

EXPERIENCIAS Y CASOS INMERSIVOS EN RETAIL



“La gente no quiere comprar productos, quiere consumir experiencias, quieren ser parte de las historias”

Andy Stalman



**CASOS REALES
INNOVADORES EN
HR & WELLBEING**

Walmart

Lanza una aplicación de capacitación para sus trabajadores usando realidad virtual.

Crea su propio metaverso en donde los usuarios tendrán todos los servicios ofrecidos en sus tiendas físicas con el uso de un casco de realidad virtual

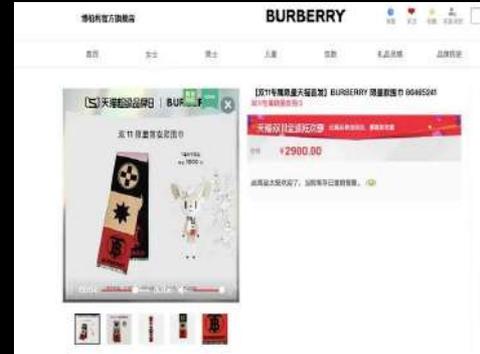


Click en las
imágenes para
ver videos



Burberry lanza su primera colección de bolsos virtuales para el metaverso de Roblox.

Han vendido 1.000 bufandas edición especial, las cuales venían con un NFT de ciervo interactivo.

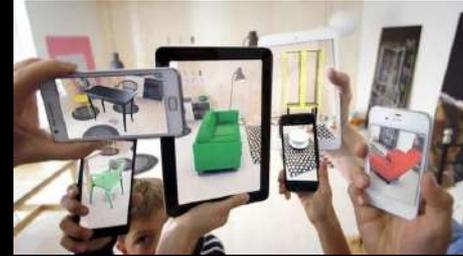


Click en las imágenes para ver videos



Con la ayuda de la realidad aumentada los usuarios pueden ver los productos desde sus casas y acomodarlos a su gusto, personalizando todo.

Lanzó su tienda de realidad virtual donde cada usuario puede escoger los productos dentro de una casa virtual y personalizarlo a su gusto.



Click en las imágenes para ver videos



Por medio de realidad virtual los usuarios pueden comprar de manera virtual todos los productos del corporativo desde las tiendas virtuales de las marcas que la conforman.

Usa una influencer virtual para eventos y comercialización de productos.



Click en las imágenes para ver videos

PULL&BEAR

Está desarrollando una experiencia virtual donde los usuarios podrán experimentar un showroom virtual, un probador virtual y un videojuego de surf. Este proyecto estará disponible para las gafas Meta Quest 2.



Click en las
imágenes para
ver videos



En un futuro, gracias a la tecnología de Oculus podremos disfrutar del contenido de series y películas de la plataforma de Amazon Prime en un entorno de realidad virtual, donde el entorno visual será acorde al contenido que estemos viendo.



Click en las
imágenes para
ver videos

H&M

En colaboración con Magic Leap One, llevaron a cabo un desfile de moda, donde se pudo observar animaciones, la información y comerciales de los productos en los que hayas estado interesado.



Click en las
imágenes para
ver videos

¿CÓMO PODEMOS APOYAR A
IDENTIFICAR OPORTUNIDADES Y
DIFERENCIADORES EN LA WEB
3.0 Y METAVERSOS?

PODEMOS APOYAR A COMPRENDER LAS TECNOLOGÍAS A TRAVÉS DE DIAGNÓSTICOS, ESTUDIOS DE POTENCIAL Y PRUEBAS PILOTO CON EXPERTOS SENIORS INTERNACIONALES

GLOBAL DIGITAL WEEK 2022

+ de 110 expertos

[Ver expertos internacionales](#)

Día 1. Smart Cities
Día 2. Public
Policy Día 3.
e-Commerce
Día 4. Disruptive Business
Día 5. Wellness Technologies
Día 6. Social Impact
Technologies

GLOBAL METAVERSE FORUM 2022

+ de 60 expertos

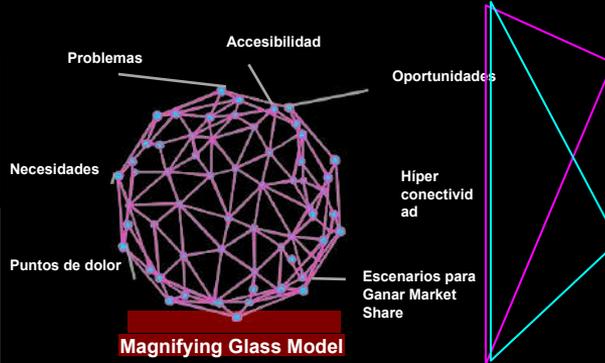
[Ver expertos internacionales](#)

Bloque 1. Tecnologías
Inmersivas Bloque 2.
Omnicanalidad
Bloque 3. NFTs & Blockchain
Bloque 4. 3D y Web 3.0
Bloque 5. Experiencias inmersivas
Bloque 6. Mundos virtuales

UN DIAGNÓSTICO DE EXPLORACIÓN EN 3 SENCILLOS PASOS QUE SE CENTRE, EN CONOCER LAS POSIBILIDADES DE LAS TECNOLOGÍAS INMERSIVAS Y APLICATIVOS PRE HECHOS

OPORTUNIDADES

POSICIONAMIENTO Y PRESENCIA DE MARCA EN LOS METAVERSOS	
	ESTEFANÍA YAGUEZ, HEAD DE CONSUMER INTELLIGENCE DE LÓREAL
	FERNANDO CANO, MANAGIN DIRECTOR DE HAVAS METAVERSE
COMERCIO OMNICANAL	
	– JOHANTAN MASMELA, CEO DE LA COLONIA
	VENTAS EN METAVERSOS – THORSTEN WHALTER, CEO DE INSPIFY
METAVERSOS MASIVOS	
	DANIELLE MACCONNELL, CMO DE VIRTWAY
	SORAYA CALDAZO, CEO DE UTTOPION



EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

Market fit. Corto plazo

- Incorporar aplicativos tecnológicos
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

Market fit. Mediano plazo

- Ser los primeros en incorporar tecnologías
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

Current Portfolio
Tenis
Ropa
Accesorios

Portfolio Adaptado (a mediano plazo)
NIKELAND
Ropa con aplicativos tecnológicos.
Accesorios monitoreo.

Ejemplo NIKE de Unidades de negocio no exhaustivo.

Nota: Dar click en los links para visualizar las conferencias de estos líderes internacionales.

EL ACERCAMIENTO A LOS CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES LO PROPONEMOS EN DOS MOMENTOS, EL PRIMERO PARA ENTENDER SUS **NECESIDADES, PAIN & GAINS Y EL SEGUNDO PARA VALIDAR CON **DIRECTION CHECKS** ESTAS TECNOLOGÍAS**

1

OPORTUNIDADES Y DIFERENCIADORES

Crear un modelo de decisión con las variables analizadas.
 Realizar un análisis comparativo los aspectos que más podrían generar valor a los clientes
 Facilitadores para la labor de ventas

NECESIDADES Y DOLORES DE LOS CLIENTES

Entrevistas a clientes y no clientes

EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

PORTAFOLIO	Crecimiento	CARG	Competidores	Prioridad
TENIS				1
ROPA				4
RELOJES				5
PULSERAS				2
MOCHILAS				6
BALONES				3

POSTERIORMENTE ANALIZAR DESDE EL ÁNGULO DE LA OFERTA QUE SE ESTÁ OFRECIENDO EN EL MERCADO Y CÓMO SE PUEDE GENERAR DIFERENCIACIÓN CON APLICACIONES TECNOLÓGICAS

2 TECH BUSINESS FIT

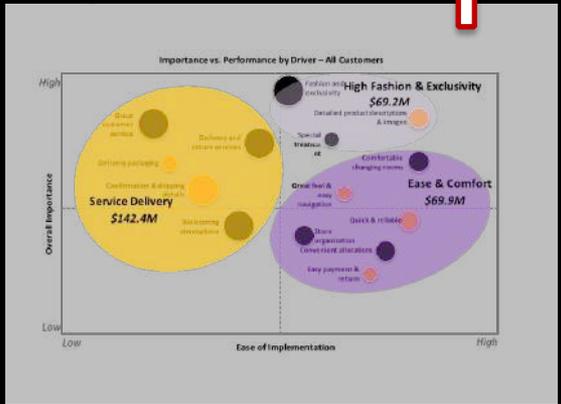
POSICIONAMIENTO Y PRESENCIA DE MARCA EN LOS METAVERSOS
 - ESTEFANÍA YAGUEZ, HEAD
 DE CONSUMER INTELLIGENCE DE L'ORÉAL
 - FERNANDO CANO, MANAGER
 DIRECTOR DE HAVAS METAVERSE

COMERCIO OMNICANAL
 - JOHANTAN MASMELA, CEO DE
 LA COLONIA
 - THORSTEN WALTHER, CEO DE INSPIFY

**DONDE LE CUMPLEN
 DONDE NO LE CUMPLEN AL CLIENTE**

**CLARIDAD DE LOS ESPACIOS EN
 DONDE GENERAR MÁS VALOR**

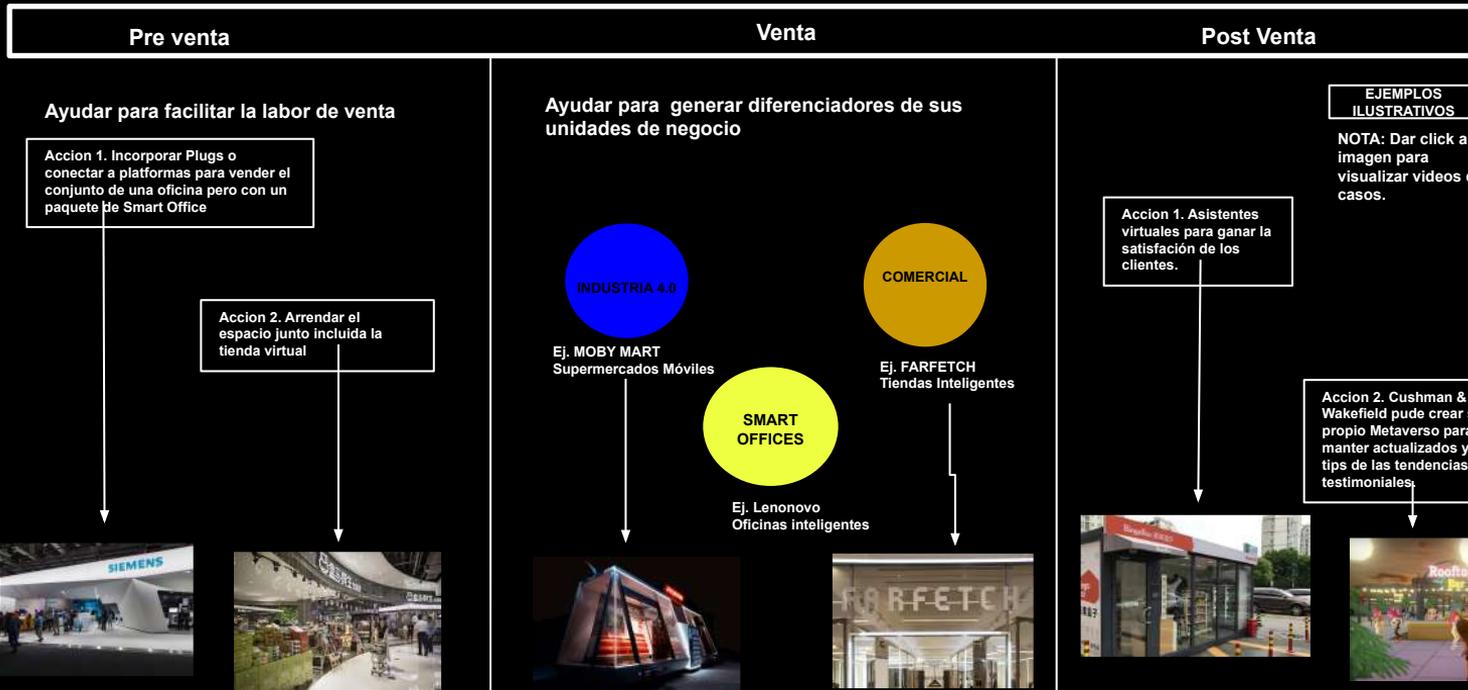
**LEAP FROG - APROVECHAMIENTO
 TECNOLÓGICO QUE NO TIENE QUE
 PAGAR LA MARCA SINO SOLO
 IMPLEMENTARLO**



EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

Y CON ELLO DETERMINAR QUÉ ACCIONES Y TECNOLOGÍAS CONTRIBUIRÍAN A GENERAR MAYORES INGRESOS, MÁS VALOR EN EL COSTUMER JOURNEY Y EN GENERAL A LA MARCA

3





Acerca del
GIDCOMP.

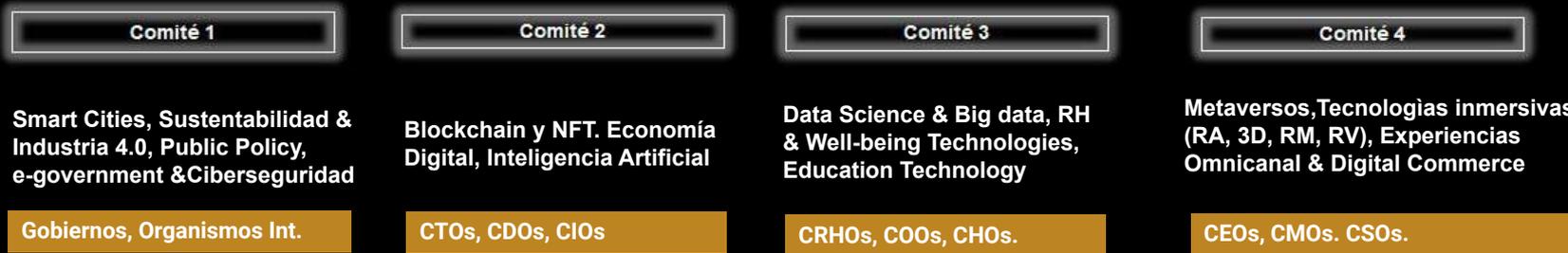
Un Centro de investigación internacional con un solo objetivo, **Generar valor con tecnología.**

A través de 5 diferentes tácticas específicas:

- 1 **Difundir y promover el uso de tecnologías** para aumentar la eficiencia de las organizaciones sin importar su ubicación geográfica.
- 2 **Conectar a las organizaciones y ejecutivos para generar más valor**, vender más en un mundo **omnicanal** y geopolíticamente fragmentado.
- 3 Trabajar en conjunto con las **autoridades e instituciones** para **quitar las barreras a las tecnologías y al comercio**.
- 4 **Acercar expertos, conocimientos y casos** a comunidades o regiones con poco acceso al conocimiento tecnológico y digitalización para hacer inclusivas las oportunidades.
- 5 **Establecer Comités por tipo de tecnología** para compartir usos, aplicaciones, así como grupos que quieran interactuar, colaborar y probar nuevas aplicaciones en el campo práctico.



Acompañados de líderes internacionales seniors que dirigen los comités



Los afiliados vivirán una experiencia internacional Figital

Las reuniones se llevan a cabo cada semana de la siguiente manera: Ej. Comité de Metaversos

Canal	Horas	Asistentes	Ciudad	Anfitriona físico
Metaverso	1.5 horas	10		
Físico	30 mins	4	CDMX	Sura
		2	Bogotá	Coats
		4	Madrid	Let me Park

OBJETIVOS ANUALES DE LOS COMITÉS:

- ❖ Publicar tendencias por tecnología.
- ❖ Colaboraciones con medios.
- ❖ Working papers.
- ❖ Video Casos y documentales.
- ❖ Networking internacional.
- ❖ Coordinación de Roadshows.
- ❖ Apoyo a asociaciones, organismos internacionales, gobiernos, cámaras, universidades con el banco de conocimiento digital y red de expertos global
- ❖ Reconocimiento a ejecutivos y exposición de marcas que colaboran en la integración de conocimiento.

Calendario GIDCOMP 2023

ACTIVIDADES	2023											
	Q1			Q2			Q3			Q4		
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1 GIDCOMP FEST			Global Digital Week 2023								Global Metaverse Week 2023	
2 GIDCOMP ACADEMY CERTIFICATES	Digital transformation			E-commerce certification			AI Certification			Web3 & Metaversos Certification		
3 GIDCOMP ACADEMY ON DEMAND	Academy on Demand – Digital Transformation			Academy on Demand e-commerce			Academy on Demand – AI			Academy on Demand web3 & Metaverses		
4 GIDCOMP R&D			Global Digital Report 2023			Digital Poles 2023		Meta-Commerce 2023			Global Metaverse Report 2023	
	Consultoría - Diagnósticos de Oportunidades, diferenciadores y monetización en la Web 3.0											

Actividades de responsabilidad social de acceso al público, vía streaming y plataformas tecnológicas con marcas co-organizadoras.

Admisiones: Tel. / Whatsapp

El GIDCOMP con su propósito de contribuir a reducir la brecha digital global realiza diversos festivales internacionales invitando a líderes Senior a compartir e inspirar a que las personas creen valor y generen experiencias en el Web 3.0 con las nuevas tecnologías



1

GIDCOMP Immersive Festivals

2

Digital Knowledge Bank

www.gidcomp.online

+200 Replays:

Mantén al día de las tendencias tecnológicas a los líderes de tu marca.

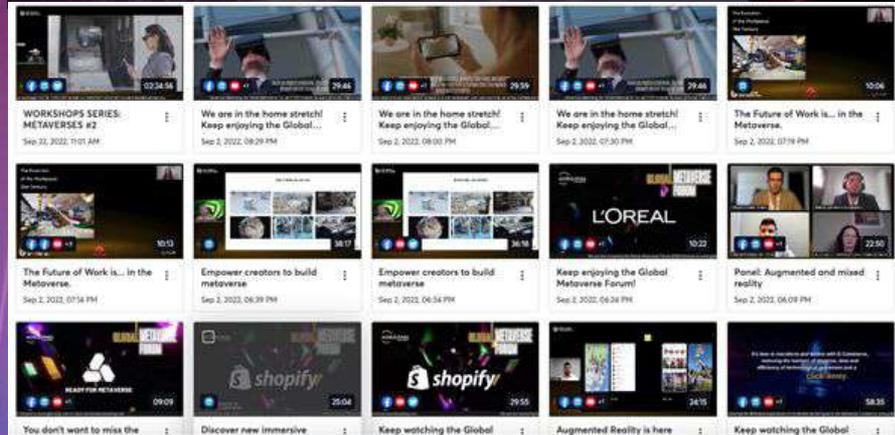
Repeticiones Global Digital Week 2022-2023

Repeticiones Global Metaverse Week 2022-2023

Marketplace de proveedores de tecnología.

No pierdas la oportunidad de estar en contacto con los líderes de grandes empresas y organizaciones. ¡Contacta con las marcas líderes!

Los comités vía las marcas integrantes de los mismos emitirán de manera continua los avances y tendencias de cara a seguir mostrando las nuevas aplicaciones al público en general y al mismo tiempo robusteciendo el banco de conocimiento digital para los afiliados, que actualmente cuenta con más de 200 conferencias, Mini MBA on demand, MásterClases, MooCs, con más de 200 horas continuas de contenido.





3 GIDCOMP ACADEMY

La División de Academy busca acercar a los expertos internacionales en práctica para que compartan su óptica pragmática y de ejecución táctica en las empresas líderes globales.

La misión principal es que los ejecutivos desarrollen los skills en práctica de cara a aumentar la eficiencia y ventas de las marcas.

CERTIFICACIÓN EN IA

APLICADA AL MARKETING Y NEGOCIOS

La certificación en IA para áreas de marketing y ventas busca ayudar a los tomadores de decisiones a maximizar los resultados, optimizar los presupuestos, predecir el comportamiento del cliente, estudiar, definir y segmentar a los usuarios, predecir audiencias y mejorar la eficiencia operativa.

Opciones de certificación

A. Certificación vía proyecto aplicado.

Mentores líderes en el tema del proyecto

B. Certificación inmersiva en Dubái.

Incluye visitas a empresas de la ciudad, desarrollando una propuesta aplicada a tu empresa.

PRÓXIMAS FECHAS DE INICIO

Summer
2023

Inicio: 01 de Julio
Cierre de Admisiones
15 de Mayo

"Impulsa tu carrera en Marketing y Ventas con nuestra certificación en IA y aprende de marcas globales"

16 CURSOS PARA CONVERTIRTE EN UN EXPERTO:

12 CURSOS CORE

- Análisis de datos con IA
- Estrategia de Producto
- Investigación con IA
- Personalización con IA
- Optimización del journey
- Comportamiento del Consumidor con IA
- Content marketing IA
- Servicio al cliente

4 CURSOS ELECTIVE

- Digital shift
- People Analytics
- Innovation culture
- Tecnología sensorial
- Tiendas virtuales
- Implementación de proyectos con IA
- Innovación abierta

- Optimización de motores de búsqueda (SEO)
- Potenciando tu CRM
- Conversiones de funnels de venta con IA
- Creación de leads con IA
- Customer success
- Automatizar el proceso de ventas
- Trade marketing IA



4

GIDCOMP R&D

Investigación, prototipos, pruebas, reportes y Laboratorio Digital

Global Metaverse Report 2022

Release para Noviembre de 2022

Global Digital Report 2023

Release para Febrero de 2023

Meta Commerce 2023

Release para Junio de 2023

Polos digitales 2023

Release para noviembre de 2023

POSICIONAMIENTO Y PRESENCIA DE MARCA EN LOS METAVERSOS

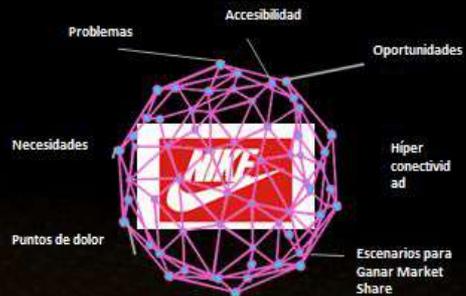
1. [CONEXIÓN CON CONSUMIDORES](#), - ESTEFANÍA YAGÜEZ, HEAD DE CONSUMER INTELLIGENCE DE L'ORÉAL
1. [MARKETING Y BRANDING](#) – FERNANDO CANO, MANAGING DIRECTOR DE HAVAS METAVERSE

COMERCIO OMNISCANAL

1. [TIENDAS VIRTUALES](#) – JONATHAN MÁSMELA, CEO DE LA COLONIA
1. [VENTAS EN METAVERSOS](#) – THORSTEN WALTHER, CEO DE INSPIEY

METAVERSOS MASIVOS

1. [GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES](#), DANIELLE MCCONNELL, CMO DE VIRTWAY
2. [METAVERSOS ESPECIALIZADOS](#), SORAYA CADALSO, CEO DE UTOPION



Current Portfolio

1. Tenis
2. Ropa
3. Accesorios

Portfolio Adaptado (a mediano plazo)

1. NIKELAND
2. Ropa con aplicativos tecnológicos.
3. Accesorios monitoreo.

Ejemplo: NIKE de Unidades de negocio no exhaustivo.

EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

Market fit. Corto plazo

- Incorporar aplicativos tecnológicos
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

Market fit. Mediano plazo

- Ser los primeros en incorporar tecnologías
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

Diagnósticos de adopción tecnológica

Razones para afiliarse al **GIDCOMP**:

- 1 Para recibir **información de Business Intelligence y tendencias de Tecnología**
- 2 Para **aprovechar la tecnología** ya existente (leap Frog)
- 3 Para generar **networking / comunidad**
- 4 Para tener **visibilidad** de las aplicaciones en el **uso de tecnologías**
- 5 Para informarme y estar al tanto de las **últimas noticias**
- 6 Para recibir **apoyo o consultoría**
- 7 Para **capacitar** a mi equipo ante los nuevos retos del mercado
- 8 Para generar **relación con Autoridades**
- 9 Acceso a **+400 Expertos de más de 62 países** y presentaciones de sus modelos en la Global Digital Week & Global Metaverse Week.





[gidcomp.spanish](https://www.facebook.com/gidcomp.spanish)

[company/gidcomp/](https://www.linkedin.com/company/gidcomp/)

[gidcomp.spanish](https://www.instagram.com/gidcomp.spanish)

[gidcomp.spanish](https://twitter.com/gidcomp.spanish)

[gidcomp.spanish](https://www.youtube.com/channel/UC...)

www.gidcomp.org
be.digital@gidcomp.org

¿Cómo ser miembro?

Mándanos un mail a be.digital@gidcomp.org o un WhatsApp al : +52 56 1463 3902

El GIDCOMP busca agremiar y relacionar a organizaciones ligadas al ecosistema tecnológico internacional para impulsar y desarrollar las capacidades digitales en cualquier localidad del mundo.

La membresía empieza con la fecha de acreditación de pago en la cuenta bancaria.

Vigente 12 meses a partir de la fecha de pago.

Las renovaciones empiezan a correr a partir de la fecha de vencimiento de la membresía vigente.

