

El Retail Media Congress se convierte en todo un éxito en su primera edición

Grandes compañías como TikTok, Estée Lauder, Publicis, FNAC, Coca Cola Europacific Partners, Carrefour y Disney, entre otros, hablaron de su experiencia

El pasado jueves tuvo lugar el Retail Media Congress, el nuevo evento referente del marketing, el Retail Media y el ecommerce en España, organizado por Ecommerce News, en el Espacio Jorge Juan (Madrid). La jornada congregó a más de 250 asistentes y contó con la participación de más de 30 speakers que debatieron, mostraron casos de estudio y ofrecieron keynotes para entender este nuevo modelo publicitario y conocer cómo empezar a aplicarlo en los negocios online.

Samuel Rodríguez, CEO y Cofundador de Ecommerce News y Pedro Pablo Merino, socio director y Cofundador de Ecommerce News, fueron los encargados de dar la bienvenida a los asistentes. Además, presentaron el Club Retail Media, un espacio donde se reunirán profesionales del sector del marketing que estén especializados en Retail Media. Se organizarán reuniones mensuales gastroexperienciales (showcooking) y poder hacer networking, aunque, lo más importante será hablar de las tendencias, retos y problemas que surjan alrededor de esta nueva forma de hacer publicidad.

Durante la jornada el primero en tomar la palabra fue Eduardo Esparza, Country Manager Spain de Webloyalty. En su ponencia, Esparza habló sobre "el contexto macroeconómico tan complicado en el que nos encontramos y cómo este tipo de soluciones pueden ayudar a las compañías a crear nuevas líneas de negocio". Sin embargo, lo más importante es que compartió en primicia algunas conclusiones del whitepaper 'Retail Media. Analizando la 3ª ola' que ha elaborado Webloyalty junto con Ecommerce News y que estará disponible en las próximas semanas.

Posteriormente, tuvo lugar la mesa redonda 'El Retail Media en el Sector del Gran Consumo'. Contó con la participación de Fabiola Zelaya, eCommerce Strategy and Data Manager for EMEA de Beam Suntory; Gonzalo Sanmartín Antelo, Retail General Manager, Spain and Portugal de The Walt Disney Company; Jesús Sancho Head of Carrefour Links Spain de Carrefour Spain; y José Luis Ferrero, Commerce lead Iberia de Publicis Groupe como moderador.

A modo de conclusión, Sanmartín apuntó que el futuro del Retail Media "tiene que ofrecer mayor variedad de formatos, porque quiero que me den un formato en el que poder transmitir la historia que me interese. También necesitamos medición, porque los equipos de marketing tenemos que explicar la inversión que hemos hecho y necesitamos poder tener una amplia variedad de datos para justificarlo".

En el encuentro también se habló de la solución SOCLOZ de la mano de Mar Villanueva, Chief Business Officer – Spain de SOCLOZ. Permite solucionar los retos de omnicanalidad de una forma sencilla, ya que con su tecnología posibilita y acelera la omnicanalidad en los puntos de venta físicos y online, compartiendo la gestión de stock y los puntos de contacto con el consumidor.

"El impacto del Retail Media en tu cuenta de resultados" fue la mesa redonda moderada por Paula Rodríguez, Business Development Director de Webloyalty Spain, junto a Paloma Hurtado, Retail Media Manager de FNAC; Fernando Herránz, Director de Experiencia Digital & eCommerce de Leroy Merlin España; y Carlos Esteve, Head of Brands & Partners Marketing de Glovo.

La importancia del Live Commerce se trató con Luis Esteban, Live Commerce Expert en The Jump Live Commerce. Resaltó en su charla que hay cinco claves esenciales: plan de proyecto, producto y oferta, producción y guion, audiencia e importancia del replay. No obstante, aseveró Esteban, "para poder medir los resultados de nuestra campaña necesitamos saber en qué datos hay que fijarse. El ratio de conversión es muy importante y el peor está en torno a un 7%", puntualizó.

En Shalion trabajan con marcas tanto locales como internacionales para hacer Full Brand Visibility y se complementa con la parte de Retail Media en base a los datos y Keywords que aporta. Para hablar de la compañía asistió Daniel Schwedhelm, Head of Sales de Shalion.

La penúltima mesa redonda tuvo como participantes a Aroa López, Head of Digital Marketing and Business de Samsung; Rafael Simal, Head of CE Division de Hisense, Niccolò Pietrucci, Customer Experience " Omnichannel " E-Commerce " Marketing Director " D2C de Whirpool; Fernando Siles Head of Online Marketing de Worten España; moderada por Salvatore Cospito, CEO de REETMO.

Carmen Limia, Head of OMG Transact, eCommerce Division de Omnicom Media Group, hizo referencia a cómo el Retail Media es el protagonista que está acercando posiciones entre equipos de trade, shopper y media. Durante su presentación reflejó cómo las marcas están adaptando sus organizaciones ante la 3ª ola del digital advertising.

El evento se cerró con la mesa redonda en la que participaron Clara Elliott-Bauzá, Brand Partnerships Lead de TikTok Spain; José Luis Ferrero, Commerce lead Iberia en Publicis Groupe; Eva Zaera, Associate Director Digital Commercial Development de Coca-Cola Europacific Partners; y Julia Pastor González, Ecommerce Activation Manager at Mondel?z International.

Datos de contacto:

AxiCom

616309676

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing Madrid Eventos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>