

Management

Pablo Foncillas

Licenciado en Derecho y MBA del IESE Business School. Compagina su vida en el entorno académico y como conferenciante junto con roles directivos y de consultoría.



Llámanos +34 915 35 89 27



Pablo Foncillas viaja desde Barcelona, España

Ponente habitual en consejos de administración y comités de dirección, ha impartido sesiones sobre temáticas alrededor del comercio electrónico, omnicanalidad, redes sociales, marketing digital, tendencias, ventas, comunicación comercial y marketing en general.

Pablo Foncillas es licenciado en Derecho y MBA del IESE Business School. Compagina su vida en el entorno académico y como conferenciante junto con roles directivos y de consultoría en varias industrias. Ha trabajado para más de 200 marcas en 25 países. Publica artículos en prensa generalista como *La Vanguardia* y *El Periódico*, entre otros, y en prensa especializada y de gestión, como *IE Insight* y *Harvard Deusto*. Ponente habitual en consejos de administración y comités de dirección, ha sido invitado como *Ted Speaker* y ha impartido sesiones sobre temáticas alrededor del comercio electrónico, omnicanalidad, redes sociales, marketing digital, tendencias, ventas, route to market, comunicación comercial y marketing.

Conferencias

WINNERS, EL MÉTODO PARA GANAR EN LA ERA DE AMAZON

¿Cómo puedo destacar en la era dominada por Amazon? ¿Cómo conecto con los nuevos consumidores?

¿Cómo dirijo mi empresa hacia la omnicanalidad? ¿Qué es el hiperservicio y la servificación?

La conferencia de Winners, el método para ganar en la era de Amazon, se basa en investigación propia que se resume en el método Winners, donde explico en 6 pasos cómo pueden las empresas conocer al usuario, adaptar la empresa (da igual que sea la tienda de la esquina o una multinacional de B2B), preparar los servicios de una forma novedosa para ofrecer experiencias a sus clientes, y finalmente, volver a conectar con ellos. Porque primero se trata de crear relaciones. Tras ello vienen las transacciones.

En Winners se aborda también lo que nadie te contará sobre la transformación digital: de las dos palabras que conforman el concepto de moda en el mundo empresarial, los directivos se obsesionan con la segunda, "digital", cuando el futuro de sus compañías pasa por la palabra transformación. Porque cuando hablamos de transformación debemos entender que las empresas se digitalizan pero los profesionales se transforman. Los que sepan manejar que la tecnología cambia rápido pero las personas lo hacen de forma lenta serán los ganadores del Siglo XXI.

Y es que son éstas, y no la tecnología, la que hará a tu empresa "Winner".

Los principales beneficios de esta sesión son:

- Encontrar los secretos para conectar con los clientes actuales y futuros, utilizando la tecnología como herramienta, jamás como un fin.
- Entender la motivación por la que debes emprender un cambio, y conocer los pasos sobre cómo afrontar dicho cambio.
- Y aprender, a través de casos reales, qué hacen bien las empresas que trabajan bien en B2B, retail, banca, servicios, automoción, lujo... compañías que ya han entendido cómo integrar sus propuestas de venta para triunfar en las condiciones de mercado actuales y las de futuro.

EL MARKETING QUE VIENE LO CAMBIA TODO: IDEAS, EJEMPLOS Y TENDENCIAS QUE TRANSFORMARÁN LA VENTA

El marketing es una disciplina en permanente transformación. La forma de conectar entre empresas y clientes está cambiando. La manera de vender está cambiando. Y va a seguir haciéndolo. ¿Estamos preparados? ¿Sabemos cómo crear contenidos que atraigan a nuestros clientes? ¿Se han planteado que la comunicación comercial se está transformando a más velocidad que nunca? ¿Y cómo debe ser el talento que debe gestionar todas estas transformaciones?

El marketing que viene lo cambia todo: Ideas, ejemplos y tendencias que transformarán la venta es una sesión, eminentemente exploratoria que responde a estas y otras preguntas de candente actualidad.

Durante esta sesión abordaremos, por medio de un "barrido rápido" a través de decenas de ejemplos de rabiosa actualidad, las tendencias del marketing que viene.

Los principales beneficios de esta sesión son:

- Descubrir las últimas ideas que están empleando empresas punteras en su forma de conectar con el mercado y con sus clientes.
- Conocer tendencias del comportamiento del consumidor respecto a la compra y uso de productos y servicios (fuera del radar y de la actividad de las corporaciones).

- Explorar las técnicas que utilizan las compañías que más destacan y que sirven para animar a sus clientes en el proceso de compra.
- Entender los retos alrededor del talento y la organización necesarios para vender mejor.
- E inspirar, inducir a la reflexión y sobre todo movilizar a los asistentes a evolucionar con el fin de vencer a sus competidores en la batalla del mercado.

RETAIL DESTINO 2025: CLAVES PARA APASIONAR INNOVANDO Y VENDER MÁS EN UN ENTORNO OMNICANAL

La sesión Retail destino 2025: Claves para apasionar innovando y vender más en un entorno omnicanal permite realizar una “radiografía” para conocer algunas de las mejores prácticas de retail, aprovechar las palancas tecnológicas y otras acciones que permitan crear relaciones con sus clientes tanto en el off como en el on.

Y es que el sector del retail es una industria compleja y dinámica, esencial en la economía actual que ha sufrido importantes transformaciones recientemente. Se habla de un retail 4.0 dónde diferentes canales deben aprender a convivir en un contexto donde las líneas que separan el off-line y el on-line son difíciles de diferenciar. La irrupción de la tecnología y el avance hacia la economía de las experiencias, introducen continuos cambios, siendo cada vez más complejo presentar una imagen estática de esta categoría, donde conviven tipos de tiendas y modelos de negocio muy dispares.

¿Cuál es el modelo del futuro si soy una tienda física? ¿Y si soy un fabricante? ¿Cómo integrar mis canales? ¿Podemos seguir hablando de canales cómo tal? ¿Qué será de las zonas comerciales físicas?

En la sesión, basada en investigación propia, conoceremos diferentes ejemplos del sector y las últimas tendencias de las marcas en la conexión con sus clientes para aprender de los nuevos enfoques en ventas y marketing del retail, y para reflexionar sobre cómo aplicar estos conocimientos en su propia empresa ya sea fabricante o distribuidor.

Los principales beneficios de esta sesión son:

- Redefinir cómo se gestiona la experiencia de cliente en su empresa y qué mejoras se podrían introducir;
- Conocer ejemplos que sirvan de inspiración;
- Entender algunas palancas de innovación alrededor del retail y cómo actuar sobre ellas;
- Y dotar de herramientas que permitan romper esquemas sobre el mundo retail para empresas fabricantes y distribuidoras.

¿MISIÓN IMPOSIBLE EN B2B?: UNIR FUERZAS DE VENTAS Y VENTAS ONLINE

Muchos vendedores ven con malos ojos la introducción de canales digitales para la venta, temiendo por su puesto de trabajo o por perder competencias además de retribución. Pero ¿es cierto que las ventas tradicionales y los canales digitales están enfrentados?

En el pasado, en la venta B2B, los equipos comerciales han sido claves como motores de venta de sus

Cursiva

productos y servicios. Sin embargo, con la llegada del mundo online se han producido grandes desajustes. Nuevas fuerzas y dinámicas amenazan la forma de venta de profesional a profesional tal y como las conocemos. ¿Sustituyen las ventas en canales digitales a las fuerzas de ventas? ¿Pueden colaborar y complementarse para conectar mejor con el cliente? Si es así ¿cómo?

¿Misión imposible en B2B?: Unir fuerzas de ventas y ventas online, es una conferencia basada en investigación realizada a lo largo de meses y en la experiencia de años en el sector, donde se trata de abordar la complejidad y los retos existentes a la hora integrar el offline con el online en la venta profesional.

En esta sesión conoceremos cómo compaginar estas dos formas de vender con una visión omnicanal, basándonos en datos reales y estudios, pero también en casos de empresas concretas que se han enfrentado a esta problemática de candente actualidad.

Algunas de las preguntas que trataremos de responder durante la conferencia serán:

¿Vender online en B2B canibaliza tus ventas offline?

¿Mantener tus clientes B2B online aumenta el coste total de atenderlos?

Los clientes que migran de offline a omnicanal... ¿compran más o menos?

¿Dónde construimos valor y dónde lo capturamos?

Los principales beneficios de esta sesión son:

- Desterrar la idea de que, en la venta B2B, el digital no es ni relevante ni necesario;
- Conocer los puntos críticos de los equipos de trabajo de las ventas B2B 2.0;
- Analizar la evolución conjunta de ambos equipos, y los puntos donde mejor pueden encajar para cooperar y vender más;
- Y entender quién y cómo puede llevar a cabo la integración de ambos mundos, así como qué procesos o sistemas son necesarios actualizar.

Biografía

Formado en la Escuela Suiza (habla 4 idiomas) es licenciado en derecho y MBA del IESE Business School. Compagina su vida en el entorno académico (dos lustros como parte del claustro del IESE) y como conferenciante junto con roles directivos y de consultoría en varias industrias.

Anteriormente fue parte del claustro del IESE, en programas Open Executive, MBA y Executive MBA en el departamento de marketing. En el IESE fue también director académico de programas internacionales in-company y fundador y co-director del Industry Meeting del IESE sobre e-commerce. Ha impartido clases también a estudiantes de instituciones prominentes de todo el mundo, incluyendo NYU Stern, ESE Chile, IDE Ecuador y Universidad del Pacífico, así como INSEAD-CEDEP, entre otras, en España, Europa y América latina.

Desde la década de 1990, ha compaginado su actividad directiva junto con la académica y de consultoría en múltiples empresas. Con ellas ha contribuido al crecimiento de multinacionales en varios sectores (servicios de marketing, alimentación, líneas aéreas, utilities y ocio) y países desde diferentes cargos tanto en local, nacional, regional como mundial. Ha ayudado a desarrollar la comercialización de más de 200

marcas en más de 25 países, ocupando roles comerciales o de dirección general, ya integrado como miembro del comité de dirección.

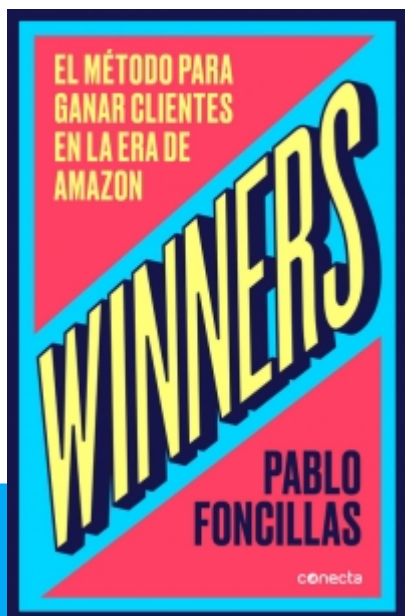
En la actualidad, una parte importante de su trabajo, donde investiga y publica, está relacionado con el entorno digital, cómo enriquece el proceso y los modelos comerciales de las compañías y cómo impacta en las cuentas de resultados de las empresas. Está también especializado en las áreas de comunicación comercial, innovación en procesos comerciales, desarrollo de marcas fuertes y venta en entornos de gran consumo y empresas de servicios.

Es también miembro del consejo asesor de Línea Directa, un think tank externo compuesto de profesionales de reconocido prestigio junto con directivos de la empresa, como iniciativa de transformación de la compañía aseguradora.

Pablo es autor de cuatro libros, dos como autor: *Winners, el método para ganar clientes en la era de Amazon* (Conecta, 2019) y *Sin miedo al cambio* (EUNSA, 2016); y dos como co-autor: *El supermercado* (Editorial Thomson Reuters Aranzadi, 2019) y *Moda en el entorno digital* (EUNSA, 2015), y publica regularmente artículos en prensa generalista, especializada y de gestión. También ha redactado diversos casos académicos.

Ponente habitual en consejos de administración y comités de dirección, ha participado en múltiples foros para abordar temáticas alrededor del comercio electrónico, omnicanalidad, redes sociales, marketing digital, tendencias, ventas, route to market, comunicación comercial y marketing en general.

Durante su carrera ha ganado varios premios EFI y ha sido miembro del jurado de los Premios Eficacia en el 2006, el galardón del sector del marketing más reconocido en España. También ha sido jurado en el festival de El Sol, el certamen creativo y de innovación más relevante de España y Latinoamérica.



Winners

¿Cómo puede el digital facilitar mi proceso comercial y ayudarme a conectar con mis clientes?

Winners responde a esta pregunta «verdadero trending topic de la actualidad en los negocios B2B y B2C» y desvela cuáles son los secretos para volver a conectar con tus clientes actuales y del futuro.

En *Winners* encontrarás los secretos para conectar tus clientes utilizando la tecnología como herramienta.

«Este es el libro definitivo para los que deseen comprender cómo crear propuestas ganadoras uniendo lo mejor del off-line con lo mejor del on-line.»

Jordi García Tabernero, director general de Comunicación y Relaciones Institucionales, Naturgy

«Las ideas de Pablo recogidas en el libro resultan provocadoras

Cursiva

y estimulantes para conectar con los clientes en esta era digital.»

Aurelio Vázquez, Chief Operating Officer, Iberostar