

Dossier de prensa



RETAIL 4.0

Philip Kotler y Giuseppe Stigliano

Prólogo de Dimas Gimeno

ISBN: 9788417880163

Editorial: LID Editorial

Colección: Acción Empresarial

Idioma: Español

Páginas: 224

Formato: digital

PVP: 21,95 euros

e-book: 9,99 euros

#Retail4

Disponible en papel y en formato digital.

La obra

La **revolución digital** ha cambiado muchos de los supuestos en los que se ha basado el comercio minorista o *retail* en las últimas décadas. Ahora, la mayoría de los clientes compra desde sus *smartphones*, no en tiendas físicas, y confían más en las redes sociales y en las opiniones de otros compradores que en la publicidad de las propias marcas. En este nuevo contexto, **las estrategias del marketing tradicional ya no dan resultados. Es necesario un nuevo modelo** que ayude a las marcas a **mejorar la experiencia de cliente** para cumplir satisfactoriamente con sus expectativas y sus nuevas necesidades.

Philip Kotler y Giuseppe Stigliano abordan esta necesidad en *Retail 4.0*, libro en el que recogen **los diez consejos estratégicos para fusionar el marketing tradicional con el digital**, elegir las tecnologías más funcionales, alinear la información que se transmite tanto *online* como *offline* y, finalmente, conseguir que las tiendas físicas se conviertan en destinos a los que querer ir, para **ganar la lealtad del consumidor** y **defenderse de la competencia más agresiva**.

Retail 4.0, completa su **carácter práctico** a través de los **casos de más de 20 empresas** que reflejan cómo han trasladado las ideas recogidas en el libro a la realidad; casos que se recogen a través de las entrevistas a CEO de empresas de *retail* tan importantes como **Telefónica, Fnac, Amazon, Carrefour, Levi Strauss & Co o Shiseido**.

Según **Dimas Gimeno**, prologuista del libro: «**Esta obra ve la luz en un momento histórico** en el que una pandemia originada por un coronavirus ha cambiado nuestras vidas y cuyos efectos en la economía se pronostican muy dañinos. **Preveo que la pandemia va a ser el catalizador y acelerador del proceso de cambio profundo en el que ya está inmerso el retail**. De la capacidad de adaptación de los *retailers* depende buena parte del futuro del sector».

Retail 4.0 es un libro de obligada lectura para profesionales, asesores, empresarios y estudiantes que quieran entender y gestionar en la práctica el impacto de la transformación digital en el comercio minorista.

TELEFÓNICA ESPAÑA: Andrés López-Hedoire, director de Marketing de Empresas

Telefonica

- Las ventas digitales y presenciales no compiten, sino que se complementan alrededor del usuario omnicanal.
- Nuestro objetivo es convertirnos en el partner de las empresas en su proceso de transformación digital.
- En España, hemos creado Onthespot, una compañía especializada en diseñar experiencias y digitalizar las tiendas para convertirlas en espacios inteligentes.
- El futuro pasa por crear un vínculo con los clientes más allá de la mera compra, creando un ambiente dinámico, digital y muy cercano para que se sientan únicos.

FNAC ESPAÑA: Marcos Ruão, director general



- Desde sus orígenes, Fnac ha apostado por una estrategia operativa basada en la experiencia de cliente y en la especialización.

- El avance más importante se dará en concepto de omnicanalidad: precisamente la interacción entre el canal físico y el digital es lo que permite que los clientes sigan creciendo todos los años, porque se trata de dar cobertura a lo que quiere el cliente en ese momento y nuestra tarea es darle opciones.

- Todas las acciones que ponemos en marcha tienen como base las personas, y la evolución tecnológica se produce respetando nuestros principios fundacionales.

Los autores



Philip Kotler es considerado el padre del marketing moderno y es autor de los libros más influyentes sobre la materia. Conferenciante internacional, fue nombrado por Wall Street Journal como uno de los seis pensadores más acreditados de gestión. Ha recibido numerosos premios y reconocimientos académicos a su labor. Sus libros, entre los que se encuentra *Marketing 3.0* y *Marketing 4.0*, han definitivamente el mundo del marketing en los últimos cuarenta años.

Giuseppe Stigliano, doctor en Marketing y Economía, es el CEO de Wunderman Thompson Italia, una empresa de marketing y publicidad con más de 200 oficinas en todo el mundo. Es profesor de Innovación en marketing para retail en varias universidades de prestigio y da conferencias sobre el mismo tema por todo el mundo.

Índice

Prólogo de **Dimas Gimeno**. Kotler y las claves para entender el retail en la era digital

Introducción

Bloque I. La era digital

¿Armagedón?

La evolución del customer journey en la era digital

Los datos son el nuevo petróleo

Bloque II. Las 10 reglas del retail 4.0

1 Sé invisible

2 Sé uniforme

3 Sé un destino

4 Sé leal

5 Sé cercano

6 Sé un gestor

7 Sé humano

8 Sé inagotable

9 Sé exponencial

10 Sé valiente

capacidades clave del ecosistema.

Bloque III. El punto de vista del mercado

Amazon: Mariangela Marseglia

Autogrill: Gianmario Tondato

Boggi: Paolo Selva

Bridgestone: Stefano Parisi

Brooks Brothers: Luca Gastaldi

Brunello Cucinelli: Francesco Bottigliero

Campari Group: Bob Kunze-Concewitz

Caribu: Juan Carlos Duhne

Carrefour: Grégoire Kaufman

Coccinelle: Andrea Baldo

Disneyland Paris: Juliette Bron

Eataly: Oscar Farinetti

FNAC España: Marcos Ruão

Henkel: Rahmyn Kress

HSBC: Charlie Nunn

KIKO Milano: Cristina Scocchia

La Martina: Enrico Roselli

Levi Strauss & Co.: Lucia Marcuzzo

Lincoln México: Rosangela Guerra

Marks & Spencer: Simon Friberg Andersen

Moleskine: Arrigo Berni

Mondadori Retail: Pierluigi Bernasconi

Natuzzi: Nazzario Pozzi

Safilo Group: Angelo Trocchia

Sea Aeroporti di Milano: Pietro Modiano

Shiseido Group: Alberto Noè

Telefónica España: Andrés López-Hedoiré

VTEX: Alejandro Colín

Conclusión

Bibliografía

Agradecimientos

Para más información:
laura.diez@lidbusinessmedia.com

