



### El cliente se ha empoderado



## El cliente ha cambiado



## Y además, existe un gap tecnológico







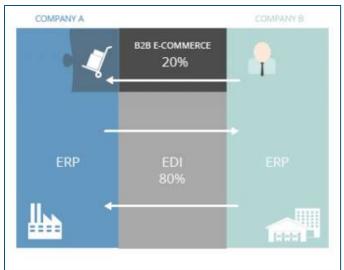
Nuevo Cliente

*Viejo* ERP



### ¿Dónde jugamos?







Nueva Propuesta de Valor para superar el enfoque tradicional

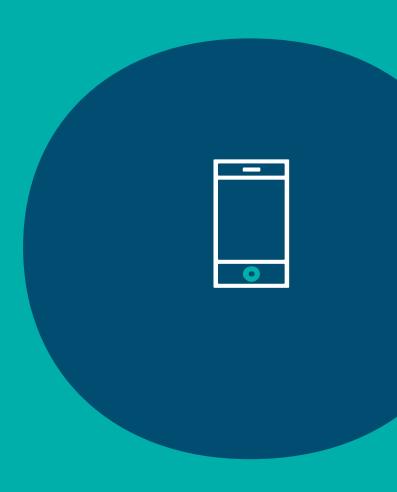
Experiencia de usuario profesional B2B comparable a la de un consumidor final



Estrategia de posicionamiento que permita alcanzar resultados con pocas búsquedas y baja competencia



Escucha personalizada con la marca, más allá de una herramienta de aprovisionamiento



Promoción de productos que permita influir en la compra del cliente





digitalevolution



#### **Experience Management**

Commerce



Marketing





Identity Management







Data Management Customer | Product

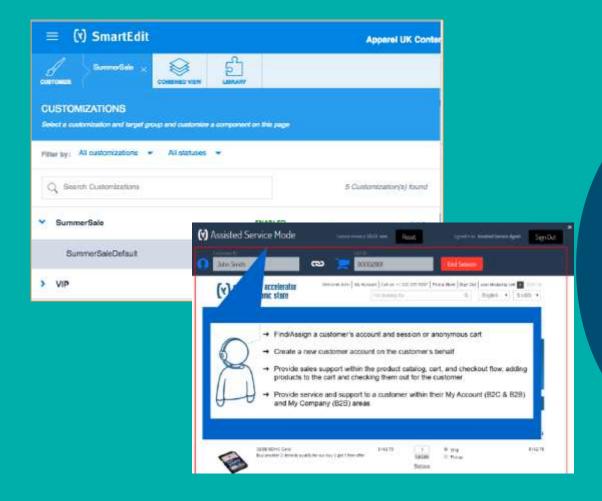
#### Platform, Infraestructure, Integration



IECISA apuesta por SAP Hybris como solución integral al reto presentado

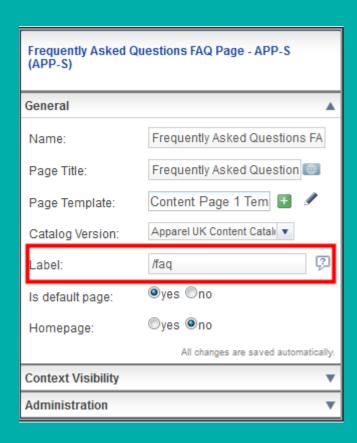
## Enfoque de Proyecto





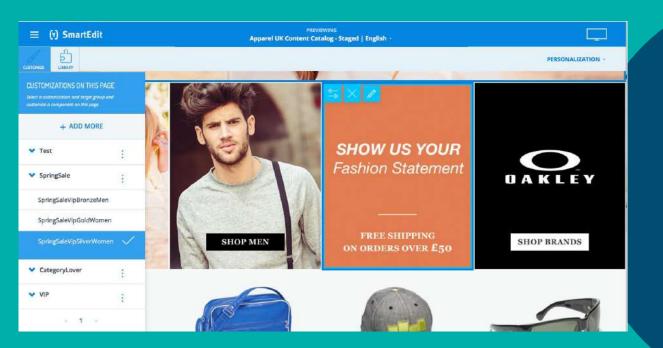
Experiencia de usuario e Interactuación



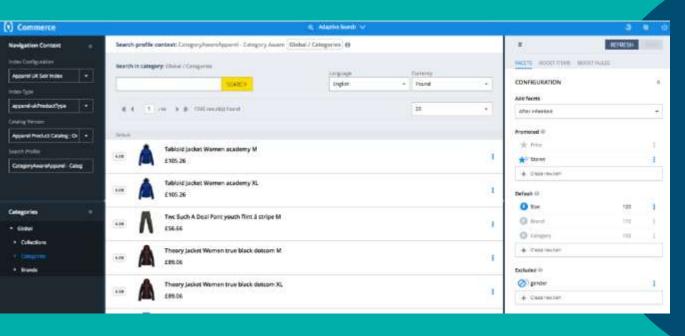


Optimización de búsqueda long-tail





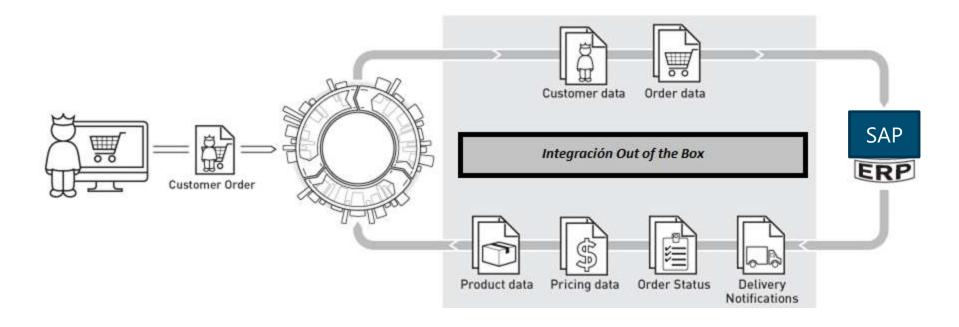
Contenidos personalizados según estrategia de posicionamiento y compra



### Searchandizing

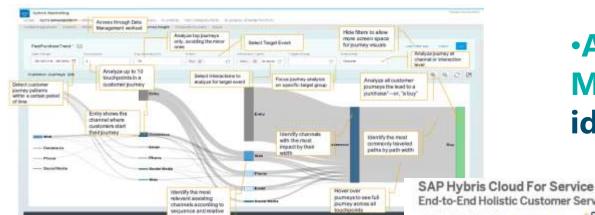


## Sin olvidar la integración nativa con el ERP





#### SAP Hybris Marketing & SAP Services Cloud

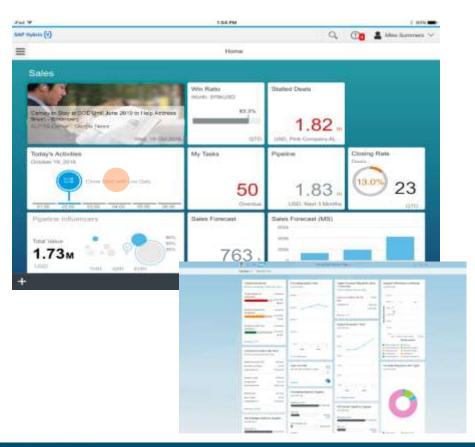


Account BasedMarketing paraidentificar decisores

•Conversión de centros de costes en centros de beneficios



#### SAP Sales Cloud & SAP S/4HANA



•Reducción de costes de venta y costes de inventario

 Integración en tiempo real a través de SAP Cloud Platform

# Beneficios de **SAP Hybris** como herramienta de venta profesional



# Experiencia de usuario omnicanal



Time to Market reducido



Soporte para procesos E2E Market to Order

