Agenda

8.Fashion Business Congress

22.11.2016

Temat przewodni: **E-commerce w modzie**

Łódź, Centrum Europejskie, ul. Piotrkowska 258/260

Od godz.	Do godz.	Temat	Wykładowca
9.30	10:00	Rejestracja gości, kawa, herbata, odwiedzanie stoisk	
10:00	10:10	Powitanie gości, rozpoczęcie Kongresu	Jerzy Osika, Prezes Promedia
10:10	10:30	E-commerce w retailu	Przemysław Worwa, Key Account Manager, Commit Polska
10:30	11:00	System ERP jako centrum dowodzenia dla E-commerce	Mirka Achinger, Prezes ODL
11:00	11:20	E-commerce w branży mody. Wyzwania i rozwiązania na podstawie zrealizowanych wdrożeń	Marcin Rutkowski, PR & Marketing Manager i-systems
11:20	12:20	Przerwa kawowa + odwiedzanie stoisk	
12:20	12:40	Zwiększanie sprzedaży online poprzez personalizacje i optymalizacje w czasie rzeczywistym – case studies	Piotr Oracz, Dyrektor ds. e-commerce, Omniconvert
12:40	13:00	Jak przygotować sklep internetowy do przedświątecznej sprzedaży?	Maciej Chmiel, Doradca klienta, Trusted Shops
13:00	13:20	Jak zbudować przewagę konkurencyjną nowoczesnymi rozwiązaniami płatniczymi?	Jacek Kinecki, Dyrektor sprzedaży - e-commerce, Przelewy24
13:20	14:20	Lunch + odwiedzanie stoisk	
14:20	14:40	Dlaczego ubrania powinny wisieć w chmurze a nie w „szafie“	Tomasz Sobol, Dyrektor Marketingu, Beyond.pl
14:40	15:00	Lepsza komunikacja – większa sprzedaż	Tomasz Ławniczak, CEO, NG CHAT
15:00	15:45	E-commerce w modzie	Panel dyskusyjny
15.45	16:00	Podsumowanie Kongresu, losowanie upominków	Jerzy Osika, Prezes Promedia

promedia
www.promedia.biz.pl

Uwaga: Organizator zastrzega sobie prawo zmiany agendy.

Temat:

E-commerce w retailu

W przedsiębiorstwach z sektora retail E-commerce staje się coraz ważniejszym kanałem sprzedaży. Dodatkowo dynamicznie wzrasta znaczenie E-commerce dla budowania wizerunku sieci handlowej oraz poprawy komunikacji z Klientami. Kluczem do sukcesu jest wielopłaszczyznowa integracja z całą siecią handlową.

Zapraszamy na prelekcję, gdzie w oparciu o konkretne rozwiązania, podpowiemy Państwu jak w pełni wykorzystać potencjał firmy.

Przedstawimy, jak integracja sprzedaży online i offline przy użyciu systemu ERPwincash, doskonałego narzędzia do zarządzania sprzedażą wielokanałową, zwiększy Państwa zyski i zabezpieczy ich wzrost w przyszłości.

Przemysław Worwa

Key Account Manager

Odpowiedzialny za kontakty z sieciami handlowymi, analizę ich potrzeb w zakresie optymalizacji, automatyzacji procesów biznesowych oraz ich obsługi przez ERPwincash. W związku z intensywnym rozwojem e-commerce odpowiedzialny za analizę procesów biznesowych w kontekście integracji sprzedaży online z offline.

ERP wincash **Commit Polska**

COMMIT POLSKA: jest producentem i dystrybutorem systemu ERPwincash. System stworzony dla potrzeb zarządzania średnimi i dużymi sieciami handlowymi. Obsługuje wszystkie procesy zachodzące w sieci sprzedaży, a także w centrali. W ciągu ostatnich kilkunastu lat ERPwincash znalazł uznanie wielu renomowanych firm zarówno w Polsce, jak i na świecie. Z systemu korzystają m.in. Inglot, Recman, Timetrend, Eurotime, Legic, Riff a także T-Mobile, Orange, Vodafone, o2 i mVideo.

Temat:

System ERP jako centrum dowodzenia dla E-commerce

Obecnie, wśród kluczowych czynników sukcesu e-commerce jednym z najczęściej wskazywanych przez ekspertów jest logistyka. Jest to element, który ma bezpośredni wpływ na poziom jakości obsługi klienta, oczekującego że otrzyma produkt zgodny z zamówieniem pod właściwy adres w ciągu maksimum dwóch dni. Organizacja logistyki ma też kluczowe znaczenie w optymalizacji kosztów, a w konsekwencji zyskowności kanału sprzedaży internetowej. Podczas prelekcji podzielimy się doświadczeniem na temat roli jaką system informatyczny, w pełni zintegrowany ze sklepem www i systemem kurierskim odgrywa w procesie logistycznym e-commerce.

Mirka Achinger

Prezes

Menedżer z bogatym doświadczeniem w zakresie zarządzania przedsiębiorstwami oraz obszarami marketingu i sprzedaży. Poprzednio Dyrektor Sprzedaży w Unilever, Dyrektor Bankowości Detalicznej Raiffeisen Bank, Członek Zarządu Diageo, Prezes Zarządu Mispol S.A. Posiada także doświadczenie jako konsultant w zakresie tworzenia i wdrażania strategii oraz zarządzania zmianą. Z branżą IT związana jako wspólnik firmy ODL od 2008, a profesjonalnie od 2011 roku. Specjalizacją firmy, którą obecnie kieruje są wdrożenia systemu informatycznego klasy ERP dedykowanego dla branży retail.

make IT better ODL

Firma **ODL Sp. z o.o.** jest polskim producentem Systemu ERP ODL, wspomagającego zarządzanie przedsiębiorstwami handlowymi. Na rynku istnieje od 1997 roku i swoje oprogramowanie kieruje do firm z sektora retail. Wieloletnie doświadczenia zdobyte podczas realizacji wielu projektów wdrożeniowych pozwoliło stworzyć w ODL bibliotekę najlepszych praktyk dla firm właśnie z tego sektora, dlatego też System ERP ODL jest dedykowanym rozwiązaniem dla branży odzieżowej, obuwniczej, jubilerskiej oraz innych sieci sklepów detalicznych. Wdrożenia prowadzi zespół konsultantów, zapewniający profesjonalną pomoc doradczą związaną z optymalizacją procesów biznesowych w przedsiębiorstwie klienta. Firma ODL jako producent i właściciel kodu oferowanego oprogramowania, ciągle rozwija system i wyposaża go w nowe funkcjonalności, dostosowując do potrzeb klienta i zmieniającej się sytuacji rynkowej.

Temat:

E-commerce w branży mody. Wyzwania i rozwiązania na podstawie zrealizowanych wdrożeń

Moda w e-commerce ma świetny czas. Coraz większe marki wykorzystują potencjał sprzedaży w sieci. Jak go w pełni wykorzystać i rozwijać się jeszcze sprawniej? Jaki związek ma bezpieczeństwo serwerów, jakość obsługi IT, integracja zewnętrznych systemów, rozwiązania omnichannel i analiza ze sprzedażą online w branży mody?

Marcin Rutkowski

PR & Marketing Manager

Absolwent dziennikarstwa na Uniwersytecie Śląskim i studiów podyplomowych z zakresu public relations na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Na co dzień zajmuje się komunikacją B2B i B2C e wCommerce. Humanista, który wierzy w IT. Wykładowca akademicki z zakresu e-commerce.

i·systems

Firma i-systems tworzy dedykowane oprogramowanie eCommerce dla handlu i dystrybucji. Zajmuje się całościowo projektami, włączając rozwiązania omnichannel retailing, cloud hosting, czy systemy B2B. Wszystkie rozwiązania opiera na autorskim oprogramowaniu, które jest rozwijane przez ponad 70-cio osobowy zespół. Wśród klientów firmy z branży mody znajdują się takie marki jak 5.10.15., Big Star, Dalia, Diamante Wear, FASHION HOUSE Group, Monnari, New Balance Poland, Run Colors czy Sugarfree. W ostatniej edycji rankingu Deloitte Technology Fast 500, spółka znalazła się wśród najszybciej rozwijających się firm technologicznie innowacyjnych w Europie.

Temat:

Zwiększanie sprzedaży online poprzez personalizacje i optymalizacje w czasie rzeczywistym – case studies.

Przedstawię skuteczne techniki zwiększania sprzedaży poprzez personalizację i optymalizację sklepu przy wykorzystaniu platformy Marketizator. Pozwalają one zwiększać wyniki sprzedażowe bez dodatkowych inwestycji w większy ruch na stronie. Wszystkie zaprezentowane przykłady będą oparte na rzeczywistych wdrożeniach wśród naszych klientów w szczególności z branży Fashion.

Piotr Oracz
Dyrektor ds. e-commerce w Marketizator Polska
oraz ekspert Izby Gospodarki Elektronicznej

Współpomysłodawca usług loopa.eu, które mają za zadanie zwiększać wyniki sprzedażowe e-sklepów. Specjalizuje się w analizach rynku i asortymentu dla e-commerce oraz w optymalizacji sprzedaży i konwersji. Wprowadził na polski rynek platformę Marketizator.pl, która pozwala bezpośrednio wdrażać na stronach e-sklepów i serwisów optymalizacje wyglądu i działania marketingowe w czasie rzeczywistym. Przez siedem lat pracował, jako konsultant w Microsoft. Jego główną specjalizacją było projektowanie i wdrażanie systemów klasy Business Intelligence dedykowanych dla sektorów Telekomunikacyjnego i Bankowego w Polsce i Europie.

OMNICONVERT
Dawniej Marketizator

Marketizator to platforma pozwalająca zwiększać e-sprzedaż w czasie rzeczywistym bezpośrednio na stronie sklepu. Rozwiązanie to unikatowe połącznie kilku narzędzi w jednym takich jak :

- Personalizacja komunikacji oraz treści dla odwiedzającego w zależności od jego zachowania, historii zakupowej, lokalizacji a nawet pogody
- Optymalizacja wyglądu i użyteczności strony poprzez testy AB oaz testy wielowariantowe
- Zbieranie leadów, opinii , badanie intencji czy lojalności odwiedzających dzięki rozbudowanym ankietom
- Jedna z najbardziej rozbudowanych na rynku segmentacja klientów, pozwalająca dotrzeć z każdym działaniem do precyzyjnie dobranej grupy potencjalnych klientów.

Marketizator został już wdrożony wśród 6000 sklepów i serwisów na całym świecie. Jest laureatem wielu prestiżowych nagród w tym ekomersy w 2015 roku.

Temat:

Jak przygotować sklep internetowy do przedświątecznej sprzedaży?

Zdecydowana większość Polaków szuka pomysłów na prezenty świąteczne w Internecie, jednak na ich zakup w sieci decyduje się ostatecznie tylko co czwarty z nich. Dlaczego tak się dzieje i co powinien zrobić sprzedawca internetowy, aby dobrze przygotować się na okres wzmożonej przedświątecznej sprzedaży i przekonać do siebie potencjalnych klientów? Ekspert Trusted Shops przedstawi kilka sprawdzonych sposobów na zwiększenie konwersji i sprzedaży w tym, najgorętszym w roku, okresie.

Maciej Chmiel
Doradca klienta

Absolwent Wydziału Elektrotechniki i Informatyki Politechniki Lubelskiej oraz Wydziału Zarządzania Politechniki Warszawskiej. W 2013 r. ukończył studia doktoranckie w Szkole Głównej Handlowej na kierunku Ekonomia. Pierwsze doświadczenie zawodowe zdobył pracując poza granicami kraju, m. in. w USA i Irlandii Północnej. Po powrocie do Polski pracował m.in. dla takich firm jak Coca-Cola, HBC Polska i Raiffeisen Bank. Od czerwca 2013r. jest doradcą w Trusted Shops.

Trusted Shops jest wiodącą firmą oferującą regulamin i znak jakości dla sklepów internetowych, program ochrony kupującego oraz system opinii o sklepie. Zaufało jej już ponad 20 000 sprzedawców internetowych w Europie. Prezentując znak jakości Trusted Shops, sprzedawcy internetowi sygnalizują, że w ich sklepie przestrzegane są prawa konsumenta. Ponadto, dzięki opcji ochrony kupującego, Trusted Shops zabezpiecza finansowo zakupy klientów na wypadek braku dostawy lub braku zwrotu pieniędzy po odstąpieniu od umowy. Zaufanie klientów do sklepu rośnie, a ich gotowość do finalizowania zakupów jest większa. Dla sprzedawcy większe zaufanie to większe obroty.

Temat:

Jak zbudować przewagę konkurencyjną nowoczesnymi rozwiązaniami płatniczymi?

Rynek e-commerce obraca się wokół oczekiwań i preferencji klienta. Na dynamicznie rozwijającym się rynku i w dobie coraz prężniej rosnącej konkurencji, kluczem do zjednania sobie przychylności konsumenta, jest zapewnienie mu maksymalnie komfortowej, szybkiej i bezpiecznej ścieżki zakupowej. Chcący zbudować przewagę rynkową e-sprzedawcy muszą zademonstrować dyspozycyjność do wyjścia naprzeciw nowoczesnym technologiom i dowieść, że są przygotowani do spełnienia stale rosnących wymagań klientów, dotyczących najnowocześniejszych metod płatności. Dlaczego wdrożenie w sklepie internetowym najnowszych rozwiązań płatniczych spowoduje pozostawienie konkurencji w tyle, opowie Jacek Kinecki, Dyrektor Sprzedaży – E-commerce serwisu Przelewy24.

Jacek Kinecki
Dyrektor Sprzedaży – E-commerce - Przelewy24
ekspert Izby Gospodarki Elektronicznej

Z branżą e-commerce i IT związany od kilku lat. Do jego obowiązków należy monitoring rynku, rozwój oferty serwisu Przelewy24, inicjowanie, koordynowanie i nadzór nad prowadzonymi projektami, a przede wszystkim pozyskiwanie i budowanie relacji z kluczowymi Klientami oraz Partnerami serwisu. W codziennej pracy wizję Klienta zamienia w pełnowartościowy produkt.
Prelegent podczas licznych imprez branżowych oraz szkoleń. W trakcie swojej kariery zawodowej współpracował z wieloma kluczowymi Partnerami, był odpowiedzialny za nadzorowanie wdrożeń rozbudowanych projektów w zakresie dedykowanych rozwiązań płatniczych. Ukończył UAM w Poznaniu na kierunku komunikacji społecznej.

Przelewy24

Serwis Przelewy24 od prawie 11 lat współtworzy polską branżę e-commerce. Wyznacza trendy dostarczając największą na rynku liczbę rozwiązań płatniczych dopasowanych do każdego biznesu. Najwyższy poziom usług zapewniają także stale ulepszane rozwiązania informatyczne, oraz polityka bezpieczeństwa. Operator obsługuje zarówno największe jak i małe e-biznesy oferując partnerom ponad 200 metod płatności. Pomimo panującego na rynku trendu standaryzacji, serwis do każdego klienta podchodzi indywidualnie, dopasowując rozwiązania do jego potrzeb. Od początku swojego istnienia Przelewy24 posługują się szerokim zakresem narzędzi, dbając o to, aby finalny użytkownik, otrzymał to na czym najbardziej mu zależy - szybkość, prostotę obsługi, oszczędności finansowe i bezpieczeństwo. Już ponad 50 000 partnerów obdarzyło zaufaniem serwis Przelewy24 i korzysta z jego innowacyjnych rozwiązań płatniczych.

Temat:

Dlaczego ubrania powinny wisieć w chmurze a nie w „szafie“

Przejście tradycyjnych e-sklepów w chmurę to już nie trend, czy próba wyróżnienia się jako nowoczesna firma. To standard, który każdy właściciele ecommercu winien spełnić. Dlaczego? O tym dowiesz się w trakcie spotkania.

Tomasz Sobol

Dyrektor Marketingu

Doradca, trener, projekt manager, wykładowca uczelni wyższych. Specjalizuje się w zagadnieniach związanych z e-marketingiem, analityką internetową oraz automatyzacją procesu komunikacji z klientami biznesowymi oraz indywidualnymi (B2B, B2C). Od ponad 10 lat związany marketingiem internetowym. Doradca z zakresu tworzenie procesu komunikacji i budowania wizerunku w sieci m.in. dla podmiotów z branży: e-commerce, bankowość, hotelarstwo, farmacja, IT, usługi prawnicze oraz samorządy gminne. Prelegent wielu konferencji branżowych, m.in. Targi e-handlu, Gigacon, Big Data Summit. Publikuje swoje artykuły m.in. w Nowymarketing, Mamstartup, Innpoland i wielu innych portalach i magazynach branżowych. Absolwent Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Szkoły Liderów w Warszawie. Obecnie Dyrektor Marketingu w Beyond.pl - zaangażowany w rozwój największego polskiego Centrum Danych Beyond.pl i tworzenie Centrum Badań Technologii Informatycznych.

beyond.pl

Beyond.pl to lider usług cloud computingu w Polsce oraz jedyny tak kompleksowy dostawca usług data center w środkowej i wschodniej części Europy. Firma działa na Polskim rynku ponad 10 lat. Nieustanie rozwija swoje usługi oraz zaplecze technologiczne dowodem czego jest uruchomione w tym roku najnowocześniejsze i największe Centrum Danych w Poznaniu.

Temat:

Lepsza komunikacja – większa sprzedaż!

Podczas prezentacji przedstawimy informacje o wykorzystaniu najnowszych narzędzi do zwiększania sprzedaży. Uczestnicy dowiedzą się jak skutecznie analizować dane swoich klientów i je wykorzystywać podczas sprzedaży. Dostarczymy niezbędną wiedzę jak efektywniej obsługiwać swoich klientów w sklepie internetowym. Powiemy jak dla klienta sklepu eCommerce ważny jest czas reakcji na jego pytania i problemy.

Tomasz Ławniczak

CEO

Z wykształcenia i zamiłowania elektronik i ekonomista, który skutecznie łączy te dziedziny nauki by projekty w których bierze udział były najlepiej dostosowane do potrzeb biznesów internetowych. Posiada ponad piętnastoletnie doświadczenie w IT. W tym czasie brał udział w tworzeniu i wdrożeniach wielu systemów ERP oraz Business Intelligence w międzynarodowych korporacjach oraz dużych, prężnie działających polskich firmach. Od kilkunastu lat tworzy i rozwija własne projekty informatyczne. Na bazie doświadczeń, potrzeb rynkowych oraz pasji do eCommerce obecnie tworzy i rozwija najlepszy i najbardziej innowacyjny komunikator internetowy NGChat.com przeznaczony tylko dla sklepów internetowych. Prywatnie pasjonat mody i podróży, miłośnik gór, szybkiej jazdy na nartach i pływania.

NGChat.com jest globalnym systemem komunikacji w eCommerce. Nasza firma tworzy rozwiązania dla eCommerce i w wyniku wieloletniego doświadczenia stworzyliśmy najlepszy i jedyny live chate tylko dla e-commerce. Każda sekunda jest na wagę złota, dlatego wiedza, jaką pozyskujemy powinna być wykorzystana niezwłocznie. NGChat.com umożliwia dostęp online do wszystkich danych o kliencie, który odwiedza sklep internetowy. Dzięki niemu można bliżej poznać swoich klientów – zobaczyć między innymi co oglądają, co mają w koszyku, co usunęli z koszyka. Mając takie dane, łatwiej jest poznać swoich klientów, w czasie rzeczywistym reagować na ich potrzeby i zwiększać konwersję i sprzedaż.