresas líderes del sector. Sin duda, la logística integrada en el servicio integral e-commerce que ofrecemos a nuestros clientes se ha convertido en uno de los elementos diferenciadores más importantes de nuestra compañía. Nuestro reto es ayudar a todas las empresas dedicadas al sector e-commerce ofreciéndoles soluciones, formando parte de cualquier etapa del proceso hasta la entrega del envío al cliente final.

**13.20 - 13.40**

**Acelerando la Estrategia Comercial**

*JUAN VILLÉN, DIRECTOR GENERAL DE IDEALISTA.COM/HIPOTECAS*

El portal inmobiliario líder en España, Idealista.com, expondrá cómo ha ido acelerar la eficacia de su estrategia comercial, aumentando así la rentabilidad de negocio, mediante la migración de su sistema CRM a medida a la solución SugarCRM ofrecida por REDK Software Engineering. Han mejorado el soporte y servicios que Idealista ofrece a las inmobiliarias. Asimismo, SugarCRM sirve como base para el desarrollo de iniciativas de Marketing, principalmente las de fidelización de clientes. REDK Software Engineering es la consultora tecnológica española líder en estrategia de negocio y soluciones empresariales basadas tecnologías Open Source. En 2011 Idealista Hipotecas confió en la consultora para el desarrollo de un complejo proyecto CRM para la Gestión de su Call Center. SugarCRM fue integrado exitosamente con su centralita telefónica, optimizando el proceso de gestión comercial y ventas.

**15.00 - 15.20**

*FRANCISCO GONZÁLEZ, DIRECTOR COMERCIAL, MRW*

**15.40 - 16.00**

**Modelos de distribución aplicados al B2C: del puerta a puerta a la inyección directa**

*NICOS MOUZE, DIRECTOR DE MARKETING Y VENTAS, DHL EXPRESS IBERIA*

Los compradores online disponen cada día de más experiencia en el medio y son más exigentes a la hora de recibir la mercancía adquirida a través de Internet. Un pilar fundamental del éxito del negocio B2C radica en ofrecer diversas soluciones de entrega para los compradores. "7 de cada 10 compradores online prefieren que la entrega se realice en su domicilio o en su lugar de trabajo" Lo primero supone un reto para las empresas de transporte ya que multiplica el riesgo de no encontrar al destinatario en el domicilio en el momento de la entrega con el consiguiente incremento de costes.

Pero además existen otras soluciones en el mercado que deben ser explotadas para optimizar los costes de entrega y garantizar la satisfacción del comprador y sus expectativas, incrementando el acto de recompra. Para las empresas existen diversas opciones para dar respuesta a las demandas de sus clientes y este es un aspecto fundamental que influye en el precio del producto final.

**16.20 - 16.40**

**Cómo marcar la diferencia en la venta online a través de la logística**

*AMELIA LÓPEZ-JÁUREGUI, DIRECTORA DE MARKETING Y PLANIFICACIÓN COMERCIAL, TNT*

La logística es un elemento clave del proceso de compra online, ya que posibilita el que finalice satisfactoriamente la transacción comercial, haciendo entrega al cliente final de su pedido de compra, en el tiempo comprometido y en buenas condiciones.

El modelo logístico y la solución de transporte que las empresas seleccionan para sus tiendas online, pueden convertirse en elementos diferenciadores del servicio que las empresas ofrecen a los clientes.

Para que cualquier modelo de compra online funcione, es fundamental cuidar la experiencia del usuario. Esta experiencia no termina en la formalización de un pedido, sino en todo un proceso que debe funcionar de forma transparente y de seguimiento continuado.

Es esencial ofrecer en este momento del proceso, una excelente experiencia de servicio a los clientes finales, sencilla, fácil e interactiva que ayude en la fidelización de los mismos y al aumento de la re-compra.

**17.00 - 17.20**

**Cómo convertir visitas en clientes gracias al click to chat y el click to call**

*CLÉMENT DUBUISSON, DIRECTOR COMERCIAL SPAIN & LATAM IADVIZE*

*ISABEL PONS PARRADO, RESPONSABLE EN EVOLUTION COMMUNICATION IBERIA, ENCARGADA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN FOSCO ESPAÑA*

**17.40 - 18.00**

**Publicar una Web de la PYME en el móvil**

*ADRIÁN MÁÑEZ, DIRECTOR GENERAL, OZONGO*

Se analizará la situación actual de las las tecnologías moviles desde el punto de vista de las oportunidades que la PYME tiene para integrarlas en sus negocios. Se mostrarán opciones, posibilidades y propuestas de valor para las mismas.

**18.20 - 18.40**

*ANTONIO FUEYO, DIRECTOR GENERAL, TIPSA*

## Sala Criteo 9 - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por criteo Scalable Personalized Retargeting

**10.40 - 11.00**

**Nuevos medios de pago online en España: La transferencia bancaria directa**

*OCTAVIO SOLER BACH, DIRECTOR ESPAÑA, TRUSTLY GROUP AB*

Los métodos preferidos para hacer pagos por Internet en España son las tarjetas y PayPal. Los pagos electrónicos, como Trustly, figuran en tercer lugar, aunque sea prácticamente inexistente en España. Otros métodos como el "pago en efectivo contra entrega", no son apropiados para el comercio electrónico pero aún así retienen una porción importante del mercado. En los mercados con un gran desarrollo de Internet, como Holanda y Finlandia, más del 50 % de los consumidores prefieren los pagos por transferencia bancaria directa.
Trustly trae a España este método de pago que ya ha triunfado en bastantes países europeos y es en muchos de ellos el principal método de pago online. Trustly ofrece mayores opciones a los usuarios tanto en transacciones B2C como en B2B. Los pagos por transferencia bancaria directa online ofrecen, entre otras, las siguientes ventajas:
1. Cobro inmediato y operaciones de cobro irreversibles, sin retrocesiones de cobros. 2. Aumento de la tasa de conversión y por tanto de las ventas y captación de nuevos clientes. 3. Integración fácil con el cliente y única a todas las entidades financieras integradas al proveedor del servicio. 4. Conciliación simple y reporting en tiempo real. 5. Elevada usabilidad para el consumidor, sin necesidad de registro. 6. Un método de pago óptimamente adaptado a transacciones B2C y también B2B, sustituyendo especialmente en estas últimas a las transferencias offline.

**11.20 - 11.40**

**Magento + OpenERP: La Solución Perfecta**

*PHILIPPE LARDY, DIRECTOR TÉCNICO, YDRAL E-COMMERCE SOLUTIONS*

Magento se ha posicionado como una plataforma flexible, actualizable, rápida y segura, ofreciendo una variedad incomparable de características de marketing de alto nivel y una perfecta ergonomía de la interfaz de administración. El abanico de posibilidades es prácticamente infinito. Basado en el famoso Zend Framework, es una plataforma consolidada que garantiza la seguridad y la escalabilidad del código, de manera que se ajuste de una manera más eficiente a las necesidades de los usuarios. La integración de soluciones ERP de código libre como OpenERP permiten sacarle el máximo partido a las tiendas de correo electrónico.
Gracias a la integración de conectores con Magento, Spree, etc, OpenERP se muestra como una de las alternativas más demandadas a la hora de gestionar una tienda online. La integración de soluciones ERP de código libre como OpenERP permiten sacarle el máximo partido a las tiendas de correo electrónico.

**12.00 - 12.20**

**Un call center humanizado, multilingüe y cercano, para tu portal de internet**

*IÑAKI GOROSTIDI, GERENTE, LOGIKALINE*

La ponencia tiene como objetivo explicar a los asistentes la utilidad y el ahorro de costes que implica externalizar los servicios de un call center para dar soporte a un portal de internet. Tratando de alejarse de la imagen de los call center industriales gestionados a modo de "gallineros" desde Sudamérica, África o La India, se trata de exponer que también existen "servicios de atención al cliente delicatessen", especializados en materias concretas (servicios de asistencia, servicios de venta cruzada, servicios multilingües, servicios multicanal, servicios compartidos help desk, etc.), con coberturas de 24 horas que pueden aportar un gran valor añadido a los sitios web de venta on-line. En tiempos en donde el auge de las redes sociales y el uso de otros canales es inevitable para la promoción de la web, no se debe olvidar que el teléfono atendido por un profesional que transmita cercanía en atención al cliente, -y no por una "máquina automática"-, humaniza la empresa, mejora la calidad del servicio y, por consiguiente, acerca la empresa y su producto a los clientes.

**12.40 - 13.00**

**El poder de los clientes - Como aprovechar las valoraciones de clientes como herramienta de marketing**

*PHILIP SCHMADLAK, COUNTRY MANAGER SPAIN, EKOMI - THE FEEDBACK COMPANY*

Líder del mercado Europeo y Google Partner, eKomi gestiona un servicio inteligente de valoraciones por parte de los clientes, permitiendo a empresas y consumidores realizar transacciones de forma segura y transparente.
Existen diversas posibilidades de como usar estas valoraciones como herramienta de marketing. Entre otras, la información recolectada se puede utilizar para aplicarla a campañas SEO, Google Adwords, Google Shopping y como sello de confianza en la propia pagina web o landings dirigidas.
Si quieres saber como Fiat, Medion, ING, MerkaMueble, Octilus, Credit Plus y más de 10.000 clientes en 9 países han:
Aumentado sus posiciones de SEO gracias a las opiniones de sus clientes
Aumentado las ventas por mayor confianza
Reducido la tasa de devolución
Optimizado el presupuesto SEM a través de estrellas integradas en sus anuncios de texto
Generado un efecto viral a través de recomendaciones (Social Recomendation)
Únete a nuestra conferencia

**13.20 - 13.40**

**Las Guías de compras: Grandes aliadas en el negocio del E-Commerce**

*ANNE SAMAK DE LA CERDA, DIRECTORA FINANCIERA, LEGUIDE.COM GROUP (MERCAMANIA - DOOYOO)*

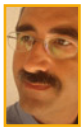
Las guías de compras europeas del grupo LeGuide.com siguen siendo las grandes aliadas a la hora de aportar notoriedad y mejorar el desarrollo de los comercios online, además de facilitar las compras a los internautas gracias a unas condiciones inmejorables. El grupo LeGuide.com presentará sus portales, su estrategia multimarca y cuales son los sitios que hacen la diferencia para las tiendas online.

**17.00 - 17.20**

**Soluciones online para tu empresa**

*SERGIO RUÍZ, DIRECTOR GENERAL, CAMERPYME UTE, CÁMARA DE COMERCIO*

¿Qué pasos tenemos que dar para que nuestra empresa esté en internet de manera exitosa? Hablaremos de la posibilidad que ofrece el programa Maspyme a la pequeña y mediana empresa de incorporarse a Internet y abrir un nuevo canal de ventas, llegando a ser el propio administrador y gestor de su tienda online. Y analizaremos los mecanismos efectivos para dar visibilidad a la empresa y así captar negocio.



**17.40 - 18.00**

**Sellos de Confianza y Códigos de Conducta en Internet**

*MIGUEL DE BAS SOTELO, DIRECTOR DE CONFIANZA Y E.COMMERCE DE ANEI*

Los sellos de calidad en Internet están en una fase de tímido despegue pero están llamados a ser una seña de identidad de los proveedores de internet y una garantía firme para los consumidores antes los grandes cambios de la red. Qué son y cómo funcionan los "Dispositivos de Confianza en Línea" regulados por las normas de consumo. Que son los códigos de conducta, contenido y alcance. El caso Optimaweb, análisis y ventajas frente a otros sellos. El papel de los sellos en el despegue del e-Commerce.

CORREOS

**17.15 - 18.00**

**Bebida clausura Correos | stand 702**

Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Sala Criteo 10 - miércoles 21 de marzo

Sala patrocinada por criteo Scalable Personalized Retargeting

**10.10 - 10.40**

**SEUR e-solutions: todas las soluciones para tu negocio on-line**

*SILVIA GARCÍA, DIRECTORA CORPORATIVA DE MARKETING DE SEUR*

El crecimiento del comercio electrónico abre una vía de oportunidades en un nicho de mercado atractivo y con alto potencial. Tanto es así, que es uno de los pocos sectores que contempla claros signos de crecimiento y un mayor potencial de consumo.

La venta on-line se ha convertido en un requisito imprescindible para las empresas de referencia, que necesitan contar con una tienda on line, como primer escaparate para los consumidores, que utilizan esta vía como principal fuente de información. SEUR apuesta por la inversión en tecnologías de última generación, que permitan mejorar la calidad y adaptar la oferta de servicios a los nuevos requerimientos a través de herramientas de integración con los clientes. Con E-Solutions, SEUR ofrece una oferta global que contempla todos los factores que determinan el éxito de un negocio on-line..

**11.00 - 11.20**

**Tendencias de presente y futuro en e-Commerce: Social, Mobile, Drive**

*JOSÉ Mª LÓPEZ GRANADOS, DIRECTOR TÉCNICO HTTS – SMART MOBILITY, ATOS WORLDLINE*

En Atos tenemos muy claro quién debe ocupar el centro de la escena en las soluciones y servicios e-Commerce: el Usuario. Y el Usuario actual y de futuro es Social, es Móvil, y demanda nuevos modelos de Entrega que puedan satisfacer sus necesidades y adaptarse a su estilo de vida. El catálogo de soluciones e-Commerce de Atos ofrece innovadoras respuestas a estas nuevas necesidades: experiencia de compra social, aplicaciones de m-Commerce, y un modelo específico de entrega "Drive", se sitúan a la vanguardia de un futuro que ya es presente, y contribuyen decisivamente a la necesaria adaptación y al crecimiento del negocio de nuestros clientes.

**11.40 - 12.00**

**The online shopping experience**

*AITOR ARDEO, DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO, ENVIALIA*

La integración de las operaciones de logística y distribución en el ecommerce se presenta en la actualidad como un factor estratégico en el devenir de este tipo de negocios. Este modelo de integración repercute favorablemente en la reputación online, la confianza del consumidor y como consecuencia de ello en la repetición de compra y recomendación. La optimización de procesos tiene un impacto positivo en las operaciones con la consecuente eficiencia en costes además de la reducción en errores de gestión operativa y la mejora de los sistemas de información.

**12.20 - 12.40**

**El Vídeo Online como Generador de Ventas: Marco Estratégico**

*NICOLÁS AMADO, REGIONAL SALES DIRECTOR, ESPAÑA, PORTUGAL & LATIN AMERICA, BRIGHTCOVE INC.*

Es un hecho contrastado año tras año por minoristas, marcas y empresas de todo tipo, que el vídeo online mueve negocio y potencia exponencialmente la generación de ventas, y es el primer actor en la generación de acciones por parte de los consumidores.

Estos hechos, informes y estudios realizados nos envían datos de importante trascendencia: aumento medio de conversión de visitantes en compradores de un 30% (y de un 90%) y un aumento de la permanencia en nuestro sitio web de un 25%, cuando los productos presentan vídeo como soporte en la transmisión de valor al consumidor; disminución del abandono de productos en el carro de la compra, de llamadas a las líneas de atención al cliente y de devoluciones de producto; sustancial aportación de valor al consumidor en su elección de compra y toma de decisión (productos experienciales, tecnológicos y complejos).

Presentaremos las diversas estrategias de éxito utilizadas por importantes empresas de todo el mundo, de forma didáctica y útil, dentro del "Marco Estratégico para Vídeo", Libro Blanco desarrollado por Brightcove, plasmando las mejores prácticas de video e-commerce aplicadas por sus 3.600 clientes en todo el mundo desde el 2004.

**13.00 - 13.20**

**Cómo abordar el crecimiento de una Tienda Online**

*DANIEL VÁZQUEZ, RESPONSABLE ÁREA DE NEGOCIO, G2E ECOMMERCE*

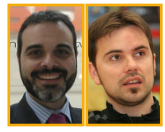
Veremos las claves de cómo abordar el crecimiento de una tienda online, los problemas a los que nos enfrentaremos para no perder el control de los distintos procesos que interviene y obtener el máximo partido de un negocio en expansión. Trataremos desde la tecnología adaptada a un alto tráfico y funcionalidades que nos permitirán ser más eficientes o incrementar nuestra cuenta de resultados, cómo abordar la adaptación de la logística a un alto volumen de pedidos, qué acciones de marketing necesitaremos para obtener todo el potencial de nuestros clientes y aspectos de atención al cliente a tener en cuenta.

**13.40 - 14.00**

**Magento, Magento 2 y X.commerce**

*ANGEL VILLA, CO-FOUNDER, ON4U GLOBAL SERVICES*

El eCommerce tal y como lo conocíamos ha cambiado. En este nuevo escenario, Internet es sólo un canal más y lo importante es vender por donde sea. Muchas veces se capta un cliente online, pero se hace la compra offline y viceversa. Incluso están empezando a aparecer los primeros showrooms y tiendas físicas de los Pure Players más importantes. Con esta evolución nace X.Commerce, que unido a Magento (y al próximo Magento 2) es la combinación perfecta para que nuestro negocio triunfe en la red y fuera de ella.



**15.20 - 15.40**

**Cómo vender más en la web gracias a un Asistente Virtual Inteligente**

*SERGIO ORTIZ, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER, ISOCO*
*PEDRO BALBOA, DIRECTOR COMUNICACIÓN, KUKUXUMUSU*

Desde iSOCO queremos compartir nuestra visión y experiencia acerca de cómo mejorar las ventas y la experiencia de usuario en la web utilizando tecnologías basadas en la semántica e inteligencia artificial como los buscadores avanzados, recomendadores, y sobre todo, con un asistente virtual.

Si te suenan estas preguntas, seguro que te resultará interesante ¿Cómo puedo mejorar los ratios de venta dentro de tu web?, ¿cómo podría reducir el ratio de abandono una vez iniciado el proceso de compra?, ¿puedo definir un modelo de atención multicanal en mi web/tienda on line? ¿Es posible mejorar la accesibilidad a la información?, ¿cómo puedo aprovechar toda la información generada en las interacciones de cara a personalizar las propuestas?, ¿cómo puedo aprovechar para mejorar el SEO en cada una de las interacciones?, ¿hay alguna manera de hacer más eficiente el proceso?, ¿es posible dar apoyo a mi cliente en el momento de la compra en tiempo real? Además, Pedro Balboa, Director de Comunicación de Kukuxumusu, nos comentará cómo les ha ayudado en su negocio la inclusión de un asistente virtual en su web.

¿Quieres innovar? Te esperamos

**16.00 - 16.20**

**Un día por Europa con PayPal**

*ESTANIS MARTÍN DE NICOLÁS, DIRECTOR GENERAL DE PAYPAL ESPAÑA Y PORTUGAL*

PayPal, la empresa líder de pagos, mostrará algunos ejemplos de su estrategia de innovación con la que se intenta eliminar las barreras entre el mundo offline y el comercio online. Pasearemos por diversos países europeos y veremos cómo una persona puede realizar compras en el mundo físico sin llevar la cartera encima.

El director general de PayPal España y Portugal nos transportará del mundo online al mundo offline y nos mostrará, a través de diferentes demos y vídeos, cómo la compra tradicional pasa a un nuevo nivel: el sistema de pago 3.0.

**16.40 - 17.00**

**yupick! Libertad para recoger lo que compras por internet**

*RAFAEL GIL, CIO DIRECTOR DE CALIDAD Y SISTEMAS, YUPICK!*

yupick! significa libertad, libertad para recoger lo que compras por internet. Es un sistema de envío y recogida de productos amable y cercano, una opción eficaz que ahorra tiempo y finaliza de forma personalizada la compra online. yupick! es una revolución para las compras en internet por ser la alternativa a la entrega de paquetería a domicilio.

La flexibilidad de yupick! permite escoger cómodamente el punto de entrega durante la compra sin necesidad de elegir además el horario de recogida. El cliente puede pasar a por su paquete en cualquier momento, dentro del habitual horario comercial de los puntos de entrega, incluyendo festivos y fines de semana. El final perfecto para las compras por internet.

**17.20 - 17.40 Seminarios Derecho Online**

**Protección legal de sus clientes**

*RUBEN CABEZAS, ABOGADO, IRWING MITCHELL ABOGADOS*

La legislación del comercio electrónico protege la privacidad de sus clientes y sus derechos en calidad de consumidores. Conocer la actual legislación así como sus tendencias puede brindarle una ventaja competitiva. ¿ puede y podrá usar los datos de sus clientes para cualquier acción de marketing? ¿ Cambiarán las reglas del juego en materia de promociones? ¿ seguirá siendo necesario el consentimiento para la creación de perfiles? ¿ y las conductas predictivas? ¿y con respecto al producto? ¿ que legislación hay que tener en cuenta en materia de reembolsos y devoluciones? ¿ es la misma que la que se aplica para establecimientos? ¿ y que hay que tener en cuenta con respecto a los medios de pago? Entender los derechos de sus clientes le ayudara a mejorar el servicio que les puede ofrecer.

**18.00 - 18.20 Seminarios Derecho Online**

**Cómo ganar dinero haciendo comercio electrónico y respetando la legalidad ¿conozco lo que hace mi competencia?**

*JOSÉ MARÍA BAÑOS, ABOGADO, LETSLAW*

*ERIC PEYRELONGUE, DIRECTOR GENERAL RELEVANT TRAFFIC - SPAIN*

El comercio electrónico crece cada año de forma exponencial , pero es necesario saber cómo realizarlo correctamente y respetando la ley. Por ejemplo, debemos conocer el contenido de los textos legales necesarios para nuestro sitio web (en función de si realizamos B2B o B2C) y también qué acciones podemos llevar a cabo sin vulnerar el derecho de marcas y la competencia desleal. También es necesario anticiparse y verificar lo que está haciendo la competencia, ya que en ocasiones podremos encontrarnos con sorpresas si analizamos su política de marketing a través del Keyword advertising. En definitiva, vende más y mejor, conoce a tu competencia y al mismo tiempo cumple con la ley.

**18.40 - 19.00 Seminarios Derecho Online**

**Realiza acciones de marketing online cumpliendo con la legislación sobre protección de datos y comercio electrónico**

*JOSÉ MARÍA BAÑOS, ABOGADO, LETSLAW*

*ERIC PEYRELONGUE, DIRECTOR GENERAL RELEVANT TRAFFIC - SPAIN*

Las campañas de marketing online implican el tratamiento de datos personales en la mayoría de las ocasiones. Por este motivo, es aconsejable conocer las implicaciones y requisitos legales que hay que cumplir para actuar respetando la legalidad. Campañas de corregistro, e-mail marketing, list broking, microsites, redes de afiliación... las posibilidades son múltiples pero las sanciones de la Agencia Española de protección de Datos pueden llegar a los 600.000 € y son acumulables, por lo que la protección de datos es una cuestión a tener en cuenta en la realización de acciones de marketing online. También se analizarán los cambios previstos en la regulación sobre cookies, el derecho al olvido y el cloud computing.

## OMExpo en el Móvil

Puedes consultar la lista de expositores y seguir la agenda de ponencias.

Con tu smartphone y acceso a Internet, también puedes acceder a estos contenidos desde http://m.omexpo.com/

## Sala Criteo 10 - jueves 22 de marzo

Sala patrocinada por criteo. Scalable Personalized Retargeting

**10.20 - 10.40**

**Emprendedores y Ecommerce, una solución de futuro**

*JUAN PABLO RODRIGO, PRESIDENTE, MÉTODOS LOGÍSTICOS*

Cuando una empresa nos pregunta qué podemos aportar a su negocio, nuestra respuesta es siempre la misma: "Te conectamos al mundo". La Logística es la herramienta de gestión empresarial que hace posible que las materias primas o los productos elaborados, lleguen desde el origen al destino final; hace posible que tus productos lleguen a tus clientes. Para que una mercancía pueda ser consumida tiene que estar en la estantería de un comercio o en la web de una tienda online; y para que eso ocurra es necesario que la Logística funcione. Más si cabe En el caso del ecommerce, puesto que la satisfacción del cliente depende en gran medida del resultado final de todo el proceso.

**11.00 - 11.20**

**Searchandising: cómo convertir tus visitantes en clientes**

*BORJA SANTAOLALLA, CEO, COLBENSON*

Varios estudios han demostrado que aquellos usuarios que utilizan el buscador online tienen doble de probabilidad de comprar frente a los que no lo hacen, y que el 64% de los usuarios que compran online utilizan el buscador dentro del proceso de compra. Al utilizar buscadores sofisticados como el de Google o el de Amazon, esperan que cada motor de búsqueda que utilizan sea capaz de entenderlos y ofrecer directamente aquello que están buscando. La diferencia entre una buena búsqueda y una mala puede significar la diferencia entre un cliente leal y un cliente perdido. En comercio electrónico, un buen buscador es fundamental:

Cómo poner al cliente en el centro de tu estrategia de searchandising

Adapta tu catálogo al comportamiento de los usuarios y a tu estrategia de ventas

Detecta y transforma búsquedas fracasadas en ventas

Uso de las redes sociales para predecir búsquedas futuras

**11.40 - 12.00**

**SEO Multilingüe aplicado al proceso de Localización WEB**

*ERIC ROVIRA, DIRECTOR DE MARKETING, CPSL*

*BELÉN GARCÍA-OCHOA, DIRECTORA DE LOCALIZACIÓN, CPSL*

Con el fenómeno de la globalización creado a raíz de Internet, las empresas han tenido que adaptarse a las reglas de un nuevo mercado en el que no solo es importante comunicarse en el idioma del usuario final, si no que, el contenido y la propia arquitectura de la Web han de estar optimizados para maximizar su indexación por los motores de búsqueda y por ende, aumentar su visibilidad frente al contenido de la competencia.

**12.20 - 12.40**

**Cómo vender más en los mercados electrónicos**

*INÉS RAMIREZ NICOLAS, ANALISTA DE EMARKET SERVICES, INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)*

Los mercados electrónicos presentan para las empresas un universo de posibilidades, un escaparate en el que mostrarse al mundo y conseguir nuevos proveedores, nuevos compradores y mayores ventas. Pero no se trata simplemente de estar por estar: hay que sacarles el mayor provecho para hacer de ellos una herramienta efectiva para el incremento de las ventas de la compañía.

En esta ponencia el proyecto eMarket Services, perteneciente al Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), aportará a las empresas, con la ayuda de las opiniones e ideas de los propios gestores de los mercados electrónicos, una serie de consejos para hacer que las empresas saquen todo el jugo a su presencia en sus plataformas.

Cómo dar de alta de manera efectiva los datos de la empresa y de sus productos, la forma en que se deben escribir los textos, la importancia del material gráfico o cómo generar confianza en el comprador son algunos de los temas que se tratarán en esta ponencia para ayudar a las pymes a vender más a través de los mercados electrónicos.

**13.00 - 13.20**

**The online shopping experience**

*AITOR ARDEO, DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO, ENVIALIA*

La integración de las operaciones de logística y distribución en el ecommerce se presenta en la actualidad como un factor estratégico en el devenir de este tipo de negocios. Este modelo de integración repercute favorablemente en la reputación online, la confianza del consumidor y como consecuencia de ello en la repetición de compra y recomendación. La optimización de procesos tiene un impacto positivo en las operaciones con la consecuente eficiencia en costes además de la reducción en errores de gestión operativa y la mejora de los sistemas de información.

**13.40 - 14.00**

**Soluciones de Futuro Hoy**

*PEDRO ZAMORANO DÍAZ, CEO, NETVIA*

Las personas que hemos trabajado para diseñar y desarrollar Netvia, hemos considerado que el mejor lugar para presentarnos al mercado era esta Feria del Ecommerce 2012; aquí delante de todos aquellos que tienen interés o intereses en este canal de comercialización. Netvia quiere aportar una solución de futuro a cualquier persona jurídica o física que quiera iniciarse en el Ecommerce o que quiera mejorar la integración de los procesos logísticos que esté ejecutando en este canal. Netvia es un ejemplo de colaboración entre empresas (Sencillísimo, Beep, Pc Box, Pc Coste, CBL y Tourline), ofreciendo un sólo interlocutor a nivel de comunicación y de integración de sistemas informáticos pudiendo dar una solución única a un proyecto de Ecommerce. Queremos facilitar la creación de tiendas online con nuestro software y poder mejorar la logística de las existentes en cualquier parte de la cadena al ofrecer logística, distribución domiciliaria, distribución en punto de cercanía y logística inversa.

**15.20 - 15.40**

**Pixmania: 3 soluciones e-commerce para desarrollar tu negocio**

*SONIA FERREIRA, COUNTRY MANAGER SPAIN & PORTUGAL, PIXMANIA GROUP*

Desde del 2000, El Grupo Pixmania supo contruir una infraestructura y un saber hacer en el comercio electrónico que le permitió convertirse en una de las principales marcas de distribucion en multicanal en 26 países.

Con las soluciones e-commerce de Pixmania, las empresas pueden acceder a su audiencia e sus 10 años de experiencia e de saber hacer para desarrollar su comercio electrónico en toda Europa.

Pixplace : Vende tus productos en Pixmania.com. Más de 30 millones de visitantes únicos al mes.

Pixmania-PRO: Vende los productos de Pixmania en tu página web

e-merchant: Una solución global para las marcas.

**16.00 - 16.20 Seminarios derecho online**

**Implicaciones legales de sorteos y concursos promocionales en Facebook. Novedades tras la entrada en vigor de la nueva Ley del Juego**

*JOSÉ MARÍA BAÑOS, ABOGADO, LETSLAW*

Se analizan las nuevas reglas de Facebook para llevar a cabo sorteos promocionales desde su plataforma así como la modificación de requisitos administrativos y fiscales aplicables tras la entrada en vigor de la nueva Ley del Juego. Cómo redactar las bases legales evitando fraudes en las votaciones y contenido mínimo.

CORREOS

**17.15 - 18.00**

**Bebida clausura Correos | stand 702**

Correos, Platinum Sponsor de Expo E-commerce, les invita a una copa en su stand para clausurar estos intensos días de networking y negocios.

## Seminarios - miércoles 21 de marzo

Seminarios de:

**10.15 - 13.30**

**Digital Marketing & Business Innovation**

*DIRIGIDO Y PRESENTADO POR ENRIQUE BENAYAS, DIRECTOR GENERAL DE EL INSTITUTO DE LA ECONOMÍA DIGITAL – ICEMD- E IMPARTIDO POR UNA SELECCIÓN DE PROFESIONALES EXPERTOS PROFESORES DE ICEMD-ESIC*

Las 10 tendencias digitales que debieras integrar ya en tu estrategia digital: 10 tendencias explicadas y presentadas por 10 expertos en 20 minutos a través de casos y tips:

(1) Digital Customer Experience: las claves para medir y mejorar la experiencia del cliente mediante la digitalización de momentos de la verdad

(2) Usabilidad y persuabilidad: cómo pensar cómo el cliente en Internet para lograr la llamada a la acción

(3) Analytics digitales integradas: los KPI´s básicos que debo monitorizar y medir en entornos digitales

(4) Social-Commerce: cómo llevar mi tienda online a las redes sociales

(5) Social Contact Center Management: cómo gestionar grandes volúmenes de interacciones de los clientes y potenciales con las marcas en las redes sociales

(6) Digital Content Management: cómo desarrollar iniciativas más allá de la web y las redes sociales: e-catálogos, i-videos, e-PLV,....

(7) Proximity & Mobile Marketing: cómo integrar la proximidad y dispositivos móviles en las estrategias de comunicación , relación y venta.

(8) Re-targeting: cómo aprender de las interacciones y comunicaciones del cliente y afinar las acciones de comunicación.

(9) Cloud Computing: herramientas y tecnologías Cloud para optimizar la gestión empresarial.

(10) Apps móviles: cómo dar los primeros pasos de la web a los dispositivos móviles mediante aplicaciones móviles.

**14.15 - 14.35**

**Buscamos Talento! Ven a trabajar con nosotros!**

*LUIS ESTEBAN, CEO, NETBOOSTER*

Empecé a trabajar en la Industria de Internet en el año 1994. Desde entonces, he pasado por muchas compañías y he visto multitud de modelos de negocio. Pero siempre he observado una línea común en todo esto : La necesidad del Talento y...de brindar oportunidades a aquellos que empiezan.

En mis principios, me miraban el DNI...por el hecho de ser joven...Ahora me lo miran por lo contrario...Yo quiero que eso no ocurra en las compañías donde estoy : Por ello, estamos aquí, para explicaros que os necesitamos....sin mirar el DNI!

**14.40 - 15.00**

**¿Por qué no tienes que lanzar tu marca a la piscina? Facebook**

*ROCÍO MARTIN, DIRECTORA SOCIAL MEDIA, NETBOOSTER*

¿Te has preguntado si tu marca está preparada para participar en el entramado social?

¿Conoce el medio? ¿Se lo has mostrado? ¿Tiene contenido interesante y actualizable que compartir? ¿Tiene recursos y capacidad para actuar en "real time"? ¿Puedes proveerla de los medios que necesita? ¿Está dispuesta a recibir halagos y críticas para mejorar? ¿No tiene miedo escénico a establecer una relación con sus fans? ¿Le has guiado en este sentido?

... Si hemos comprobado que nuestra marca está preparada para la acción, entonces: Ready, Steady, Go!

**16.00 - 16.20**

**¿Publicitarse en Internet? Primeros pasos...**

*RUBÉN SOMOZA, DIRECTOR DE CUENTAS NETBOOSTER*

Internet ha dejado de ser el "nuevo" para convertirse en Imprescindible, es por ello que el peso que tiene la publicidad digital ha crecido tanto en los últimos años.

Cuando un anunciante se enfrenta a este "imprescindible" medio, puede toparse con un montón de terminología publicitaria que haga que desconfié. En este workshop no pretendemos dar una clase de teoría o casos de existo, sino tener una visión más clara de que hacer en los primeros pasos en un lenguaje más cercano para los recién llegados a este "imprescindible" medio.

**16.25 - 16.45**

**How to make smart marketing decisions with Premium Web Analytics**

*ANA HERNANDEZ, RESPONSABLE SEO Y ANALITICA WEB, NETBOOSTER*

*KRISTOFFER EWALD, DIRECTOR ANALYTICS & DATA INTELLIGENCE, NETBOOSTER*

a) Data beats opinion

- better data drives better decisions: Los datos por si mismos no aportan valor: es necesario Homogeneizar

- Agregar – Convertir datos que ayude a la transformación de números en información de valor para una correcta y en ocasiones rápida toma de decisiones.

b) a cool case using Demographics to understand Audience response

- Caso de análisis demográfico para entender la respuesta de la audiencia.

c) there's this hot new product called GA Premium

- Google Analytics Premium : La herramienta imprescindible.

**16.50 - 17.10**

**Adexchange: ¿cambiará el modelo de planificación?**

*RAUL ALCAZAR, DIRECTOR DE SERVICIOS AL CLIENTE, NETBOOSTER*

*DENISE SELIGSOHN, MEDIA PLATFORMS ACCOUNT MANAGER, DOUBLECLICK SPAIN, A GOOGLE COMPANY*

El desarrollo de los Adexchanges, DSP, SSP... está moviendo el mundo de la planificación digital hacia un nuevo entorno, al igual que lo hizo en su día Google con la comercialización de su publicidad basada en un sistema de pujas y de Coste por click.

Ante este nuevo escenario nos hacemos alguna pregunta ¿se continuará planificando tal y como lo estamos haciendo hasta ahora?¿cambiará el modelo de contratación publicitaria digital?... estas y otras muchas preguntas nos rondan la cabeza y nos gustaría compartir contigo algunas de nuestras respuestas.

**17.15 - 17.35**

**De la medición al éxito. Claves para analizar tu campaña CPC**

*RAQUEL CASAUS, RESPONSABLE DE PPC, NETBOOSTER*

La tendencia del mercado publicitario deriva hacia modelos donde la rentabilidad y los retornos se sitúan en el punto de mira de los objetivos de marketing. Entender cuánto, cómo y por qué evolucionan la campañas publicitarias es fundamental para conseguir alcanzarlos.

En un entorno de alta competencia conseguir una pequeña diferenciación constituye un factor clave para lograr el éxito en las acciones; es aquí donde la tecnología se pone al servicio de los profesionales permitiéndoles alcanzar un mayor nivel de excelencia.

**17.40 - 18.00**

**Pinterest y las Plataformas de agrupación social: ¿Cómo utilizarlas en nuestro beneficio?**

*ROCÍO MARTIN, DIRECTORA SOCIAL MEDIA, NETBOOSTER*

Pinterest ha sido una de las aplicaciones sociales más exitosas de integración puesta en marcha, recientemente, a través del Timeline. Este tipo de aplicaciones mejoran la experiencia del usuario y ofrecen muchas oportunidades para compartir. Millones de personas utilizan aplicaciones en facebook pero, ¿cómo podemos utilizar este comportamiento en beneficio de nuestras marcas?

Seminarios de:

NetBooster

**18.05 - 18.25**

**Mobile Marketing: de la iniciación a la medición: nuevo Nielsen Panel de Mobile**

*BERNARD SECO, DIRECTOR DE NEW BUSINESS, NETBOOSTER*

*ELVIRA DE ANDRÉS, MEDIA MANAGING DIRECTOR, NIELSEN*

*ANA DELGADO, AGENCY MANAGER, NIELSEN*

El móvil es el camino mas corto hasta tus clientes, entiende que cada negocio tiene un camino y que cada camino tiene utilidades diferentes.

No te dejes arrastrar por las corrientes, piensa que quieres conseguir y analiza como conseguirlo ... pero sobre todo mide tus acciones para poder seguir trazando el rumbo.

Nielsen líder global en medición e información nos acompañara para presentarnos su nuevo panel de smartphones y así poder dar un paso mas en el entendimiento del comportamiento del usuario.

**18.30 - 18.50**

**Adexchange: La revolución del display!**

*ALBERTO GARCÍA, PERFORMANCE MARKETING DIRECTOR, NETBOOSTER*

Los usuarios de Internet están sobreexpuestos a mensajes publicitarios… Las marcas necesitan impactar a su audiencia con el mensaje correcto en el momento apropiado.Impactar a un potencial cliente una semana después es demasiado tarde.

La Publicidad Online tiene que tener en cuenta datos actualizados para ser relevante. No queremos comprar espacio… queremos comprar perfiles.

## Seminarios - jueves 22 de marzo

**10.00 - 10.15**
**Claves para emprender en internet**
*JAVIER SANTOS PASCUALENA, SOCIO Y DIRECTOR DE DESARROLLO EN INFOAUTÓNOMOS*

**10.15 - 10.30**
**Cómo elaborar un plan de negocio**
*ANTONIO SANCHEZ CRESPO, SOCIO, SANCHEZ CRESPO*
Una vez claros la idea y el modelo de negocio, llega la hora de testar la bondad de la idea y la aceptación que ésta tendrá en el mercado. El objetivo de esta charla es que los asistentes aprendan a analizar la situación presente y futura para intentar garantizar el éxito de su empresa. Esto pasa, necesariamente, por el escimiento de un plan de marketing, alineado con la estrategia de la empresa, la marcación de objetivos y la planificación de acciones. Se trata de un taller, dirigido a principalmente, a emprendedores y fundadores de pequeñas y medianas empresas.

**10.30 - 10.45**
**Elementos de la LOPD**
*DAVID HARVEY, SOCIO, HARVEY & LLUCH*
Conoce cómo adecuar los procesos y datos de tu empresa a la Ley orgánica de protección de datos.

**10.45 - 11.00**
**Digitalización de documentos y factura Digital**
*ALEJANDRO ALLENDE, DIRECTOR GENERAL, ZEROCOMA*
Esta actividad formativa tiene la misión de facilitar las tareas de gestión documental de las empresas comprometidas con un alto nivel de calidad, ofreciendo unos conocimientos para capacitar al usuario en el desarrollo de éstos.
En dicha sesión, el ponente, tratará aspectos como la Ley 30/2007-Factura Electrónica, la Orden EHA/962/2007 -Digitalización Certificada, ventajas y obligaciones de un sistema de factura digital; así como la solución de facturación: Edas facturas.

**11.00 - 11.20**
**Soluciones en la nube: una realidad consolidada**
*MONTSE PRUNA, DIRECTORA COMERCIAL SAAS DSGE, SAGE*
Conoce las ultimas novedades para gestionar tu negocio en la Nube.

**11.20 - 11.40**
**Soluciones Comunicaciones de Cisco para PYMEs**
*ENRIQUE ALONSO, RESPONSABLE PYMES, CISCO*
Conoce a través de los lideres del sector en telecomunicaciones como conectar de forma completa tu negocio y tus empleados.

**11.40 - 12.00**
**Email marketing: claves de la estrategia más rentable**
*PABLO RUEDA, DIRECTOR DE ESTRATÉGIA, EMBLUE*
La diferencia entre enviar emails y hacer email marketing está el retorno de la inversión. Hacer email marketing es mucho más ren a corto, medio y largo plazo para la empresa. Trataremos en esta charla de seguir los pasos que implica hacer una campaña de email marketing (vs. un simple envío de un email).

**12.00 - 12.20**
**Open ERP para la gestión de tu negocio**
FRANCISCO DOMINGUEZ, CONSULTOR, TRANQUINET
En este seminario impartiremos unas nociones para instalarlo y la configuración básica del software OpenERP. En este taller queremos presentarle OpenERP. Una herramienta asequible que optimiza la gestión de las diferentes áreas de su empresa: CRM, ventas, RR.HH, facturación, contabilidad, producción... Conozca sus numerosas prestaciones. El objetivo de Open ERP es unificar el acceso a la información relevante para su negocio para que usted centre su esfuerzo en lo importante: su actividad.

**12.20 - 12.40**
**Cómo vender en las Redes Sociales**
*JORGE SAIZ, DIRECTOR COMERCIAL, CYSTELCOM*
Enfoque de Cystelcom de cómo utilizar las redes sociales para incrementar ventas y aumentar el potencial de clientes.

**12.40 - 13.00**
**Social Marketing La empresa y las Redes Sociales**
*JESÚS HERRERO, DIRECTORA COMERCIAL, EXTRASOFTWARE*
Analizar el impacto de las Redes Sociales en el ámbito profesional. El correcto uso de estas herramientas puede ayudarnos a potenciar la marca de nuestro negocio o producto. Enumeraremos las pautas a seguir ante el llamado 'Social Media', su correcto uso para extender nuestra imagen y, sobre todo, consejos a tener en cuenta para llevar a cabo un satisfactorio proyecto de Marketing on line. Al mismo tiempo, consideraremos los requisitos iniciales, el posicionamiento de la página en Internet y la correcta gestión de los contenidos.

**13.00 - 13.20**
**La Web Confiable**
*DAVID GARCÍA, SOCIO*, SOLUTECA
Conoce todos los aspectos legales y necesidades para que los usuarios confien en los contenidos, servicios y productos ofrecidos en tu Sitio Web.

**13.20 - 13.40**
**Las cuatro reglas básicas para emprender en Internet y los aspectos legales de mi página web**
*CARLOS SAEZ, SOCIO-DIRECTOR, TREBIA*
Aspectos legales para emprender de forma segura y confiable un negocio en la red.

**13.40 - 14.00**
**Nacimiento y consolidación de una empresa digital (caso práctico)**
PABLO RUIZ, SOCIO DIRECTOR
Apoyándonos en el caso real de un e-commerce de alimentación gourmet, analizaremos cómo se gestiona la operativa diaria de un negocio online desde la idea original hasta las primeras ventas, pasando por el desarrollo de su plan estratégico, su plan de negocio, el estudio de mercado y la puesta en marcha. El objetivo es obtener claras conclusiones sobre las vicisitudes del emprendedor online y cómo sortearlas.

**14.20 - 14.40**
**Tu negocio en el móvil**
*CARLOS MOLINER, DISEÑADOR Y CEO, SEISEFES*
La presencia de los dispositivos móviles, una oportunidad que hemos de aprovechar. ¿Cómo obtener beneficios a través de los nuevos dispositivos? Examinaremos las funcionalidades que suponen potenciales ventajas para nuestro negocio tanto de cara al cliente como de manera interna.

**14.40 - 15.00**
**enguiados.com, la comunicación correcta en Web**
*GREGORIO HERRERO, SOCIO DIRECTOR, MAAVIT*
Presentación del portal enguiados

**15.00 - 15.20**
**Marketing online para la Pyme**
*MARKETING ONLINE PARA LA PYME*
*JAVIER LOZANO, DIRECTOR GENERAL, NANFOR*
Aprender a optimizar los recursos de internet para el desarrollo de los servicios en las PYMES.

**15.20 - 15.40**
**Internet abre las puertas a tu empresa**
*JESUS MARTINEZ, RESPONSABLE DE PRENSA Y COMUNICACIÓN, STRATO*
Este taller, desea mostrar a los asistentes una visión completa y sintetizada de los diferentes aspectos que deben poseer para abrir las puertas de su negocio en el medio online. Primeramente, se hablará de qué es Internet y para qué le sirve a la empresa; seguidamente se tratarán conceptos como: dominio, alojamiento, seguridad, disponibilidad, atención al cliente, etc.
El ponente continuará hablando de ecommerce, para acabar ofreciéndoles unos consejos generales de cómo operar en Internet mediante la ejemplificación de STRATO AdvancedWeb y STRATO AdvancedShop.

**15.40 - 16.00**
**Qué información puede ayudarte a controlar mejor el riesgo de impago**
*KARIM KAIDI, DIRECTOR DE MARKETING Y COMUNICACIÓN, EINFORMA*