

18º Congreso Internacional

RETAIL 2021

SEMINARIUM®

Accep Asociación de
Centros Comerciales y de
Entretención del Perú

28 | 29 | 30

SEPTIEMBRE

01

OCTUBRE

GOING PHYGITAL

LO MEJOR DE AMBOS MUNDOS



15 ❤️ 65 💬 99

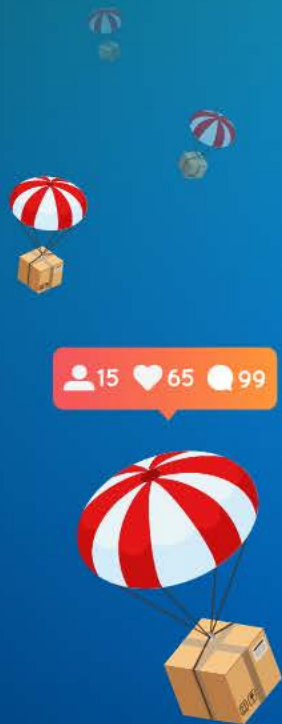
Hace años el mundo del *retail* buscaba estrategias disruptivas, pero ha sido la resiliencia hacia la adversidad la que ha radicalizado todo este cambio. Una marca como Zara, sin descuidar su punto de venta físico, ha conseguido que sus ventas online crezcan un 77% en 2020, esto supone multiplicar por cuatro lo que vendía en 2018. “Ahora recogemos los frutos de decisiones que tomamos hace años y que son las que nos han permitido tener una evolución de la venta online tan positiva”, aseguró este miércoles Pablo Isla, presidente ejecutivo de Inditex (*).

En noviembre de 2020 la penetración de internet en los hogares peruanos pasó de un 62% a 78% (**). En términos de consumo con tarjetas de débito o crédito, el *ecommerce* tuvo un incremento significativo en su participación de mercado pasando del 12.5% al 35% (***). Y esta tendencia no va a parar, nuestra normalidad se ha convertido en el mundo *Phygital*.

Wikipedia define este concepto como la presencia de una misma persona tanto en el mundo físico como en el digital y, por tanto, el comportamiento en ambos mundos no conlleva dos entes separados sino que es parte de una misma realidad. Esto, traducido en el mundo del marketing, es la conjugación de la inmediatez de la experiencia y la inmersión del usuario, típicas del mundo digital, con la interacción, prerrogativa de la experiencia física. Sin duda, todo ha generado una evolución mucho más acelerada para los todos los *players* del sector y ha generado muchos cambios que esperamos dar respuesta y generar tendencias en **Retail 2021**.

Serán cuatro jornadas 100% online con ponencias, estudios, debates y casos que permitirán conocer los cambios y nuevas tendencias de los consumidores, cómo desplegar una estrategia omnicanal exitosa y la complementariedad entre lo físico y virtual, la importancia de contar con un supply chain eficiente y adaptado al e-commerce con nuevas tecnologías para un entorno de negocios que se transforma.

(*) Reportaje El País, 10/03/2021, Hugo Gutiérrez | (**) Fuente Ipsos | (***) EY, Marco Orbezo, 12/04/2021





PERFIL DEL EVENTO

Retail 2021

17º
ediciones



Más de
500
ejecutivos del sector

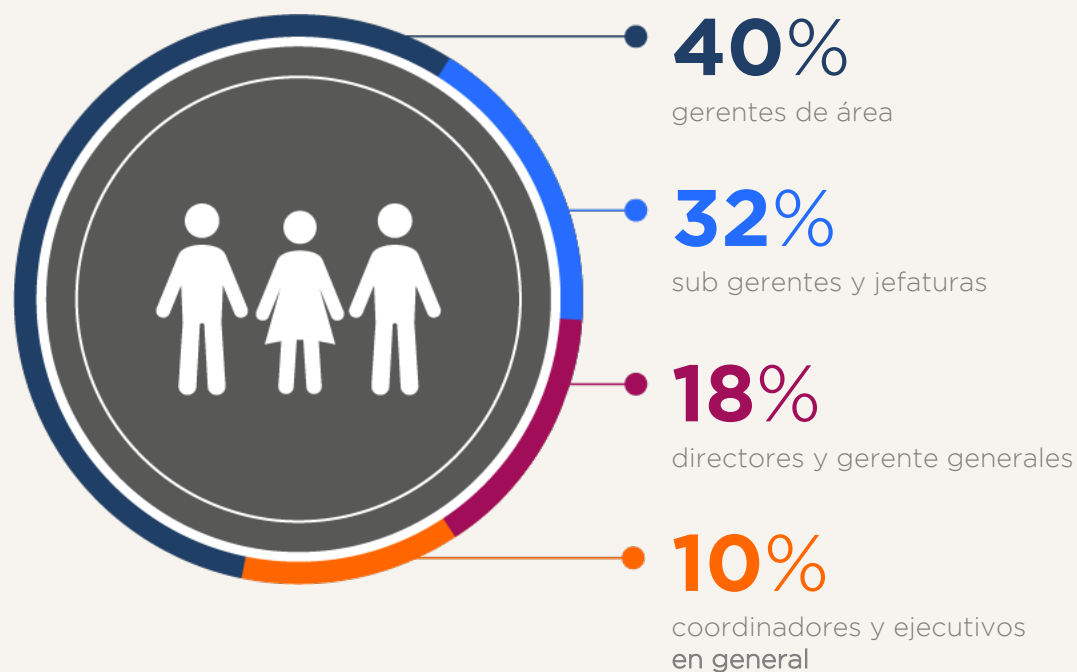


Más de
20
speakers nacionales e
internacionales

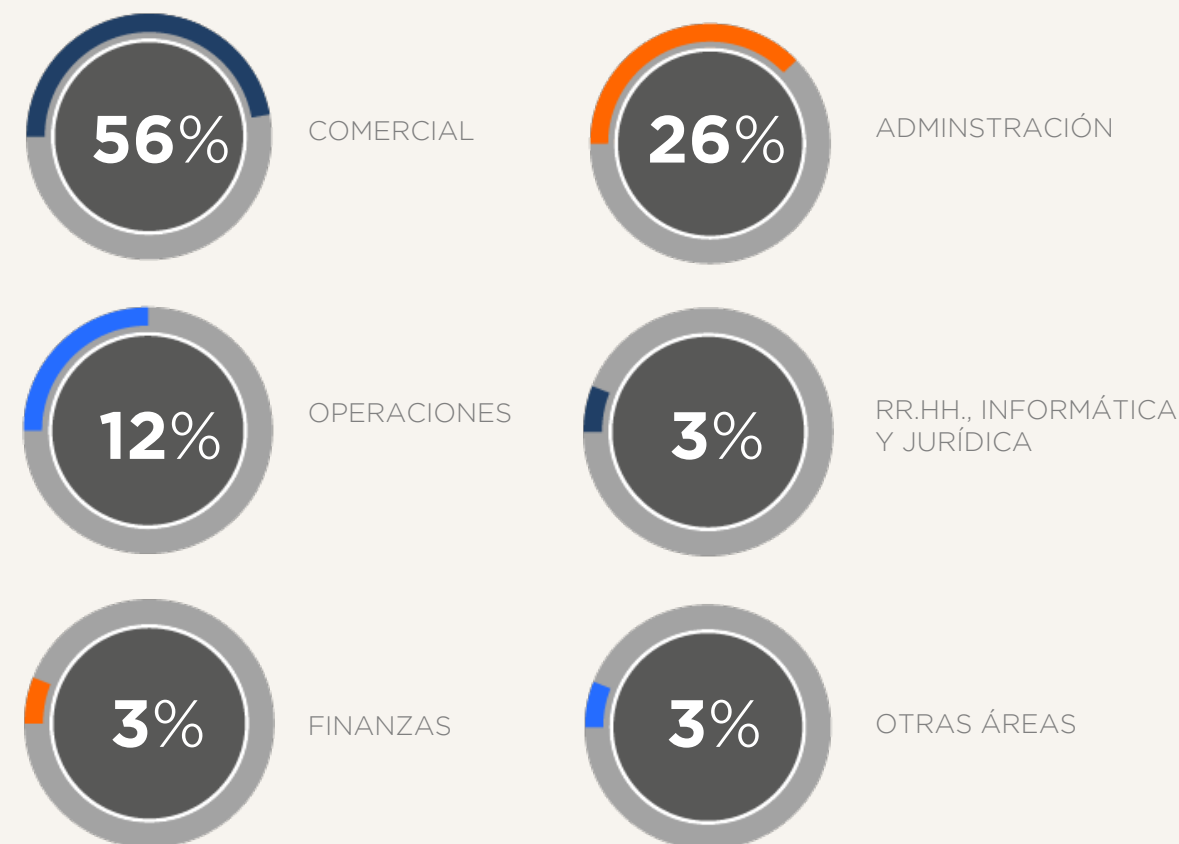


El 18º Congreso Internacional de Retail está dirigido a empresarios, directivos, gerentes generales, gerentes comerciales, gerentes de marketing, proveedores y consultores de las diversas áreas vinculadas al mercado minorista.

PERFIL POR NIVEL EJECUTIVO



PERFIL POR ÁREA FUNCIONAL



SEPTIEMBRE

OCTUBRE

MARTES 28

MIÉRCOLES 29

JUEVES 30

VIERNES 01

INICIO: 08:00 AM - Publicidad (REEL)

Tema I

El año del cliente. ¿Cómo se reinventa el retail para adaptarse al nuevo consumidor?

Tema III

Going phygital: el desafío híbrido entre la experiencia física y la digital

Tema IV

¿Cómo transitar hacia el e-commerce? o ¿Cómo transitar hacia lo digital?

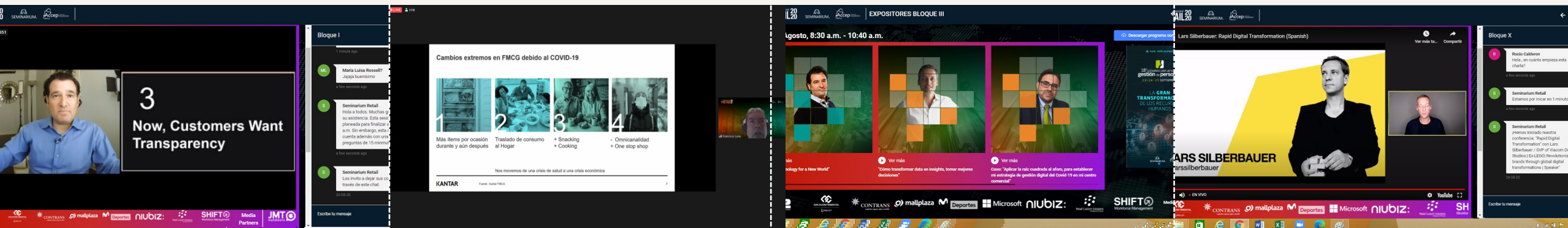
Tema V

Construyendo una cadena de suministro más inteligente

Tema II

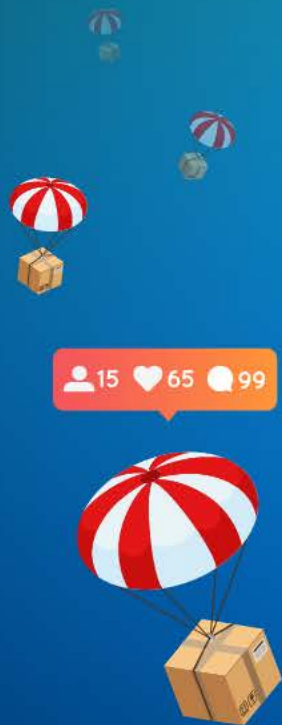
Desafíos del Retail en la región

CIERRE: 11:00 AM - Publicidad (REEL)



PATROCINIO DEL EVENTO

Oportunidades únicas para las marcas
patrocinadoras.



BENEFICIOS	SILVER	GOLD	PREMIUM	LEAD
BRAND REACH				
Exclusividad en el rubro				✓
Presencia de marca en materiales de promoción y difusión, comunicaciones pre y post evento		✓	Destacada	Destacada
Presencia de marca en la web	✓	✓	Destacada	Destacada
PRESENCIA VIRTUAL EN EL EVENTO				
Presencia de marca en la sala de conferencias virtual	✓	✓	Destacada	Destacada
Proyección de publicidad en recesos de la conferencia (reels)		✓	✓	✓
Presencia de marca en un bloque de contenido patrocinado (15")			✓	✓
Espacio empresa en zona de exhibición de auspiciadores	✓	✓	✓	✓
Chat en línea con participantes (habilitado para conversacion desde participante)	✓	✓	✓	✓
Chat en línea con participantes y videollamada (habilitado para conversacion desde participante y desde stand)		✓	✓	✓
Participación en Pack Digital comunicado a participantes durante el evento vía mailing	✓	✓	✓	✓
Pendón en lobby			✓	✓
MARKETING RELACIONAL				
Descuentos sobre cupos adicionales		15%	15%	20%
Inscripciones al evento de cortesía (1)	5	9	12	20
GENERACIÓN DE LEADS				
Envío de mailing a base de participantes			1	2
Acceso a listado de participantes (2)	✓	✓	✓	✓
Acceso de un Blogger del CLIENTE durante el evento			✓	✓

BENEFICIOS ADICIONALES EN SEMANA ECONÓMICA	SILVER	GOLD	PREMIUM	LEAD
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN PRE-EVENTO				
Presencia de logo en al menos 04 mails sobre el Congreso enviados a BD de 100,000 usuarios registrados	✓	✓	✓	✓
Presencia de logo en al menos 02 avisos de página sobre el Congreso en revista SE	✓	✓	✓	✓
Participación de vocero de marca en contenido auspiciado de 02 páginas sobre el Congreso, a publicarse en Revista SE y enviado por mail a BD. Contenido incluye entrevista al menos a un Keynote Speaker			✓	✓
Presencia de logo en banner del Congreso, dentro de boletín de noticias de SE (04 semanas)	✓	✓	✓	✓
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN POST-EVENTO				
Participación de vocero de marca en contenido auspiciado sobre resultados del Congreso, 02 páginas en revista y envío por mail. Contenido incluye comentarios de al menos un Keynote Speaker			✓	✓
Presencia de logo en contenido auspiciado (punto anterior)	✓	✓	✓	✓
BENEFICIOS ADICIONALES INCLUIDOS EN EL PATROCINIO				
Contenido auspiciado específico para la marca sobre temas afines al Congreso. Se publica en revista y se envía Por mail a BD			1	2
Evento digital propio desarrollado por SE para la marca, sobre contenido afín al Congreso. Evento se integra en parrilla del Congreso (mañana o tarde) según disponibilidad y relevancia de la temática elegida (3)				1
INVERSIÓN USD - No incluye IGV	\$ 4,000	\$ 7,000	\$ 12,000	\$ 25,000

NOTAS

- (1) Los cupos deben ser asignados a una sola persona (no se pueden partir por día)
- (2) El listado de participantes sólo incluye datos corporativos
- (3) Revisar slide 11 de beneficios de Evento Digital Propio

Sé el protagonista
y convierte tu evento en noticia

Evento digital propio



Forma parte de las tardes
patrocinadas



BENEFICIOS

Contenido propio dentro del marco del evento

Un evento exclusivo de 45 minutos de duración. El contenido es libre, cada empresa participante puede proponer y presentar el tema que crea conveniente.

Producción

El evento digital es producido íntegramente por el equipo de Seminarium. Proveemos la plataforma, moderadores y demás servicios indispensables para el éxito de su evento privado.

Difusión

Seminarium se encarga de la promoción, y convocatoria de los invitados. Adicionalmente a los 100 invitados por parte del cliente, comunicaremos tanto a los asistentes del congreso como a las personas registradas en nuestra base de datos, a fin de alcanzar un nivel de convocatoria que sea acorde con las expectativas y estrategia comunicacional de tu empresa. El evento digital propio será mencionado en todas las comunicaciones que se realicen para promover el congreso.

INVERSIÓN *

Acceso de 100 invitados por el cliente a sesión de contenido propio.** Disponible para todos los participantes del congreso
Seminarium colabora con la moderación de la sesión
Comunicación de contenido propio en todas las piezas / esfuerzos promocionales del evento
Comunicación de invitación exclusiva vía mailing (1 envío abase de no regisrtados en el evento) durante la campaña. Adicional, comunicación de todos los eventos Digitales dentro del marco del evento.
Entrega de video de Evento Digital propio

INVERSIÓN USD – No incluye IGV \$5,000

* Incluye \$120.00 de pauta para promover el evento en las redes socailes de Seminarium.

** Cliente puede enviar lista para realizar invitaciones vía mail.

*** Evento pregrabado, de requerir un Q&A consultar por tarifa especial.

BENEFICIOS

Contenido co-creado con Semana Económica dentro del marco del evento

Un evento exclusivo de 45 minutos de duración. Semana Económica diseña y desarrolla (junto al patrocinador) los contenidos, convoca a los expositores, panelistas y moderadores del evento, para lo cual pone a disposición un equipo de analistas con el todo el expertise y conocimiento de las temáticas de interés para la audiencia. El objetivo es generar contenidos de alta calidad y engagement para alcanzar los objetivos de comunicación de la Marca patrocinadora.

Producción

El evento digital es producido íntegramente por Seminarium. Proveemos la plataforma, moderadores y demás servicios indispensables para el éxito de su evento privado.

Difusión

Además de la difusión de Seminarium (ver diapositiva anterior), Semana Económica promueve el evento en todas sus plataformas impresas y digitales. Al menos **un aviso en la revista, un mailing a su DB de 100,000 usuarios registrados y 3 posts en sus redes sociales.**

Programación

Según disponibilidad y afinidad del tema con los contenidos del Congreso, el Evento podrá ser incluido en alguno de los bloques de la mañana del Congreso. Sujeto a aprobación de comité editorial del Congreso.

INVERSIÓN *

Acceso de 100 invitados por el cliente a sesión de contenido propio **. Disponible para todos los participantes del congreso

Semana Económica diseña los contenidos, e invita a panelistas y expositores., además de encargarse de la moderación.

Comunicación de contenido propio en todas las piezas / esfuerzos del Congreso y en plataformas de Semana Económica

Comunicación de invitación exclusiva via mailing (1 envío abase de no regisrtados en el evento) durante la campaña. Adicional, comunicación de todos los eventos Digitales dentro del marco del evento.

Entrega de video de Evento Digital propio

INVERSIÓN USD – No incluye IGV \$8,500

* Incluye \$120.00 de pauta para promover el evento en las redes socailes de Seminarium.

** Cliente puede enviar lista para realizar invitaciones vía mail.

*** Evento pregrabado, de requerir un Q&A consultar por tarifa especial.

CONTACTO

auspicios@seminarium.pe
seminarium.pe

