Deusto Business School
Campus Bilbao

DeustoBusiness Alumni La Comercial

IADB AULA DIGITAL BUSINESS

Fechas / horario *Datak / Ordutegia*	9 y 16 de Octubre / 16:00 - 20:00 Urriak 9 eta 16 / 16:00 - 20:00
Lugar *Lekua*	Aula Icaza – 3ª planta - Deusto Business School Campus Bilbao – Edificio La Comercial Hermanos Aguirre, 2 – 48014 Bilbao
Más información *Informazio gehiago*	T 944 456 345 www.auladigitalbusiness.deusto.es info@lacomercialalumni.es

Ongietorria eta inaugurazioa

José San Blas *(DBAko Zuzendari Orokorra)*
Guillermo Dorronsoro *(DBSko Dekanoa)*
Aitor Cobanera *(Teknologia eta Berikuntza Zuzendaria - Spri)*

Koordinatzaile akademikoa

Oswaldo Lorenzo *(DBSen Estrategia Digitaleko irakaslea)*

Estrategia eta negozio-ereduak

URR 9 | 16:00-20:00

Internetek marka bat sortzeko eta garatzeko bide berriak ematen ditu, funtsezkoa baita atal hori edozein motatako enpresetan. Horregatik, bada, arreta handiz begiratu behar ditugu merkatuko eragile guztiak eta aldagai kritikoak artatu. Marketin digitaleko estrategia bat eta bitarteko berrietara bikain egokitutako komunikazioa funtsezkoak dira gaur egun aldatzen ari diren proiektuetan eta sortzen diren planteamendu berrietan.

HIZLARIAK: **Miguel Angel Doncel** *(SGOren sortzailea eta presidente executiboa).*

Marketin digitala

Estrategia digital bat sortu nahi badugu, ulertu egin behar ditugu inguru digitaleko elementuak, operazio eredu digitalak eta diru-sarrerak zelan eratu eta ezartzen diren, bezeroari balioa emateko eta, enpresari, diru-sarrerak.
Teknologia digitaletako aurrerakuntza eta erabilera aldaketa sakonak sustatzen ari da erakundeek produktuak eta zerbitzuak erosteko eta saltzeko modu eta sistemetan, salmenta eta entregatze sistemak haien balio-katean txertatzeko.

HIZLARIAK: **Eneko Pol** *(Telefónica España, negozio berrien zuzendaritza).*

E-commerce: lineako salmentak eta teknologiak

URR 16 | 16:00-20:00

Europako lineako salmentek gainditu egin zituzten Iparramerikako merkatukoak 2011n, eta munduko e-commerce-ko merkaturik handiena bihurtu zen Europa.
Bezero digitalak asebetetzeko, lineako salmentak eskatzen du enpresaren kanal ugariko estrategia definitzea, baita merkataritzako eta entregatzeko prozesu egokiak eta fidagarriak definitzea, ezartzea eta exekutatzea ere.

HIZLARIAK: **David Ruíz** *(SmartUp-en bazkide sortzailea),* **Alex Rayón** *(Deustuko Unibertsitateko irakaslea eta ikertzailea).*

Enpresaren eraldaketa digitala

Eredu digital berrien ezarpen arrakastatsuen ebidentziak eta plataforma digitalak enpresaren estrategia betetzeko erabiltzeak erakusten dute teknologian inbertitzeari loturik, aldaketa sakonak egin behar direla egituran, prozesuetan eta erakundearen kulturan.

HIZLARIAK: **Oswaldo Lorenzo** *(Deusto Business Schoolen Estrategia Digitaleko irakaslea).*

Smartup Digital Circle

Deusto Business School Digital Lab

Programa / *Egitaraua*

9OCT|
16:00-16:10

Bienvenida e inauguración
Ongietorria eta inaugurazioa

José San Blas, Director General de Deusto Business Alumni

Guillermo Dorronsoro, Decano de Deusto Business School

Aitor Cobanera, Director de Tecnología e Innovación - Spri

9OCT|
16:10-20:00

Estrategia y Modelos de Negocio
Estrategia eta negozio-ereduak

Miguel Angel Doncel, Fundador y Presidente Ejecutivo de SGO

Marketing Digital
Marketin digitala

Eneko Pol, Telefónica España Dirección de Nuevos Negocios

16OCT|
16:00-20:00

E-commerce: Ventas Online y Tecnologías
E-commerce: lineako salmentak eta tecnologiak

David Ruíz, Socio Fundador de SmartUp

Alex Rayón, Profesor e Investigador en la Universidad de Deusto

---

Transformación Digital de la Empresa
Enpresaren eraldaketa digitala

Oswaldo Lorenzo, Profesor de Estrategia Digital de Deusto Business School

Colabora / *Kolaboratzen dute:*

Grupo spri — Deusto Business School Digital Lab

Patrocina / Babesleak:

BFA DFB

Bienvenida e introducción

José San Blas (Director General de DBA)
Guillermo Dorronsoro (Decano de DBS)
Aitor Cobanera (Director Tecnología e Innovación - Spri)

Coordinador académico

Oswaldo Lorenzo (Profesor de Estrategia Digital de DBS)

Estrategia y Modelos de Negocio

9 OCT (16:00-20:00)

Internet añade nuevas formas de poder desarrollar la creación y el desarrollo de la marca, pieza fundamental para todo tipo de empresas. Por ello no debemos de dejar de prestar atención a todos los agentes del mercado y atender a las variables críticas. Una comunicación perfectamente adaptada a los nuevos medios junto a una estrategia de marketing digital, es fundamental tanto para proyectos actuales que están en transformación así como para los nuevos planteamientos que se generen.

PONENTES: **Miguel Angel Doncel** (Fundador y Presidente Ejecutivo de SGO).

Marketing Digital

Si queremos crear una estrategia digital debemos de llegar a comprender los diferentes elementos del entorno digital y la construcción e implantación de modelos digitales de operación e ingresos que permitan entregar valor al cliente e ingresos para la empresa.
El avance y utilización de las tecnologías digitales están promoviendo cambios profundos en la forma y sistema que las organizaciones utilizan para comprar y vender productos y servicios, que despliegan su sistema de ventas y entregas para integrarse en su cadena de valor.

PONENTES: **Eneko Pol** (Telefónica de España, Dirección de Nuevos Negocios).

E-commerce: Ventas Online y Tecnologías

16 OCT (16:00-20:00)

Las ventas online en Europa sobrepasaron al mercado de Norte América en el 2011, convirtiéndose en el mayor mercado de e-commerce del mundo.
Para la satisfacción de los clientes digitales la venta online implica la definición de la estrategia multicanal de la empresa así como la definición, implantación y ejecución de los procesos comerciales y de entrega concretos y fiables.

PONENTES: **David Ruíz** (Socio Fundador de SmartUp) y **Alex Rayón** (Profesor e Investigador en la Universidad de Deusto).

Transformación Digital de la Empresa

La inversión en tecnología debe ir de la mano con cambios profundos en la estructura, los procesos y la cultura de la organización, que muestra la evidencia de los casos exitosos de implantación de nuevos modelos digitales y el aprovechamiento de las plataformas digitales para el cumplimiento de la estrategia de la empresa.

PONENTES: **Oswaldo Lorenzo** (Profesor de Estrategia Digital de Deusto Business School).

SGO

movistar