



## SESION 2

*Todas las claves para entender al cliente omnicanal y establecer vínculos efectivos*

# Marketing Experiencial Más Allá del Customer Experience Management - CEM

**Madrid, 11 de Febrero de 2014 - Hotel Meliá Avenida América**

- ▶ **CEM**, los clientes que tienen una mala experiencia de usuario deciden cambiarse a la competencia, evítelo
- **SOLOMO**
- **GAMIFICATION**
- **SOCIAL BUSINESS**
- **MOBILE MARKETING**, integración del canal móvil en sus estrategias
- ▶ **BIG DATA**, clave para comprender la experiencia de usuario

### Ponentes confirmados:

**Félix Muñoz**  
Experto en Marketing, Consultor Independiente  
en Marketing y Comunicación

**Daniel Crestelo**  
Director de Conversión y Marketing  
[MUCHOVIAJE.com](http://MUCHOVIAJE.com)

**Miguel Ángel Gómez**  
Director de Marketing y Ventas  
[AIR MILES](http://AIR MILES)

**Jose María García**  
Director de Clientes  
[REALE](http://REALE)

**Francisco Alvarez Cano**  
Social Media  
[CECABANK](http://CECABANK)

**Leticia Menendez Lopez**  
Responsable CRM y Fidelización  
[TELEPIZZA](http://TELEPIZZA)

**Emérito Martínez**  
Chief Marketing Manager  
[QDQ Media](http://QDQ Media)

**Oscar Fernández**  
CEO  
[MUCHOMOVE](http://MUCHOMOVE)

**Javier Alonso Roig**  
Multichannel CRM Analyst  
[LG ELECTRONICS](http://LG ELECTRONICS)



## Ponentes confirmados:

Antonio Macías  
Director del Area de Desarrollo de Negocio  
I+D de Medios de Pago  
**BBVA**

Rubén Martínez Nieto  
Director de Medios de Pago, Bancaseguros  
y Banca Electrónica  
**NOVAGALICIA BANCO**

Félix Muñoz  
Experto en Marketing,  
Consultor Independiente en Marketing y  
Comunicación

Daniel Crestelo  
Director de Conversión y Marketing  
**MUCHOVIAJE.com**

Jose María García  
Director de Clientes  
**REALE**

Hugo Nájera  
Chief Innovation Officer  
**BBVA**

Fernando Boza  
Director de Multicanalidad  
**SANTANDER**

Bernardo Crespo  
Responsable de Marketing Digital España  
y Portugal  
**BBVA**

Elisa Bertrán  
Directora de Canales y Medios de Pago  
**CAJA DE INGENIEROS**

Ferrán Busquets  
Responsable de Desarrollo de Negocio  
Medios de Pago  
**BANC SABADELL**

Representante  
**REDSYS**

Nicolás Moya García-Luján  
Director de Innovación  
**BANKINTER**

Francisco Alvarez Cano  
Social Media  
**CECABANK**

Miguel Ángel Gómez  
Director de Marketing y Ventas  
**AIR MILES**

Leticia Menendez Lopez  
Responsable CRM y Fidelización  
**TELEPIZZA**

Ricardo Metón  
Director de Desarrollo de Negocio  
**EVO BANCO**

Agata Viloca  
Directora de Desarrollo de  
Negocio Multicanal  
**CATALUNYACAIXA**

José Valiño  
Director de Tecnología  
**NOVAGALICIA BANCO**

Javier Cabezas Arias  
Jefe de Estrategia y Negocio.  
Gestión de Clientes y Eficiencia  
**CECABANK**

Albert Figueras  
Dtor Medios Pago y Financiación  
Consumo  
**BANC SABADELL**

Ignasi Martín  
Director Àrea Banca Electrónica  
**CATALUNYACAIXA**

Emérito Martínez  
Chief Marketing Manager  
**QDQ Media**

Oscar Fernández  
CEO  
**MUCHOMOVE**

Javier Alonso Roig  
Multichannel CRM Analyst  
**LG ELECTRONICS**

Fernando Egido  
CEO  
**SELF BANK**

Luis F. Fernández Montañez  
Director de Usabilidad y  
Experiencia de Usuario  
**BANKIA**

Rodrigo García  
Profesor y miembro del  
Departamento de Investigación  
**IEB**

Fernando Egido  
CEO  
**SELF BANK**

Roberto García Mora  
Gerente de proyectos de innovación en  
Medios de Pago, TyO Banca Comercial  
Global  
**SANTANDER**

Carlos Abarca  
CIO  
**BANC SABADELL**

Arancha Sarasola  
Directora de Canales Digitales  
**ING DIRECT**

# Payments CIT, 1 día para **debatir y analizar** los principales **Retos de banca y empresa** para el 2014

## ► MOVILIDAD

- Nuevas regulaciones entran en juego en el mercado de medios de pago
- El incremento de **pagos móviles con el gran volumen** de usuarios que supone obligan a la banca a reconsiderar su modelo de negocio de pagos
- Es el momento de la **innovación**, de buscar **nuevos partners**, de conocer **estrategias de éxito** que pueden ayudar a un incremento real de los beneficios
- Momento actual de la banca móvil

## ► INNOVACIÓN, la base del Crecimiento

## ► MARKETING EXPERIENCIAL, más allá del Customer Experience Management

### Media Partners:



cibersur



eAsesorFinanciero.com



conferenZias.com

AUSBANC

### Con la colaboración de:



# 17 años presentes en el mercado nos avalan



## Los números de

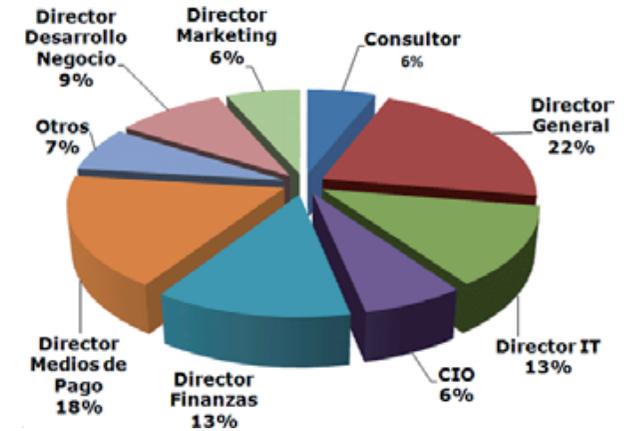


**+ 600** | asistentes a la última edición

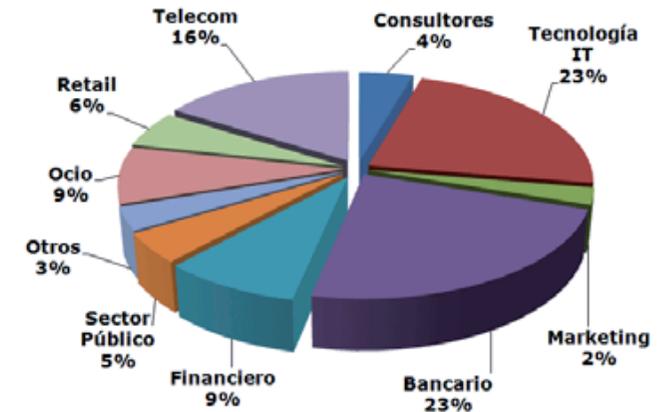
**50** | Keynote Speakers

**10** | Patrocinadores

## Cargos de los Asistentes Anteriores



## Sectores en Ediciones Anteriores





# Marketing Experiencial Más Allá del Customer Experience Management - CEM



## SESION 2

9:45 - Recepción de los asistentes

9:55 - Apertura de la Sesión por el Presidente de Jornada

10:00 - Keynote Session

**Marketing Experiencial o cómo generar experiencias para los clientes y conseguir clientes a través de las emociones**

- Cuál es su verdadero objetivo: identificar y aprovechar la relación que existe entre una serie de estímulos emocionales y el proceso de compra
- ¿Hay que limitarse a ofrecer una buena experiencia de uso o es algo más? : aportar experiencias y emociones gratificantes en el propio acto de la compra con el objeto de añadir valor al producto



**Félix Muñoz**  
Experto en Marketing,  
Consultor Independiente en  
Marketing y Comunicación

### EXPERIENCIA DE USUARIO

10:30 - Customer Experience: una oportunidad de venta

*La experiencia práctica de Muchoviaje.com*

- Gestión multicanal de asistencia para obtener una oportunidad de venta
- Cómo optimizar el cambio de gestionar transacciones a gestionar relaciones



**Daniel Crestelo**  
Director de Conversión y Marketing  
**MUCHOVIAJE.com**

11:00 - Café

11:45 - Cómo crear y ejecutar una estrategia de Inbound Marketing que funcione, que fidelice y ... deleite al cliente

*La experiencia práctica de Telepizza*

- Técnicas de atracción de clientes
- Cómo establecer relaciones estables y duraderas con los clientes



**Leticia Menendez Lopez**  
Responsable CRM y Fidelización  
**TELEPIZZA**

12:15 - Diferencias entre sólo gestionar relaciones y empezar a gestionar además experiencias

*La experiencia práctica de LG*

- Conceptos y técnicas de neuromarketing aplicadas en una empresa como la vuestra
- Cómo empezar a cambiar la estrategia y poner de verdad al cliente y sus demandas en el centro del negocio
- Cómo empezar a hacer CEM sin parecerse a las empresas de referencia en CEM



**Javier Alonso Roig**  
Multichannel CRM Analyst  
**LG ELECTRONICS**

12:45 - Big Data. ¿la revolución del marketing on line?. Big Data y el análisis digital como fórmula para comprender mejor al cliente omnicanal

- Big Data, ¿la clave para comprender y mejorar la experiencia de usuario?
- ¿El gran aliado ante el reto del cliente omnicanal?
- Ha cambiado el Mercado, el marketing y la estrategia de negocio?

13:15 - BigData Social Media & Analytics

- Desafío que supone Big Data desde el punto de vista de negocio y marketing, ¿tendencia?
- Cómo afecta en la forma de trabajar
- La implicación en Social Media en Social CRM y Digital and Social Analytics

13:45 - Coloquio

14:00 - Pausa y visita a la Exposición

15:30 - Uso de la gamificación: la gran tendencia para motivar al cliente y "enganchar" al usuario

*La experiencia práctica de Air Miles*

- Plan de acción a seguir para poner en marcha la estrategia
- Diseño e implementación de la estrategia: objetivo y target
- Cómo conseguir la involucración del usuario
- Cómo se puede medir los resultados



**Miguel Ángel Gómez**  
Director de Marketing y Ventas  
**AIR MILES**

# Marketing Experiencial Más Allá del Customer Experience Management - CEM

## SESION 2

### 16.00 - SOLOMO: el nuevo reto, cómo integrarlo en la estrategia de Marketing

La experiencia práctica de QDQ Media

- Cómo aplicar las herramientas para hacer más fácil la experiencia del usuario



**Emérito Martínez**  
Chief Marketing Manager  
QDQ Media

### 16:30 - Café

#### MOBILITY

### 17:00 - MESA REDONDA: Movilidad, ¿soporte o canal?

El tráfico móvil no deja de crecer, pero las empresas siguen teniendo dificultades para ofrecer una experiencia de calidad por este canal. Es más complicado ofrecer una experiencia de usuario positiva a través de un dispositivo móvil que a través de Internet

- Cómo crear una experiencia específica para dispositivos móviles
- Fidelización de Clientes a través de mMarketing: cómo fomentar la fidelización de clientes a través de la movilidad y gestionar las campañas en tiempo real
- La integración de los canales online y offline, ¿es correcta o sigue siendo deficiente?



**Oscar Fernández**  
CEO  
MUCHOMOVE

**Jose María García**  
Director de Clientes  
REALE

#### SOCIAL BUSINESS

### 17:45 - Social Media Marketing: cómo hacer Influential Marketing en Medios Sociales

- Social Commerce: Conectando con los clientes a través del nuevo canal
- Cómo obtener el máximo rendimiento en las redes sociales y dar una respuesta inmediata a las necesidades del usuario
- ¿Realmente se puede vender a través de Social Media?
- Cómo integrar los datos del Social Media con el CRM

### 18:15 -ROI del Social Media y gestión online de la reputación bancaria

La experiencia práctica de Cecabank: FORMS

- ¿Compensa la inversión en Social Media? Las 5 palancas de retorno: Eficiencia, Eficacia, Captación, Fidelización y Engagement
- Social Media en banca sólo se traduce en transformar rentabilidad en euros y mitigar riesgos. Cómo cuantificar eso? KPIs y ROI social
- La experiencia práctica de Cecabank: FORMS (Financial Online Reputation Management Service)



**Francisco Alvarez Cano**  
Social Media  
CECABANK

### 18:45 - Fin de la Sesión

## ESPECIFICO PARA:

### EMPRESAS ANUNCIANTES

- Director de Marketing
- Director de Marketing Directo
- Responsable de Fidelización
- Director de Promociones
- Director Comercial y de Ventas
- Director de Gestión Atención a Clientes
- Director de Calidad de Servicio
- Key Account Manager
- Responsable de CRM

### AGENCIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

- Director General
- Key Account Manager

# iInscríbese ahora!

Contacte con Rubén Causapié o Verónica Núñez a través de estas opciones:



91 700 49 38

91 700 43 44



rcausapie@iirspain.com

vnunez@iirspain.com



www.iir.es

## Finance Forum Series Payments CIT'2014

Madrid, 11 de Febrero de 2014

BF104

Precio	999€ + 21% IVA
Precio 2x1 (antes del 15 de Diciembre)	
Precio Especial (para Banca, Cajas, Retail y Utilities)	399€ + 21% IVA
Precio 2x1 (antes del 15 de Diciembre)	
Marketing Experiencial más allá del Customer Experience Management Innovación en Entidades Financieras	Sesiones de Libre Acceso 
A todas aquellas personas que nos sigan a través de  y  tendrán un 5% de descuento extra (no acumulable a otras ofertas)	

### THE PERFECT VENUE



#### LUGAR DE CELEBRACIÓN

Hotel Meliá Avenida de América  
C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 36  
28027 Madrid  
Tel. 91 423 24 00

El Departamento de Atención al Cliente se pondrá en contacto con Vd. para confirmar su inscripción

No puedo asistir. Estoy interesado en su documentación



@iiRSponsorship



youtube.com/iirespana



linkedin.com/in/iircongresosyconferencias



flickr.com/photos/iirspain

#### POLITICA DE CANCELACION

Si Vd. no puede asistir, tiene la opción de que una persona le sustituya en su lugar. Para cancelar su asistencia, comuníquenoslo con, al menos, 2 días laborables antes del inicio del evento. Se le enviará la documentación una vez celebrado el evento (\*\*\*) y le será retenido un 30% del precio de la inscripción en concepto de gastos administrativos. Pasado este periodo no se reembolsará el importe de la inscripción. iiR le recuerda que la entrada a este acto únicamente estará garantizada si el pago del evento es realizado antes de la fecha de su celebración. (\*\* En caso de cancelación del evento por parte de iiR el asistente podrá elegir la documentación de otro evento) Hasta 5 días antes, iiR se reserva el derecho de modificar la fecha de celebración del curso o de anularlo, en estos casos se emitirá un vale aplicable en futuros cursos o se devolverá el 100% del importe de la inscripción.