

IES - International E-commerce Summit

Martedì 14 Novembre 2017

08:30 Registrazione dei partecipanti

OPENING SESSION

09:00 Apertura dei lavori: ha ancora senso parlare di e-Commerce nell'era della nuova normalità multicanale?

Lo stato dell'arte dei consumatori italiani e europei

I pattern di navigazione e acquisto dei consumatori italiani: focus sugli heavy e-shopper

Le sfide dell'e-Commerce nell'era dell'Hyper Relevance

Andrea Boaretto, Esperto e Consulente di marketing -

FIRST SESSION: E-COMMERCE TRENDS

09:20 Social e-Commerce: il consumatore 3.0 tra spazio fisico e spazio digitale

comprendere il passaggio dall'Online all'Onlife

come seguire la tendenza Absolute Knowledge che si svilupperà in futuro

come applicare le regole dello storydoing che sostituirà lo storytelling

Francesco Morace, Presidente - Future Concept Lab

10:00 Refreshments & Expo Hall Time

10:20 Experience e-Commerce: come rendere l'esperienza digitale parificabile a quella in store

Una nuova customer experience per i clienti di Amazon Prime Now

Come soddisfare il cliente attraverso modalità di consegna efficaci ed efficienti

Nikolay Yanev, Head of 3P Prime Now - Amazon Italia

10:40 Mobile Retail Commerce: le mosse vincenti per guidare il mercato

Personalizzare l'esperienza di shopping mobile secondo i bisogni dell'utente e gli obiettivi del retailer
Sfruttare le tecnologie di identificazione cross-device per avere una sempre più precisa profilazione degli utenti
Utilizzare le App mobile per migliorare e velocizzare le transazioni
Mobile video marketing? Una nuova strategia da considerare

Nicola Cattarossi, Managing Director Southern Europe - GROUPON

SECOND SESSION: E-COMMERCE TIPS

11:00 Data Driven Retail: come massimizzare le performance di vendita dell'eCommerce attraverso un mix efficace di strategia, tecnologia e dati

Dalla reach alla fidelizzazione, come costruire la strategia di comunicazione multicanale valorizzando tutti i touchpoint del Customer Journey

Dal set up degli obiettivi alla misurazione dei risultati: come implementare un progetto di Marketing Automation dalla A alla Z

Casi pratici di campagne omnicanali che sfruttano il potere dei dati per aumentare il grado di personalizzazione della comunicazione e di engagement degli utenti

Claudia Temeroli, Marketing Manager - Diennea - MagNews

11:20 Global e-Commerce: come passare da singolo sito ad un intero ecosistema di canali di vendita on line

Le scelte strategiche e i partner giusti per costruire una strategia di vendita all'estero di successo

Come intercettare abitudini e tendenze di acquisto tra mercato globale e caratteristiche nazionali

Come scegliere su quali mercati puntare per incrementare le vendite all'estero

Sara Cendaroni, Head of Trading - eBay Italia

11:40 Refreshments & Expo Hall Time

12:00 Omnichallenge: come gestire in modo efficiente retail fisici e digitali

I conflitti di canale, le strategie di prezzo e il modello di contatto

Il Customer Service come leva di vendita e upsell

Servizi omnicanale, dall'e-Commerce prodotto centrico a un modello servizio centrico

Guido Lucarelli, Ceo - B2X

12:20 How Conversational Commerce Is Forever Changing the Way We Shop?

Hana Abaza, Head of Marketing - Shopify Plus

12:40 Q&A

13:00 Lunch

14:00 Digital Payments: Rivoluzione o Evoluzione?

Strumenti di pagamento

Numeri e Trend

Roberto Galati, Vice President - Country Manager Italy -

THIRD SESSION: E-COMMERCE MASTERCLASS

14:20 Masterclass E-Commerce Management: How to turn that ad clicker into a customer?

A full session of hands-on tips to turn every web page into a conversion machine. On any device.

Karl Gillis, the third Worl Expert in CRO, will analyze every element of a typical landing page (header, photo, design, text, call-to-action, usp's, ...). And he will show you the do's and don't, not based on gut feeling or opinions, but real-life examples.

Karl Gilis, CRO Specialist - AGConsult

15:00 Barcamp session

Lo scopo del Barcamp è quello di favorire il libero pensiero, la curiosità, la circolazione di idee oltre che le problematiche e la diffusione dei temi legati di solito all'e-commerce.

Tutti i partecipanti possono offrirsi come volontari e preparare una presentazione/discussione o intervenire in una sessione dell'evento. Il tempo assegnato ad ogni partecipante che vorrà parlare è di 5 minuti. A questo seguirà dibattito con domande e risposte

16:00 Chiusura dei lavori