

IES 2016

International E-Commerce Summit & Expo

Revolutionary E-commerce: the e-road to successful business

hashtag #IESsummit

Milano, 11-12 Ottobre 2016

Melià Milano Hotel,
Via Masaccio 19 - Milano

Overview

Le vendite on line mostrano trend positivi in ogni settore di attività. La rapidità, l'efficienza, l'ampiezza di assortimento e la possibilità di informarsi e confrontarsi premiano il web.

I consumatori sono sempre più orientati verso l'universo on line e anche in Italia il mercato cresce, anche se non siamo ancora ai livelli dei principali mercati occidentali.

International e-Commerce Summit & Expo è l'appuntamento internazionale dedicato ai trend e alle novità più importanti nel mondo del Retail e dell'e-commerce. Keynote speaker internazionali e nazionali si riuniranno per discutere dei nuovi scenari di mercato e per approfondire i principali drivers e le sfide per le imprese che si affacciano all'online retail.

Anche quest'anno sarà prevista piena interazione e dialogo tra keynote, speaker e platea secondo il format del barcamp: tutti i partecipanti potranno offrirsi come volontari per intervenire in una sessione dell'evento. Il tempo assegnato ad ogni partecipante è di 5 minuti.

AGENDA

11 Ottobre 2016

OPENING SESSION – e-COMMERCE EVOLUTION

18.20 Registrazione dei partecipanti e saluto di benvenuto a cura della chaiperson:

Silvia Vianello, Professor Marketing Department, SDA Bocconi

18.30 IES Networking session: “Consumers in the Digital Economy: e-Commerce guidelines”

Al fine di sostenere il mercato del commercio elettronico e migliorare la fiducia degli utenti, l'OCSE rimarca più volte la necessità di rafforzare la tutela dei dati personali implementando adeguate misure di sicurezza contro violazioni e cyber-attacchi, ed evitando che le imprese adottino pratiche ingannevoli per la raccolta e l'utilizzo dei dati personali dei consumatori. Particolare attenzione deve essere posta, tra l'altro, alla corretta informazione dei consumatori per consentire loro di esercitare scelte consapevoli, alla riduzione del rischio del furto di identità, alla tutela dei pagamenti on-line.

Brigitte Acoca, Ecommerce/product safety Policy Analyst/Lawyer, OECD Parigi

19.00 e-Commerce Evolution: Acquisition & Engagement Strategy

- Le strategie per adattarsi al nuovo tipo di consumatore, uno smartshopper sempre più informato ed esigente
- Il nuovo paradigma di engagement: creare un rapporto con il consumatore con tecnologie mirate e funzionali nei momenti pre-acquisto e post-acquisto

Paolo Barbesino, Head of Digital, UniCredit Bank Austria

19.20 e-Commerce Evolution, creating the retailer of the future

Panel Discussion:

Gianni Martino, Country Manager Italy & Spain, Car2go

Carlo Urbinati, Presidente, Foscarini

20.00 Chiusura dei lavori

AGENDA

12 Ottobre 2016

08.30 Registrazione dei partecipanti e welcome coffee

09.00 Apertura dei lavori a cura della chairperson:

Silvia Vianello, Professor Marketing Department, SDA Bocconi

KEYNOTE SESSION - CROSS BORDER e-COMMERCE

09.30 Cross Border e-Commerce: come conquistare clienti internazionali attraverso una strategia di brand cross-border

- come profilare le abitudini dei consumatori e le caratteristiche del mercato a livello nazionale o regionale per fornire un'offerta personalizzata
- Acquisire traffico nelle diverse country adattando i contenuti
- Come passare dal "global" al "local" e viceversa

Jarvis Macchi, Head of Digital, PINKO

KEYNOTE SESSION - SMART COMMERCE

09.50 Smart commerce Evolution

- Internet of things, realtà aumentata: lo smart commerce come nuova era del retail
- Smart Commerce for smart homes

Edoardo Giorgetti, CEO, Banzai Commerce

KEYNOTE SESSION - THE POWER OF LOGISTICS

10.10 The Power of Logistics: la grande sfida della qualità di servizio nella logistica dell'e-commerce, dal magazzino alla fase di consegna

Michele Andreucci, IT - DC – Admin, Logistics Manager, QVC

10.30 Intervento speaker tbd

KEYNOTE SESSION - OMNICHANNEL STRATEGY

11.00 Il customer care nell'era della multicanalita: la chat libera tutti

- Di tutti i canali a disposizione gli utenti preferiscono sempre più spesso la chat, che al tempo stesso consente di abbattere i costi ed erogare un servizio di livello superiore

Alessandro La Ciura, Ceo & LiveHelp Chat Master, Sostanza

11.20 Coffee Break

CASE STUDIES

QUALI SONO I KEY BUSINESS TREND E LE OPPORTUNITÀ OFFERTE DALL'E-COMMERCE OGGI?

Social Media, Mobile, Data Driven, Technology Innovation, In store Digital e Digital Payments: questi i principali driver dell'evoluzione del mercato e-commerce che saranno presentati nelle seguenti sessioni di approfondimento, attraverso la partecipazione di esperienze concrete di successo nell'utilizzo di tali strumenti.

11.45 DATA DRIVEN RETAIL – ENABLING BIG DATA FOR SUCCESSFUL e-COMMERCE

- La Customer Journey: la creazione un percorso personalizzato per ciascun cliente attraverso il riconoscimento univoco degli utenti - User Identity - e l'analisi dei dati in real time
- Marketing Automation per incrementare il Customer Lifetime Value, ossia il valore che il cliente può generare nel tempo
- conoscere il cliente e stimolare le sue conversazioni per raccogliere quantità di dati sempre maggiori che, analizzati con tecnologie ad hoc, possono rappresentare uno strumento molto potente per facilitare la presa di decisioni di business

Claudia Temeroli, Marketing Manager, Diennea – Magnews

Emiliano Vismara, Web Sales & Digital Marketing, Tenacta Group

12.15 RETAIL DIGITAL & TECHNOLOGY TRANSFORMATION

- L'integrazione delle tecnologie di Digital Signage, IoT, Virtual e Augmented Reality per realizzare digital story-telling all'interno del negozio
- Lo store come luogo di creazione di esperienze, e non solo di vendita di beni
- Customer experience e user generated content: rendere i propri clienti protagonisti del brand

Giovanni Flore, Retail Digital Signage Project Manager, Benetton Group

12.35 COME UTILIZZARE LE TECNOLOGIE DIGITALI PER GESTIRE UNA COMUNICAZIONE INTEGRATA ONLINE-OFFLINE

- Come utilizzare le tecnologie digitali OnLine e OffLine per implementare sul mercato retail soluzioni orientate al multichannel marketing
- Le esperienze di M-Cube sulle soluzioni ROPO (research on line purchase off line)

Massimo Ceola, Business Development Manager, M-Cube

12.55 INNOVATIONS IN DIGITAL PAYMENT

- I 5 consigli per ottimizzare le metodologie di pagamento in mobilità
- Prospettive future: come rendere l'operazione di pagamento il più semplice possibile, sfruttando la tecnologia in ottica di Business, di marketing e di supporto ai servizi

Paola Treçarichi, Country Manager, HiPay Italy

13.15 Lunch

KEYNOTE SESSION - CUSTOMER EXPERIENCE

14.30 Mobile Retail Revolution

- il mobile come prima priorità nella strategia e-commerce
- l'utilizzo delle app come canale principale per l'acquisto via mobile e il miglioramento della user experience
- come cambiano le logiche di acquisizione di nuovi clienti

Marta Buffoni, Direttore Marketing, Saldi Privati

14.50 The Rise of INSTORE DIGITAL

- come favorire il passaggio tra i canali per dare il massimo confort al consumatore durante l'esperienza di acquisto
- il negozio digitale come struttura in grado di aggregare e ricevere esperienze da tutti i canali, fisici e digitali

Enrico Fantini, Responsabile e-Commerce, Carrefour

15.10 Creating an immersive Customer Experience

- Cosa vuole realmente il mio cliente? Quali sono i formati di successo e come migliorare la shopping experience?
- Come coinvolgere il Cliente per migliorare l'esperienza instore?
- Come valorizzare la diversità dai competitor?

Andrea Bruno, Founder, Quomi

15.30 Barcamp Session

16.30 Chiusura dei lavori