

BusinessConnect

A New Era of Smart

IBM Smarter Commerce

La importancia del momento



© 2014 IBM Corporation

#START015

Smarter Commerce

5 Puntos de vista del
canal online



Ana Gobernado Hernández

Manager of Industry Solutions - IBM Software Group
Spain, Portugal, Greece & Israel

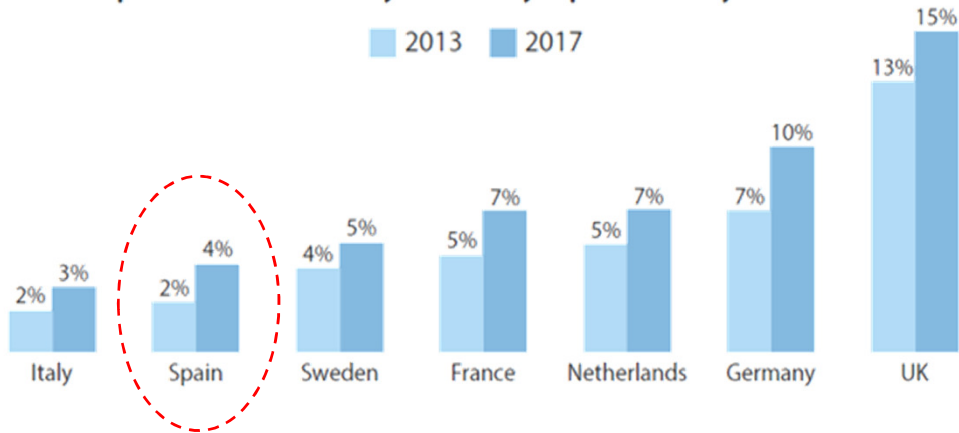
@AnaGobernado

#

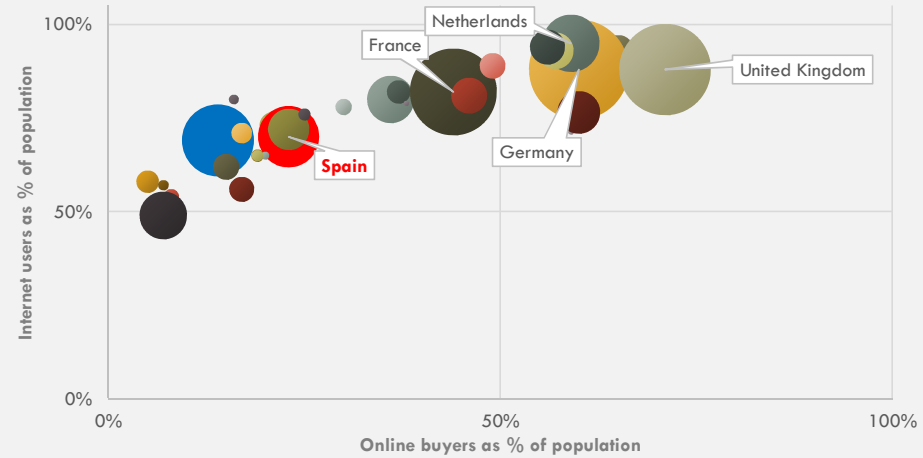
1

El mercado digital
es relevante.

Proportion of the country's economy represented by online retail

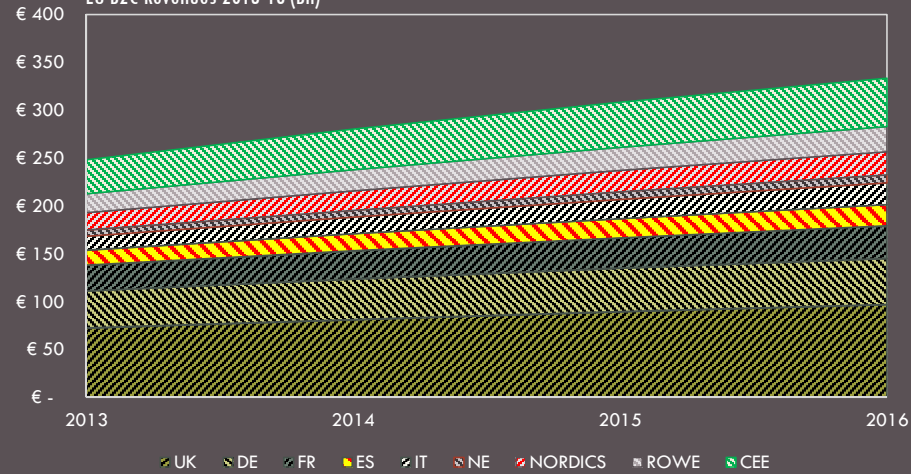


European Digital market potential by country



El mercado Online Español se duplicará en los próximos años

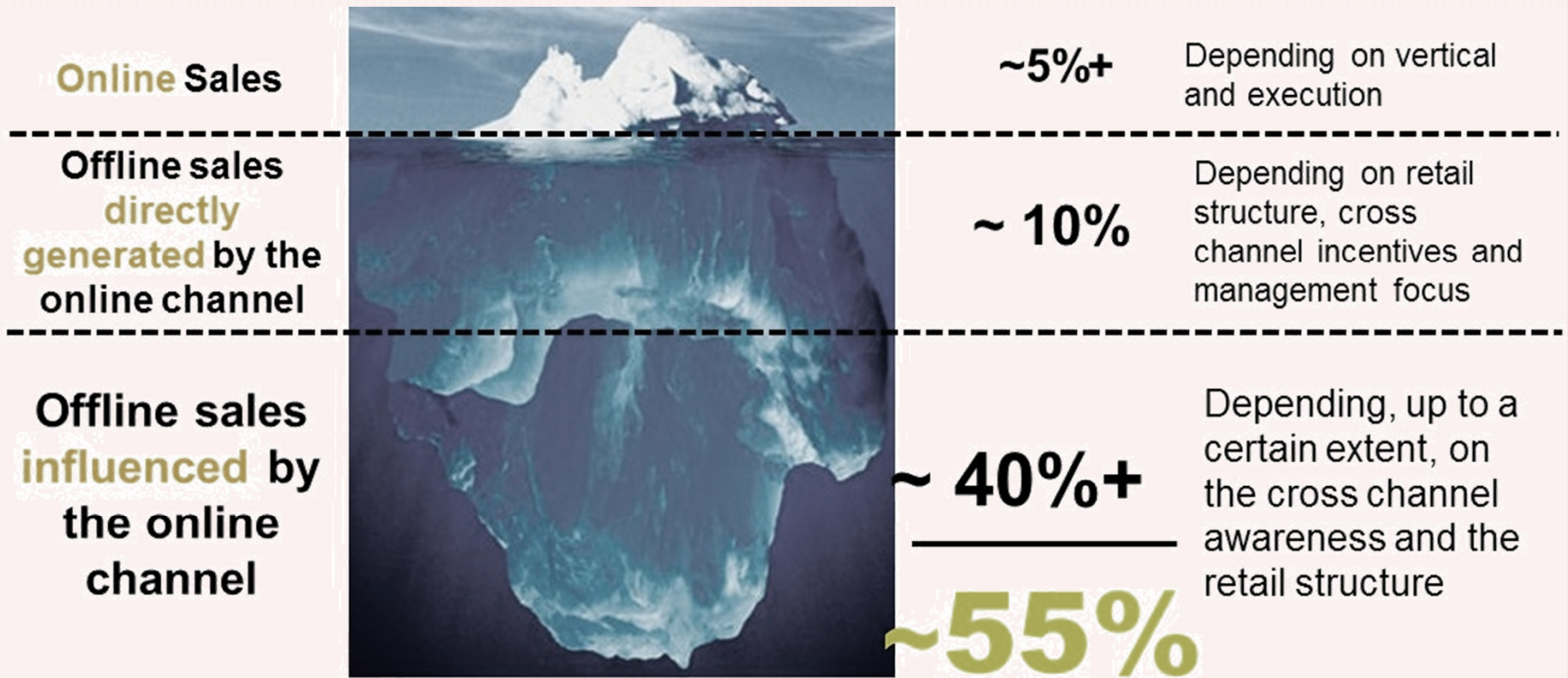
EU B2C Revenues 2013-16 (Bn)



Source: Forrester

Source: Forrester

#2 No se trata solo
de B2C online.



La influencia del canal online en el offline es 10x el volumen del canal online



B2B

\$559Bn



B2C

\$252Bn



B2B

€200Bn



B2C

€215Bn

La oportunidad
B2B es aún
mayor que B2C

Source: The center for Retail Research & The Forrester Wave™, B2B Commerce Suites, Q4 2013

#3 El consumidor
lidera el cambio.

Hubo un tiempo en que comprar era una experiencia
única y social





La “democratización” del comercio movió la experiencia al lado transaccional

Con la
“disrupción
digital” hemos
vuelto a
sentirnos
únicos y
comprar es
nuevamente
una experiencia
social.





Como consumidores, seguiremos adoptando tecnologías que refuerzan nuestro poder. La experiencia de usuario es más importante que nunca.

#4

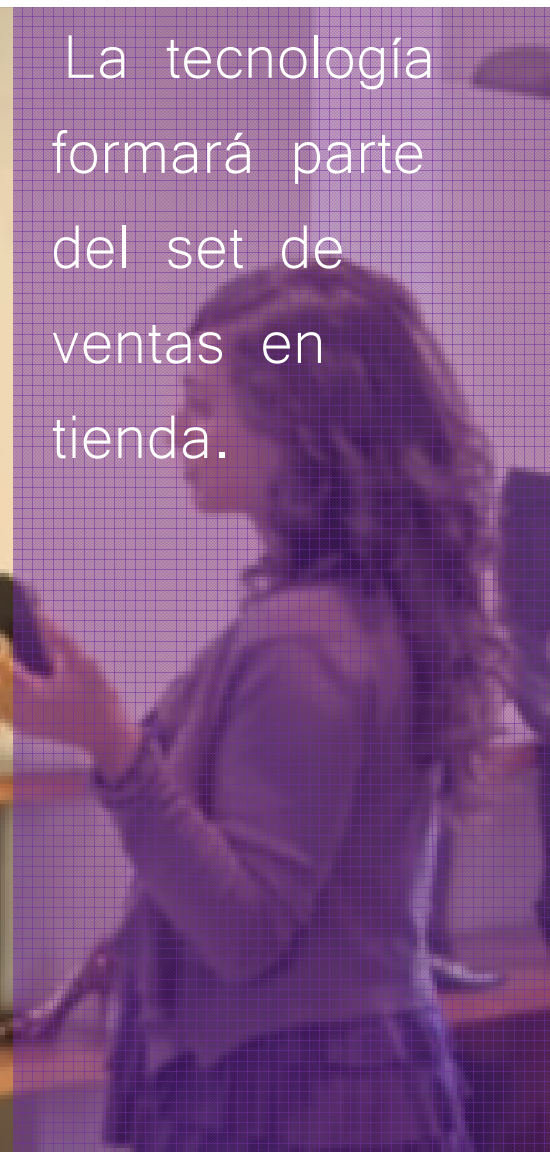
La madurez del
mercado es una
frontera movible.



Digital se mueve al offline



La tecnología formará parte del set de ventas en tienda.





El Marketing será una comunicación de 1 a 1



Free Lace with Chuck Taylor Fresh Color Sneakers



DESIGN YOUR SNEAKERS

CONVERSE
BLANK

CANVAS

Converse Design Your Own



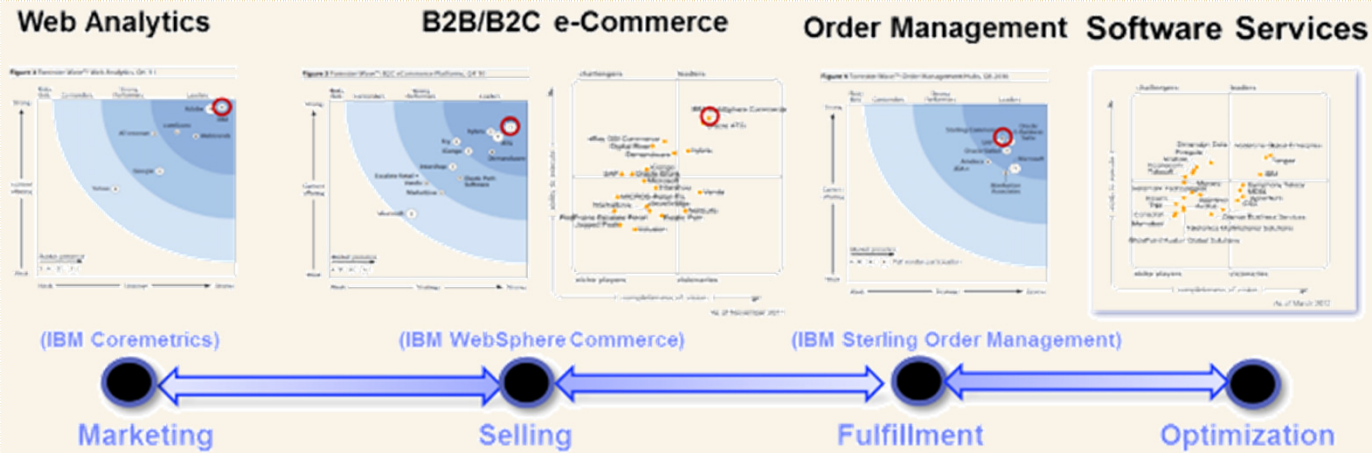
“Social” estará más al centro de la estrategia

#5

Las soluciones de IBM poseen el mejor fit para la industria.

Lideramos hoy e Invertimos en el “NEXT COMMERCE”

IFI CLAIMS® 2013 TOP 20 US PATENT ASSIGNEE



IBM Corp.	6.809
Samsung...	4.676
Canon K K JP	3.825
Sony Corp JP	3.098
Microsoft Corp	2.660
Panasonic Corp JP	2.601
Toshiba Corp JP	2.416
Hon Hai Precision...	2.279
QUALCOMM Inc	2.103
LG Electronics Inc KR	1.947
Google Inc	1.851
Fujitsu Ltd JP	1.806
Apple Inc	1.775
General Electric Co	1.739
GM Global...	1.626
Seiko Epson Corp JP	1.494
Ricoh Co Ltd JP	1.470
Intel Corp	1.455
Hewlett-Packard...	1.360
BlackBerry Ltd CA	1.334

Operamos una de las marcas globales más exitosas

Forbes®

Forbes most valuable brands (Nov. 2013)	Rank
Apple	1
Microsoft	2
Coca-Cola	3
IBM	4
Google	5
McDonald's	6
General Electric	7
Intel	8
Samsung	9
Louis Vuitton	10
BMW	11
Cisco	12
Oracle	13
Toyota	14
AT&T	15
Mercedes-Benz	16
Disney	17
Wal-Mart	18
Budweiser	19
Honda	20
SAP	21
Verizon	22
Gillette	23
NIKE	24
Pepsi	25



Interbrand

Interbrand best global brands 2012	Rank
Coca-Cola	1
Apple	2
IBM	3
Google	4
Microsoft	5
General Electric	6
MacDonalds	7
Intel	8
Samsung	9
Toyota	10
Mercedes Benz	11
BMW	12
Disney	13
Cisco	14
HP	15
Gillette	16
Louis Vuitton	17
Oracle	18
Nokia	19
Amazon	20
Honda	21
Pepsi	22
H&M	23
American Express	24
SAP	25

A world map is centered on the page, overlaid on a dense grid of small, square images of diverse people from various ethnicities and ages. The map is semi-transparent, allowing the grid to be seen through it. The text 'Proveemos una vision Glocal' is centered over the map, with 'Glocal' in red.

Proveemos una vision Glocal

- IBM office / branch office
- IBM represented by partner company
- Supported from other country
- Embargoed
- No local business

Somos flexibles



No solamente proveemos tecnología punta

Commerce
Leadership

Top retail
experience

Industry expertise

Avant-garde
thinking

Key talent

Global reach &
local focus



Y es por eso que las mejores empresas confían en IBM

Experiencia de clientes en soluciones de Smarter Commerce de IBM

Angel Sagredo



Director de desarrollo Smarter Commerce para Europa

 @AngelSagredo

Javier Rigal



Director Corporativo de Sistemas

Julia Cobeta



Responsable de usabilidad y calidad de servicio

 @jumisaza

Emilio Marquez #START015

 @EmilioMarquez

#START015

Conclusiones

Smarter Commerce

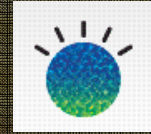


Ana Gobernado Hernández

Manager of Industry Solutions - IBM Software Group

Spain, Portugal, Greece & Israel

@Ana Gobernado



Commerce

Conseguir experiencias de compra excepcionales en todos los canales

IBM Websphere Commerce

Coordinar procesos de tramitación de pedidos y venta en varios canales

IBM Sterling Order Management

Mover los datos por el mundo a máxima velocidad

Aspera

Integrar procesos, transacciones y relaciones B2B

IBM Sterling B2Bi/MFT

Planificar y diseñar redes para la optimización de toda la cadena de suministro

IBM ILOG LogicNet

Gestionar activamente los contratos durante el ciclo de vida de aprovisionamiento y venta

IBM Emptoris



Marketing

Mejorar la experiencia de usuario mirando a los canales digitales con la mirada de tus clientes

IBM Tealeaf

Obtener información a partir de comparativas y análisis digitales

IBM Coremetrics WebAnalytics

Crear campañas de marketing relevantes y personalizados en todos los canales y en tiempo real

IBM Campaign, Detect e Interact

Fidelizar al cliente móvil en el momento y lugar adecuado

IBM Mobile Push Notification

Actuar sobre los comportamientos de los clientes en tiempo real

Silverpop

Optimizar precios, oferta de productos, rebajas y promociones

IBM DemandTec



SmartZone #Smarter015



Smarter Commerce



Comercio electrónico de última generación



DXO Digital Experience Optimization



Retención y Fidelización de clientes



Nextail Labs: El futuro del retail de moda.



Optimiza la experiencia de tus canales digitales



Conocimiento del Negocio a través del Conocimiento del Cliente

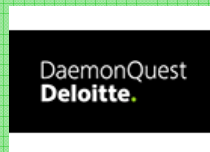


Instore-Analytics

Smarter Marketing



Smarter Marketing I



Smarter Marketing II

Smarter Cities



Smarter Utilities



Smarter Cities

Más Smarter



Aspera



Generación de Ofertas Dinámicas en Reservas on-line



Gestión de Requisitos para Desarrollo de Productos



SmartZone #Smarter015 – Mesas de Expertos



14:30 - 15:00 **Obtén el máximo rendimiento del canal online**



Pablo González - Director Desarrollo de Negocio

15:00 - 15:30 **Marketing Lab: un centro de servicios único y rentable para el CMO**

DaemonQuest
Deloitte.

Flor de Esteban - Socia Daemon Quest- Deloitte

15:30 - 16:10 **Impacto del eCommerce en los diferentes sectores en el 2015**



Emilio Marquéz - Embajador de IBM Smarter Solutions

Ángel Sagredo - Director de Desarrollo de Smarter Commerce, IBM Europa

16:10 - 16:30 **¿Y si supieran cómo van a reaccionar sus clientes ante cambios en los precios?**



David González - Especialista Técnico de Soluciones de Optimización de precios

We are IBM. We love Commerce