

## **Omnishopper & omnichannel: ¿Realidad o ficción?**

**Pedro Abad, Country Manager de Elogia España, hablará sobre la asincronía entre cómo se comporta el consumidor y cómo se comunica la marca.**

Los próximos 22 y 23 de marzo, el Pabellón 1 de la Fira de Barcelona (Montjuïc) acogerá un año más a la feria de eCommerce y Digital Marketing, eShow. Una de las señas de identidad de la eShow, la feria del eCommerce y el Digital Marketing, es la de reunir a los más prestigiosos expertos del sector y ofrecerles un escenario para que expliquen su visión y compartan su experiencia en persona.

Dentro de la programación prevista, Pedro Abad hará reflexionar a todos los presentes sobre la asincronía entre cómo se comporta el consumidor y cómo se comunica la marca. El consumidor cambia, sus hábitos cambian y las empresas deben adaptar los mensajes y los canales para cubrir las necesidades de los clientes. Ya no basta con comunicar, hay que hacerlo con el mensaje, el medio y en el momento adecuado. El consumidor ya no envía cartas, se comunica vía WhatsApp, pero un banco sigue enviando comunicaciones a sus clientes vía postal. ¿Por qué las marcas se resisten a adaptarse a la actualidad? ¿Por qué tienen que pasar años hasta que un anunciante asuma la realidad y la implemente dentro de su estrategia de comunicación? Sin duda unos hechos que parecen ilógicos pero pasan en la actualidad. En dicha ponencia se reflexionará sobre esta situación y se propondrán estrategias clave para corregir estos errores tan habituales a día a día de hoy.

Esta ponencia forma parte del programa de ponencias VIP del Main Theatre, este año patrocinado por la agencia de Marketing Digital Elogia. Otra de las ponencias destacadas dentro del programa vendrá de la mano de Sven-Olof Husmark, CMO de Qmatic Group, que dará a conocer el caso de Elisa: cómo los robots pueden ser utilizados en el entorno retail y el valor que esto genera para el engagement con clientes, y presentará las últimas innovaciones en la gestión del Customer Journey.

Bajo el título: 'Cómo los robots humanoides acortarán la distancia entre el ON y el OFF', la ponencia tratará sobre como en el mundo empresarial altamente competitivo de hoy en día, ser capaz de atraer, servir y satisfacer a los clientes es un factor clave para alcanzar el éxito y aumentar los ingresos. En la actualidad existen muchas iniciativas interesantes para explorar cómo los robots pueden ser utilizados en el comercio retail y el valor que esto conlleva. 'Elisa', un retailer finlandés líder del sector telecomunicaciones, se ha posicionado como el primer retailer del norte de Europa en utilizar un robot humanoide. Elisa usa la robótica como pieza clave del Customer Journey, con el objetivo de mejorar el engagement con sus clientes y cerrar así la brecha entre la experiencia online y las tiendas, todo ello con especial énfasis en el proceso click & collect.

Más info: [www.elogia.net](http://www.elogia.net)

Elogia es una agencia digital especializada en Digital Commerce Marketing perteneciente al Grupo VIKO ([www.viko.net](http://www.viko.net)) experta en entender, atraer y retener clientes on line. Con servicios de Market Intelligence, Marketing Relacional, Conversion Rate Optimization, Outbound e Inbound. Poseemos más de 15 años de experiencia y un equipo de más de 70 personas en Barcelona, Madrid, Vigo y Ciudad de México. Ofrecemos servicios de Social Media, SEO, planificación online y consultoría estratégica online.

**Datos de contacto:**

Comunicación  
Grupo VIKO  
+34694495100

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

Categorías: [Inteligencia Artificial y Robótica Marketing Cataluña E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>