



E-Commerce, M-Commerce y nuevas formas de pago

Tecnologías para la integración del comercio
tradicional y electrónico



Madrid, 16 de febrero de 2012
Auditorio Unidad Editorial



E-Commerce, M-Commerce y nuevas formas de pago

Estimado amigo

Según el informe trimestral elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en el segundo trimestre de 2011 los ingresos del comercio electrónico en España alcanzaron los 2.322,1 millones de euros, con un aumento interanual del 26,5%.

Algunas de las ramas de actividad con mayor peso en las cifras de ingresos fueron el transporte aéreo, las agencias de viajes y operadores turísticos, el transporte terrestre de viajeros, los juegos de azar y apuestas, las prendas de vestir y los espectáculos artísticos y recreativos. Todas las áreas de la economía incrementan su actividad en E-Commerce en todas sus formas, creciendo especialmente la utilización de dispositivos móviles para la compra de todo tipo de bienes y servicios.

Del mismo modo, la integración del mundo on-line y el físico se ve favorecida por nuevas tecnologías móviles como el NFC y la Geolocalización que permiten trasladar clientes físicos a nuestras tiendas on-line o facilitar el proceso de compra en los comercios físicos con el pago por móvil.

Unidad Editorial Conferencias y Formación organiza el próximo **16 de febrero** la Conferencia “**E-Commerce, M-Commerce y nuevas formas de pago**” donde podrá conocer:

- » Cómo el comercio on-line puede ayudar a internacionalizar su negocio
- » Cuáles son las claves para la construcción de una web de comercio electrónico
- » Qué aspectos logísticos no podemos olvidar en un negocio de E-Commerce
- » Casos de éxito en E-Commerce de los principales sectores
- » Cómo podemos integrar estrategia de ventas on-line y estrategia en Redes Sociales
- » Claves para el éxito de una aplicación móvil de E-Commerce
- » Tecnologías para la integración del comercio físico y virtual
- » Situación y perspectivas de futuro del pago por móvil

En espera de que el encuentro sea de su interés, reciba un cordial saludo,

Eva Alfaya Arias

Directora de Programas

UNIDAD EDITORIAL CONFERENCIAS Y FORMACIÓN

Patrocina:



El **Grupo Correos** se estructura con la unión de cuatro empresas con el objetivo de fortalecer su política comercial en el mercado postal y en el de paquetería. El grupo conformado por su empresa matriz **Correos**, y las filiales **Chronoexpres**, **CorreosTelecom** y **Nexea** (la nueva marca de Correo Híbrido), se presenta como un auténtico operador global de soluciones de comunicación en todos y cada uno de los mercados en los que actúa, presentando la oferta más completa del mercado.

Grupo Correos, está ampliando su gama de productos y servicios en el sector de la Paquetería, ofreciendo **Soluciones de 360º**: Paquetería E-Commerce, Paquetería Pymes, Paquetería Urgente, Paquetería Erasmus, Paquetería Mi Tierra y Paquetería de Exportación, que cubren una amplia y variada diversidad de demandas y necesidades de distintos colectivos: Cobertura y Capilaridad, Opciones de Entrega Domiciliaria y en Oficina, Devoluciones y Valores Añadidos, como el reembolso, el comprobante de entrega en formato digital POD o e-AR, Localizador de Envíos y la Seguridad de la Entrega Exclusiva al destinatario son algunos de nuestros valores diferenciales.

Pero, sobre todo, la gran fortaleza del **Grupo Correos**, es que sus clientes saben que están confiando su negocio a profesionales, porque es la empresa con mayor número de personas al servicio de personas: más de **60.000 profesionales** trabajan diariamente para que el **Grupo Correos** pueda ofrecer las mejores soluciones para el negocio en la Red.

Para más información, visiten nuestra página web: www.correos.es

Agenda

9.00 Recepción de los asistentes y entrega de la documentación

Preside y modera la mañana:

D. Fernando Maudo
Director General en España
VENTE PRIVEE.COM

9.15 **El comercio electrónico como vía de internacionalización de nuestro negocio**

Según el Informe sobre Comercio Electrónico en España elaborado por la CMT, en el segundo trimestre de 2011, el volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 1.011 millones de euros, representando el 43,5% del importe total. La mayor parte del importe de dichas compras se dirigió a la Unión Europea (89,9%) y en menor medida a Estados Unidos (4,9%).

El importe de las transacciones realizadas desde el exterior y dirigidas a sitios web españoles fue de 335,3 millones de euros, lo que supuso un 14,4% del volumen de negocio total.

- » Estado del Comercio Electrónico en España y fuera de España. Análisis de las cifras de negocio
- » Situación del mercado internacional. Mercados y sectores emergentes. Peculiaridades a tener en cuenta en el mercado Internacional
- » ¿Cómo escoger el mercado electrónico más adecuado a nuestra empresa?
- » Servicio e-market services del ICEX

Dña. Victoria Vera
Directora Adjunta División Información y Publicaciones
INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR. ICEX

9.45 Coloquio y preguntas

10.00 **Panel de Expertos**

Construir un website de comercio electrónico. Experiencia desde el punto de vista de los distintos agentes del proceso

- » ¿Cómo elegir la plataforma tecnológica adecuada? ¿Externalización o plataforma de creación propia?
- » Control del proyecto: estructura de recursos humanos necesaria para emprender un proyecto de E-Commerce
- » Pruebas de usabilidad: principales errores a la hora de diseñar nuestra tienda on-line
- » Ventajas de los servicios de i-cloud en el mercado de E-Commerce

- » Aspectos claves para conseguir la confianza y fidelidad del usuario: privacidad y protección de datos de usuarios, seguridad en las transacciones económicas, accesibilidad y usabilidad de nuestra web
- » ¿Cuál es la situación actual del E-Commerce? ¿Qué perspectivas de futuro ven los distintos integrantes del negocio?

D. Juan Macias
CEO
DEMARTINA.COM
Presidente
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPERTOS EN COMERCIO ELECTRÓNICO

Dña. Margarita Verdier
Directora de Desarrollo y Marketing
CONFIANZA ONLINE

D. David Carrero Fernández-Baillo
Responsable Marketing Online
ACENS, MIEMBRO ASOCIACIÓN SAAS & CLOUD NETWORK

D. Javier Echaleku
Gerente
LOGOCOMUNICA.COM

D. Miguel de Bas
Asesor de Calidad y Códigos de Buenas Prácticas
ANEI / ÓPTIMA WEB

11.15 Coloquio y preguntas

11.30 Café

PRINCIPALES PROBLEMAS PARA CLIENTES DE E-COMMERCE



Fuente: Estudio sobre Comercio Electrónico B2C en España. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones. Octubre de 2010

12.00 Optimización del proceso de distribución y seguimiento de envíos en nuestro comercio B2C

La logística es un factor clave para el comercio electrónico. Si después de tener una estrategia on-line muy pulida los gastos de envío son excesivos, hay retrasos importantes o el cliente se encuentra con gastos no previstos, es muy posible que la compra no se produzca.

- » ¿Cómo realizar un seguimiento de pedidos en tiempo real?
- » ¿Cómo flexibilizar los horarios de entrega?
- » ¿Cómo gestionar devoluciones?
- » La importancia del CRM y del trato con el cliente. Tracking de envíos para el cliente final

Caso de Éxito
CLIENTE DE CORREOS

12.30 Coloquio y preguntas

Destinia sigue aumentando su facturación y se expande a Oriente Medio y Asia

La agencia de viajes "online" española Destinia.com aumentará este año sus ingresos un 30 % respecto al ejercicio anterior, hasta superar los 100 millones de euros, y prepara su desembarco en enero en Oriente Medio y a mediados del 2012, en Asia.

EXPANSIÓN. 23 de octubre de 2011

12.45 Plan de Marketing para la difusión y posicionamiento de nuestro negocio on-line

✓ Caso de éxito sector viajes: Destinia

- » Objetivos estratégicos de Destinia
- » Posicionamiento SEO Y SEM
- » Acciones de marketing directo
- » Acciones de Cross marketing y marketing promocional. Campañas Estacionales
- » ¿Cómo retener y fidelizar usuarios?
- » Resultados en términos de usuarios y permanencia

D. Amuda Goueli
CEO
DESTINIA

13.15 Coloquio y preguntas

13.30 Claves para la permanencia y liderazgo en un negocio de E-Commerce

✓ Caso de éxito pyme: telecigüeña.com

- » ¿Cómo se gestó el proyecto "La Cigüeña del Bebé"? Estrategia de ventas y plan de negocio. Estudio de competencia y de mercado

- » Evolución y adaptación al entorno a lo largo de los años. Planes de expansión y diversificación del negocio
- » Claves de éxito: Diseño, catálogo, estrategia de precio, gestión de entregas, gestión de devoluciones
- » ¿Cómo permanecer en el mercado y mantener el liderazgo?

Dña. Elena Gómez de Pozuelo
Presidenta
ADIGITAL
Empresaria de Internet

14.00 Coloquio y preguntas

14.15 Almuerzo

Preside y modera la tarde:

D. Óscar Fernández
Director General
MMA SPAIN

15.30 Las grandes marcas de moda y su visión del E-Commerce

✓ Caso de éxito moda: tienda on-line de Adolfo Domínguez

- » ¿Por qué una tienda on-line? Visión estratégica de Adolfo Domínguez
- » Gestión de Categorías y mapa de navegación de www.adolfodominguezshop.com
- » Análisis del proceso de compra implantado en la tienda on-line. Perfil de usuarios de la tienda on-line vs perfil de usuarios off-line
- » Similitudes entre la experiencia de compra on-line y la de la tienda física
- » Modelo de distribución de pedidos y gestión de devoluciones

Dña. Valeria Domínguez
Directora de E-Commerce
ADOLFO DOMINGUEZ

16.00 Coloquio y preguntas

16.15 Redes Sociales. Cómo dinamizar nuestros usuarios y convertirlos en clientes. Informe sobre Social Commerce oct-2011

El primer Informe sobre Social Commerce elaborado por Correos y Territorio Creativo incluye un exhaustivo análisis del mercado del comercio electrónico y la influencia del Social Media en las decisiones de compra del consumidor.

- » ¿Cómo explotar y combinar datos internos y externos de clientes? Utilización de métricas en redes Sociales
- » ¿Cómo dar soporte a través de medios sociales para ganar ventas y fidelidad? Integración con las herramientas de Call Center de la compañía
- » Integración de la tienda física con la experiencia de compra social y móvil

D. Juan Luis Polo
CEO
TERRITORIO CREATIVO

16.45 Coloquio y preguntas

Uno de cada tres usuarios de smartphones y tablets se ha subido ya al tren del M-Commerce

Hoy por hoy, el 13,4% de los propietarios de smartphones y tabletas dicen comprar "muy a menudo" a través de estos dispositivos móviles.

MARKETINGDIRECTO.COM. 7 de noviembre de 2011

17.00 **Mobile-Commerce. Cómo elaborar una aplicación móvil para nuestra tienda on-line y convertirla en un éxito**

✓ Caso de éxito sector editorial: Touchybooks

- » Creación de una aplicación para M-Commerce. Factores clave para la permanencia y uso de la aplicación
- » Comportamiento del usuario-comprador: cómo incentivar la compra a través del móvil
- » Acciones de marketing indispensables para promocionar nuestra aplicación de M-Commerce: posicionamiento en los markets
- » Estrategia y diseño de la app Touchybooks. Datos de usuarios y descargas

D. David Martín
Business Developer Manager
GENERA MOBILE

17.30 Coloquio y preguntas

17.45 **Puentes entre los mundos físico y digital: Geo-Commerce y códigos bidimensionales**

- » ¿Qué es la Geolocalización y qué ventajas aporta al mercado de E-Commerce?
- » Tráfico global de escaneo de códigos en España y Resto del mundo
- » Resultados de campañas de códigos BIDI por sectores

- » Sistemas operativos más utilizados en el escaneo de códigos
- » Posibilidades que ofrece y casos de éxito en E-Commerce

D. Agustín Calvo
Director General Spain
SCANBUY

18.15 Coloquio y preguntas

18.30 **Mesa Redonda**

Nuevas formas de pago por móvil a través de tecnología NFC

La tecnología NFC permite comunicar a dos dispositivos que estén muy próximos entre sí, todavía más cerca que con Bluetooth. Una de sus aplicaciones es que los teléfonos podrán actuar de 'monederos digitales' y realizar micropagos de manera sencilla. En 2013 se estima que habrá más de 300.000 millones de transacciones a través del móvil. Un 20% de los dispositivos tendrán tecnología NFC.

- » ¿Qué es la tecnología NFC? ¿Qué aspectos diferenciadores tiene respecto a iniciativas anteriores? ¿Qué porcentaje de terminales tienen esta tecnología en la actualidad?
- » Panorama actual de la compra a través de dispositivos móviles a nivel mundial
- » ¿Estamos preparados para el pago con móvil en España? Experiencia Mobile Shopping Sitges 2010
- » ¿Cuáles son los actores en el proceso de pago por móvil y qué inversión supondrá para cada uno de ellos?

D. Andea Fiorentino
Responsable para Europa
VISA

D. David Urbano
Mobile Director
LA CAIXA

D. Jorge Martín
Gerente de M2M y Soluciones Sectoriales
TELFÓNICA

D. José Luis Arias Muerza
Director General
INGENICO IBERIA

19.30 Coloquio y preguntas

19.45 Fin de la Jornada

Organiza:

Unidad Editorial Conferencias y Formación
Avda. de San Luis, 25. 28033 Madrid
Tel.: 91 443 53 36 • Fax: 91 443 69 95
infoconferencias@unidadeditorial.es

Síganos y plantee sus
cuestiones en nuestros
canales 2.0



Colabora:



CONFERENCIA E-Commerce, M-Commerce y nuevas formas de pago

Precio por inscrito:

1.100 € + 18% IVA

Fecha y lugar de celebración

Madrid, 16 de febrero de 2012

Auditorio Unidad Editorial
Avda. de San Luis, 25. 28033 Madrid

Tel. Unidad Editorial 91 443 53 36



Hoteles recomendados

- Hotel Nuevo Madrid**
C/ Bausá, 27. Tlf. 91 298 26 00. Distancia a la Sede de Unidad Editorial 1,8 km-6 minutos
- Hotel Confortel Pío XII**
Avda. Pío XII, 77. Tlf. 91 387 62 00. Distancia a la Sede de Unidad Editorial 4,1 km-9 minutos

Cancelaciones

- Si usted no puede asistir, tiene la opción de que un sustituto venga en su lugar, comunicándonos sus datos por escrito, al menos, 24 horas antes del comienzo del encuentro.
- Para cancelar su asistencia, deberá notificarlo por escrito al menos 1 semana antes del comienzo del curso. En este caso será retenido un 15% en concepto de gastos administrativos.
- En caso de no cancelar la inscripción o hacerlo en menos de 24 horas, no será reembolsado el importe de la Conferencia.

Ventajas fiscales asociadas a esta Conferencia

La cuota de inscripción de esta Conferencia constituye un gasto fiscalmente deducible tanto para empresas, Impuesto sobre Sociedades, como para profesionales, en el cálculo del rendimiento neto de actividades económicas, IRPF. Al mismo tiempo, puede beneficiarse de una deducción en la cuota íntegra de ambos impuestos, por el 5% de su importe.



Transportista Oficial

Para Asistentes, Comité Organizador y Ponentes Invitados:

Para vuelos **Nacionales, Europeos e Intercontinentales** destino final el lugar donde se celebre el Evento y v.v. (OW y/o RT):

- 45% de descuento sobre tarifas completas en **Business**
- 50% de descuento sobre tarifas completas en **Turista**

Para vuelos directos, operados por AIR NOSTRUM (IB-8000):

- 30% de descuento sobre tarifas completas **Business y Turista**

Hoteles colaboradores

Indique su asistencia a este evento para formalizar su reserva



Hotel NH Abascal
Teléfono de Reservas: 91 441 00 15
Consulte precio especial



Hotel InterContinental Madrid
Teléfono de Reservas: 91 700 73 00
Consulte precio especial



Hotel Petit Palace Embassy
Teléfono de Reservas: 91 431 30 60
Consulte precio especial

Cómo inscribirse

- Entre en www.conferenciasyformacion.com
- Regístrese como usuario
- Seleccione la conferencia a la que desea asistir y pulse "inscríbese ahora"
- Indique el número de inscripciones y pulse "actualizar total" y a continuación "comprar"
- Compruebe que sus datos están correctos y pulse "enviar"
- Elija forma de pago: Tarjeta VISA Transferencia
- Recibirá automáticamente confirmación de su inscripción vía e-mail

conferencias
y formación.com

C_ENCECMCOME_www

Colaboran:



Confederación Española
de Empresas de Tecnologías
de la Información,
Comunicaciones y Electrónica

Expansión.com