

EL CORTE INGLÉS, PRIMER ANUNCIANTE EN MEDIOS DIGITALES

El Corte Inglés/Hipercor, Grupo Vaesa y Renault Dacia, son los tres anunciantes que más presupuesto destinaron a comunicar en el canal online. Un sector, el de la publicidad en medios digitales, que creció un 9,1% en 2017 en España, hasta los 1.708 millones de euros, según los últimos datos presentados por IAB Spain.

Los otros siete anunciantes que forman el TOP 10 de marcas que confiaron más en los soportes digitales para publicitar sus productos y servicios fueron Procter & Gamble, Movistar/Telefónica/Tuenti, GM, Vodafone y United International Pictures

<https://www.distribucionactualidad.com/corte-ingles-primer-anunciante-medios-digitales/>



CÓMO INNOVAR EN LA EXPERIENCIA DE CLIENTE PARA MEJORAR LA EFICIENCIA?

“Tenemos el reto de eliminar la distancia entre las exigencias del cliente y el servicio que le ofrecemos”. Con este interrogante, Iago Oro, director de Retail y Customer Centric en Prodware, reflexionaba sobre cómo innovar en la experiencia de cliente para mejorar la eficiencia, en el último Viernes DEC.



Bajo el título “¿Innovar en la eficiencia compromete la experiencia?”, Oro habló del impacto de la experiencia omnicanal en la atención al cliente que recibe el consumidor digital y de cómo afrontan las empresas este reto. La visión 360 grados del cliente y la experiencia homogénea en todos los canales (digitales, sociales y físicos) fueron dos de los asuntos tratados durante la charla.

<https://www.distribucionactualidad.com/innovar-la-experiencia-cliente-mejorar-la-eficiencia/>

ALIBABA SE ALIA CON BOLLORÉ, PARA CLOUD Y LOGÍSTICA

Alibaba y el grupo francés Bolloré, han firmado una alianza global en el ámbito de los servicios cloud, la innovación y la transformación digital, eficiencia energética y logística.

Para concretar sus objetivos, ambas compañías han firmado un Memorandum of Understanding (MOU) que perfila las áreas, unidades de negocio y filiales respectivas, incluyendo Alibaba Cloud, Cainiao Smart Logistic Network, Bolloré Logistics y Blue Solutions, que estarían dispuestas a cooperar y desarrollar proyectos conjuntos relevantes.

Además, ambos grupos decidieron compartir su experiencia y conocimiento del mercado para explorar nuevas oportunidades de negocio en China, Europa y África.

<https://www.distribucionactualidad.com/alibaba-se-alia-bollore-servicios-cloud-transformacion-digital-logistica/>



ingeniería para incorporarse a Nielsen Italia en 1998. Su trayectoria ha estado vinculada en los últimos veinte años a la compañía en puestos de alta dirección en los mercados de Italia, Polonia, Turquía y Europa central-este.

La nueva estructura de Nielsen, que continuará con Antonio de Santos al frente del área de Retail y Miguel Ángel Rodríguez del área Comercial, tendrá como grandes objetivos desarrollar el área de 'Watch' basada en la medición de publicidad online, además de potenciar nuevas soluciones tecnológicas en 'Buy' para afianzar su cuota de mercado de gran consumo de más del 90%.

ROI IGLESIAS, se ha incorporado a **Altabox**, como Associate Director, donde se responsabilizará de reforzar las estrategias de soluciones tecnológicas de la compañía y de



colaborar con la dirección en el desarrollo de nuevos planes de negocio. La compañía, que dispone de delegaciones show room en algunas de las principales capitales europeas, se encuentra en el proceso de creación y lanzamiento de lo que será el primer *Retail Lab* de España.

Iglesias será el responsable de las líneas estratégicas de retail para la creación de nuevos servicios y tendencias tecnológicas de punto de venta, donde se busca la omnicanalidad como punto de diálogo continuado con los consumidores. Asimismo, apoyará al CEO de la compañía, Israel García, en el proceso de expansión, donde ya cuentan con sedes en Madrid, Gijón, Barcelona y París, y servicios técnicos en más de 70 países.

Roi Iglesias, tiene más de 15 años de experiencia en digital signage y retail technologies en los que ha desarrollado proyectos de consultoría tecnológica para más de 40 clientes a nivel nacional e internacional.

SHEIKH HAMAD BIN JASSIM BIN JABER AL THANI

es ya el tercer mayor accionista de El Corte Inglés. El próximo 12 de julio era la fecha fijada cuando concedió al grupo de grandes almacenes un préstamo de 1.000

millones de euros, para ejercer su derecho o bien a cobrar los intereses del préstamo en efectivo (225 millones) o en títulos de la empresa hasta el 10%, que podrían ampliarse en 2,25% adicional.



HBJ, pasará a tener más de un 12% del capital, solo por detrás de la Fundación Ramón Areces (37, 39%) y de Cartera de Valores IASA ((Isidoro Álvarez SA, tenedora de acciones del presidente fallecido, con el 22% y el control de las hermanas Marta y Cristina Álvarez que heredaron el 69% de esta firma, mientras que los dos hermanos de Isidoro y su sobrino Dimas Gimeno mantienen una posición minoritaria entre los tres).