

e-Klient

e-Customer Journey



e-Klient. e-Customer Journey

Drogi Uczestniku,

już 6 oraz 7 czerwca 2018 roku, zapraszamy na kolejną odsłonę konferencji E-Klient.

Tak jak poprzednio, wraz z najlepszymi ekspertami rynku, zabierzemy Was w podróż po branży e-commerce widzianą oczami konsumenta. Tym razem, prześledzimy całą jego ścieżkę zakupową, gdzie jej prawidłowa interpretacja pozwoli budować strategię poprawy jego obsługi. Mapowanie ścieżki klienta pozwala również na zwiększenie jego satysfakcji oraz wychwycenie potencjalnych problemów.

Zapraszamy na konferencję, podczas której pokażemy podejścia, narzędzia oraz rozwiązania, pojawiające się na każdym etapie poznawania naszego konsumenta. Jeśli chcecie dowiedzieć się jeszcze więcej o swoich użytkownikach i zrobić wszystko, żeby ich zachować – nie może zabraknąć Was na tym wydarzeniu!

Zapraszam serdecznie!
Magdalena Marczak-Makowska
Project Manager, Puls Biznesu



Co gwarantujemy?

- Poznanie e-klienta poprzez wspólne prześledzenie 5-cio stopniowego e-Customer Journey
- Atmosferę sprzyjającą pogłębieniu wiedzy
- Najważniejsze narzędzia i najciekawsze case studies - wszystko po to, by było ciekawie, efektywnie, kreatywnie!
- Znakomitych ekspertów, którzy podzielą się swoją wiedzą - Wy też jesteście dla nas ekspertami, którzy aktywnie uczestnicząc w wydarzeniu, dzielą się swoją wiedzą
- Przerwy networkingowe - my gwarantujemy czas, miejsce i znakomitą kawę - Wy zbudujcie sieć kontaktów, które pomogą Wam w rozwoju Waszego e-Biznesu!
- Certyfikat uczestnictwa - potwierdzimy Wasze zaangażowanie i zdobyte umiejętności!



Do udziału zapraszamy

- Dyrektorów, Menedżerów e-Commerce, e-Biznesu, e-Handlu, e-Ustług;
- Dyrektorów, Menedżerów i Specjalistów ds. Marketingu Online;
- Dyrektorów, Menedżerów Sprzedaży;
- Dyrektorów, Menedżerów i Specjalistów ds. Rozwoju Biznesu i Nowych Technologii;
- Menedżerów i Specjalistów ds. Wsparcia Sprzedaży;
- Project i Brand Menedżerów;
- Przedstawicieli agencji zajmujących się e-marketingiem;
- Przedstawicieli firm dostarczających rozwiązania dla sektora e-Commerce.

08:30 Rejestracja, poranna kawa

09:00 Oficjalne rozpoczęcie konferencji

Magdalena Marczak, Project Manager, Puls Biznesu



Kim jest współczesny e-konsument?

09:10 WORKSHOP Kim jest współczesny e-konsument?

tristan tresar, Trener Biznesu, Menedżer i Konsultant

Pani i Pan K to krótki warsztat o tym, kim są i jacy są współcześni konsumenci, współcześni państwo „K”. Przekładając to na współczesny język Państwa K, na podstawie Naszych doświadczeń w roli „K” opiszemy kluczowe zachowania i postawy tajemniczej pary „K”. Następnie, kupującemu panu i pani „K” zrobimy zdjęcia. Zdjęć będzie 9. Każde z nich przedstawiać będzie naszą parę w innym momencie procesu kupowania. Wszystkie zdjęcia ponumerowane od 1 do 9 odtworzą współczesny proces zakupowy. A to wszystko na rozgrzewkę.

09:55 Evolucja zachowań e-konsumenta w Internecie

Justyna Skorupska, Członek Rady ds. Cyfryzacji przy Ministrze Cyfryzacji, Wiceprzewodnicząca Rady Izby Gospodarki Elektronicznej, Head of Business Consulting Europe w e-point SA.

- Zmiany w procesie zakupowym - jak zachowania e-klienta zmieniły się na przestrzeni lat
- Nowa ścieżka zakupowa e-klienta - multikanalowość zakupowa i multikanalowość kontaktu

10:40 Przerwa na kawę



e-Customer Journey

11:00 Analiza Customer Journey i dopasowanie działań marketingowych do odpowiednich faz ścieżki klienta

Sebastian Umiński, 3M, Lider mediów internetowych regionu CEEMEA

- E-klient pod lupą: analiza ścieżek decyzyjnych
- Fazy customer journey i konwertowanie klienta pomiędzy fazami
- Lead nurturing
- Czy klient jest na to gotowy? Dopasowanie działań marketingowych do fazy customer journey
- Kiedy komunikat nie ma prawa działać
- Jak konstruować efektywne kampanie z wykorzystaniem modelu customer journey

e-Klient. e-Customer Journey

6 CZERWCA 2018 R.



etap 1.

poznawanie potrzeb e-konsumenta i budowanie jego świadomości

11:45 Success Story Rainbow – Marketing napędzany danymi

Zbigniew Nowicki, Managing Director Bluerank, Przewodniczący Rady Izby Gospodarki Elektronicznej

Konsument w Internecie słucha, ocenia i wybiera świadomie. Jak analizując Customer Journey zaistnieć w świadomości i przekonać do wyboru naszej oferty? Zrozumienie klienta, technologiczna innowacja oraz bliska współpraca z marką Rainbow zmieniły oblicze zarządzania kampaniami reklamowymi. Począwszy od analizy danych konsumentów z wielu etapów i źródeł, stworzeniu modelu atrybucji konwersji, a na spersonalizowanych kreacjach reklamowych dopasowanych 1 do 1 kończąc. Nasze działania zostały oparte o dane, a optymalizacja za ich pośrednictwem stała się kluczem do sukcesu Rainbow.

12:30 Strategia doboru kanałów reklamowych

Edyta Frąckowiak, Dyrektor operacyjny, Semahead

- Gdzie najlepiej alokować fundusze na reklamę? YouTube, programmatic czy Facebook?
- Jak dobrać media i formaty reklamowe ze względu na cel kampanii? Case study.
- Jak rozłożyć budżet i mierzyć efekty kampanii?
- Nieefektywne sprzedażowo kanały - fakty i mity, czyli kilka słów o modelach atrybucji

13:15 Przerwa na lunch



etap 2.

poszukiwanie informacji o e-konsumencie

14:15 Jak wykorzystać informacje z mediów społecznościowych w e-commerce, aby lepiej poznać zarówno klientów, jak i tych, co porzucają koszyki.

Jan Zajac, Prezes Sotrender, Wydział Psychologii UW

- Co wie o nas Facebook, YouTube czy Instagram - a czego nie wie
- Jak uzupełnić profile czy osoby użytkowników i segmentów w oparciu o dane behawioralne z social media
- Jak korzystają z tego biznesy sprzedające przez internet?
- Czego dowiedzieliśmy się z social media o wartościach i stylu życia użytkowników popularnej aplikacji mobilnej? (case study B2C)
- Czym różnią się pod względem preferencji osoby dokonujące zakupów od tych, które porzucają koszyki (case study B2B / B2C)
- Jak wzbogacić wiedzę o subskrybentach newslettera i przełożyć to na decyzje strategiczne (case study B2B)

15:15 Nowoczesne narzędzia analityczne – Google Analytics etc.

Wyszukiwarki, Content Marketing.. jak robić to dobrze?

16:00 e-RODO

PayU

- Nowe obowiązki przedsiębiorców w zakresie przetwarzania danych osobowych
- Jak zmieni się funkcjonowanie e-sklepów ze względu na wymagania RODO?
- Klauzule zgód dla celów sprzedażowo-marketingowych - jak to ma wyglądać
- Nowe procedury - jak się przygotować?

16:45 Zakończenie pierwszego dnia konferencji

08:30 Rejestracja, poranna kawa



etap 3.

wspieranie podejmowania decyzji przez e-konsumenta

9:00 Social shopping – czyli sprzedaż przez media społecznościowe/ Wpływ mediów społecznościowych na proces zakupowy

Mikołaj Winkiel, Chief Evangelist w Brand 24

Marta Soja, Brand Communication Team Leader, Limango Polska

Opowiemy jak szukać potencjalnych klientów w mediach społecznościowych, na „żywym organizmie” pokażemy jak faktycznie działania w mediach społecznościowych wpływają na decyzje zakupowe. Mikołaj z Brand24 pokaże jak można wsłuchać się w głos internautów, wyciągnąć wnioski i zadbać o wizerunek. A Marta opowie jak w Limango stosują te wszystkie działania i realnie wpływają na klientów - jak ich pozyskują, rozmawiają z nimi i wyciągają wnioski.

09:45 Zakupy jednym ruchem różdżki, czyli magia (technologia?) w handlu

Krzysztof Heyda, Marketing Technologist

- Jak zmienia podejście Konsumenta do robienia zakupów przez internet
- Najnowsze trendy, które powinny wytycznymi jak należy zmieniać e- biznes, a nie samymi nowinkami
- Najciekawsze przykłady ze światowych realizacji w retailu
- Jak się przygotować do ich wdrożenia w swoim biznesie, tak by wytyczać trendy, a nie je gonić

10:30 Przerwa na kawę

11:00 E-pricing – psychologia cen w branży e-commerce

Grzegorz Furtak, Partner, pricingLAB

Piotr Jastrzębski, Partner, pricingLAB

- Skuteczna prezentacja cen w e-commerce
 - Jak skutecznie opracować cennik w SAAS
 - Dynamic pricing: źródła danych i możliwe strategie cenowe uzależnione od pozycji rynkowej
1. Rekomendacje – klucz do sukcesu
 - Potencjał wzrostu obrotów poprzez odsprzedanie dodatkowych produktów
 - Wzrost satysfakcji klientów poprzez możliwość skompletowania potrzebnego zestawu
 - Implikacje dla pricingu: cena produktu pierwszego i kolejnych w koszyku, promocje zestawów
 - Dodatkowy potencjał identyfikacji dla klientów powracających
 2. Jakie dane warto zbierać?



etap 4.

decyzja zakupowa - usprawnianie zakupów

11:45 Automatyzacja procesu sprzedażowego w e-commerce - zarządzanie na linii dostawca-magazyn-sklep, obsługa zamówień, integracja płatności

Łukasz Wysokiński, business development director, OEX E-Business; Krzysztof Wieczorek, business architecture director, OEX E-Business

- Wprowadzenie
- 1. środowisko e-commerce b2c, b2b oraz b2b2c
- 2. oczekiwania konsumentów wobec sprzedawcy na rynku b2b i b2c
- Narzędzia sprzedażowe i modele logistyczne
- Automatyzacja usług w modelu fulfillmentowym - zarządzanie dostawcami, przyjmowanie i obsługa zamówień.
- Aspekty praktyczne związane z integracjami dostawcy, płatności, logistyki i spedycji.
- Przyszłość sprzedaży on-line.

12:30 Omnichannel/ Konwersja klientów z offline do online – wyzwania, sposoby, narzędzia

Małgorzata Olszewska, Dyrektor Strategiczny / CSO, Kazar Footwear Sp. z o.o.

- Czy konwersja do online może być nadrzędnym celem firmy, czy liczy się przede wszystkim sprzedaż, niezależnie od kanału?
- Co może dać offline, czego klient nie doświadczy on w online?
- A jak dzięki online'owi możemy lepiej poznać naszych klientów?
- Jak budować synergię pomiędzy kanałami?

13:15 Przerwa na lunch



etap 5.

emocje i zachowania po zakupie

14:00 Big data i sztuczna inteligencja, jak wykorzystać technologiczne innowacje w zarządzaniu i automatyzacji relacjami z klientem

Marek Cynowski, Country Manager DACH at SentiOne; E-Commerce & Digital Executive

Jak reagować natychmiast? 42% użytkowników mediów społecznościowych oczekuje od firmy odpowiedzi w ciągu 60 minut. Jak zapewnić światowej klasy obsługę klienta? 73% klientów twierdzi, że dzięki świetnej obsłudze polubi Twoją markę. Zwiększenie retencji o 2% daje ten sam efekt, co obniżenie kosztów o 10%. Dowiedz się jak zwiększyć zaangażowanie klientów dzięki technologii!

14:45 Lojalizacja e-konsumenta – Momenty Prawdy

Bartłomiej Wrzosek, Dyrektor Zarządzający, DEVELOR Polska Sp. z o.o.

- Jak skonfrontować oczekiwania klienta z rzeczywistością
- Skutków tej konfrontacji dla jego lojalności i sposobu wypowiedzania się o firmie/usłudze/produkcje
- Przykłady na bezkosztowe oraz niskokosztowe przekraczanie oczekiwań klienta w wybranych branżach oraz momentach prawdy.
- **UWAGA!** Ćwiczenie praktyczne, podczas którego zaprojektujecie konkretne działanie!

16:15 Zakończenie konferencji, wręczenie certyfikatów

**Partner merytoryczny tristan tresar**

Trener Biznesu, Menedżer i Konsultant

Trener biznesu, mówca, menedżer i konsultant. Prowadzi autorskie warsztaty i symulacyjne gry biznesowe z cyklu „Kolizje inwestycyjne®” oparte na naukowych dowodach (EBT). Podczas warsztatów i w pracy menedżera (interim) wykorzystując naukowe metody realizuje potencjał pracowników i wprowadza skuteczne zmiany, które zwiększają efektywność zespołów oraz konkurencyjność firm. CEO Knowledge Brasserie – edukacyjnych delikatesów. Menedżer, z 21-letnim doświadczeniem w sprzedaży i w zarządzaniu nią. Przez 6 lat piastował stanowisko Dyrektora ds. Zarządzania konsumenckimi kategoriami produktów w Microsoft. Realizował projekty m.in. dla: Microsoft (Polska, Worldwide), Bayer HealthCare, Medicover (International), Sygma Bank, Dr. Irena Eris, Samsung, PZU, ENEA S.A, Hugo Boss Polska, ING.

**Jan Zając**

Prezes Sotrender, Wydział Psychologii UW

Przedsiębiorca, badacz i psycholog. Współzałożyciel i prezes Sotrendera (www.sotrender.com, jedynej w Polsce firmie badawczej specjalizującej się w social media i tworzeniu własnych narzędzi do ich badania. Adiunkt na Wydziale Uniwersytetu Warszawskiego. Absolwent SGH i UW, stypendysta Uniwersytetu Bocconi w Mediolanie oraz Uniwersytetu w Leuven. Autor wielu publikacji nt. psychologii Internetu i prowadzenia badań online. Częsty mówca na konferencjach branżowych. Wykładowca na studiach magisterskich i podyplomowych z zakresu marketingu internetowego oraz badań społecznych i marketingowych.

**Marek Cynowski**

Country Manager DACH at SentiOne; E-Commerce & Digital Executive

Entuzjasta cyfrowej rewolucji, z zaangażowaniem tworzy i zarządza innowacjami konsumenckimi, koncentrując się na wykorzystaniu najnowszych trendów oraz technologii internetowych w osiąganiu celów biznesowych. W ostatnich latach związany z Poczta Polska jako Dyrektor ds. eCommerce, wcześniej m.in. Business Development Director w Groupon Polska.

**Edyta Frąckowiak**

Dyrektor operacyjny, Semahead

Ekspert marketingu online z bogatym doświadczeniem z zakresu performance marketingu, sprzedaży i analityki biznesowej, związana z branżą digital od ponad 8 lat. Od ponad 6 lat w Grupie Interia.pl rozwija sprzedaż dla sektora e-commerce. W charakterze kierownika projektu oraz właściciela produktu pracowała nad rozwojem i monetyzacją wspierających sprzedaż produktów technologicznych oraz międzynarodowych serwisów z portfolio Bauer Media Group. Wcześniej zawodowo związana z Grupą Novem, gdzie odpowiadała za planowanie strategii działań performance m.in. dla BZ WBK, PLAY i Aviva.

**Grzegorz Furtak**

Grzegorz Furtak, Partner, pricingLAB

Ekspert w dziedzinie pricingu, strategii sprzedażowych oraz modeli monetyzacji w przedsiębiorstwie. Praktyk biznesu z 25-letnim stażem. Przez 15 lat pełnił funkcje Executive: Prezesa Zarządu, Dyrektora Zarządzającego, Dyrektora Sprzedaży w międzynarodowych firmach t.j. Grohe, Lekkerland, Raisio. Absolwent programu Executive MBA: University of Warsaw – University of Illinois.

**Krzysztof Heyda**

Marketing Technologist

Swoją przygodę zaczynał od pracy w social mediach. Następnie, jako Community Manager, pomagał startupom w zbieraniu funduszy na serwisach crowdfundingowych. W Marketing Investment Group odpowiadał za wykorzystanie nowych technologii w internecie i salonach stacjonarnych takich marek jak Sizeer czy Timberland. Podczas projektów wdrażających rozwiązania mobile, digital signage czy omnichannel współpracował m.in. z ike, adidas czy Samsung. Teraz tworzy i rozwija nowe kanały obsługi klienta w Grupie Tauron. Dla GoMobi.pl, pierwszego serwisu zajmującego się marketingiem mobilnym, pisze teksty o nowych technologiach i mobile.

e-Klient. e-Customer Journey

PRELEGENCI



Piotr Jastrzębski

Partner, pricingLAB

Ekonomista, matematyk specjalizujący się w problematyce na styku biznesu, data mining i business intelligence. Głównym obszarem zainteresowania Piotra jest wpływ decyzji biznesowych i marketingowych na rentowność i wartość firmy. Wieloletnie doświadczenia biznesowe wyniósł m.in. z BRE Corporate Finance, TVN, ITI Neovision, Optimus, Novitus, Krakowska Fabryka Armatur, PZU. Absolwent programu Executive MBA: University of Warsaw – University of Illinois.



Zbigniew Nowicki

Dyrektor Zarządzający Bluerank, Przewodniczący Rady Izby Gospodarki Elektronicznej

Tworzy Bluerank, jedną z najlepszych agencji marketingu online w Europie, która w 2017 roku uzyskała tytuł „Best Large Integrated Search Agency” w konkursie European Search Awards. Od ponad 20 lat obecny w branży internetowej, doradzając najważniejszym graczom rynku finansowego, telekomunikacyjnego, e-commerce oraz sektora FMCG. Jako współwłaściciel Bluerank odpowiedzialny za rozwój i zarządzanie firmą, jednocześnie pasjonat digital analytics. Pomysłodawca i założyciel BlueAlliance i DALL Int. – międzynarodowych partnerstw biznesowych niezależnych agencji z Europy. Aktywny członek takich stowarzyszeń branżowych jak CXPA, DAA, IAB, PTBRIO. Pionier obszaru badań Customer Experience, współtwórca platformy opinia.com. Prelegent konferencji branżowych w Polsce i zagranicą. Prywatnie – tata, biegacz ultra, fan hardrocka i psów rasy labrador retriever.



Małgorzata Olszewska

Dyrektor Strategiczny, Wiceprezes Zarządu, Kazar Footwear Sp. z o.o.

Od ponad 4 lat w ecommerce, od 8 w handlu, od 14 w digitalu, odkąd pamiętam w marketingu relacji. Byłam odpowiedzialna za wdrożenie i prowadzenie sprzedaży internetowej Kazar i podejścia omnichannelowego w firmie. Patrzę na technologie i systemy przez pryzmat potrzeb Klienta, spójności komunikacji i wspólnego celu, jakim jest sprzedaż.



Justyna Skorupska

Członek Rady ds. Cyfryzacji przy Ministrze Cyfryzacji, Wiceprzewodnicząca Rady Izby Gospodarki Elektronicznej, Head of Business Consulting Europe w e-point SA.

Autorka pierwszej publikacji z zakresu e-commerce uwzględniającej polską specyfikę „E-commerce.Strategia-Zarządzanie-Finanse”, wydanej przez PWN. Ekspertka e-commerce w zakresie tworzenia i wdrażania strategii biznesowych w elektronicznych kanałach sprzedaży. Zaangażowana w edukację rynku i tworzenie jego standardów. Aktywnie reprezentuje i wspiera interesy gospodarcze firm związanych z rynkiem gospodarki elektronicznej w Polsce. Jest włączona w prace w zespołach międzynarodowych w ramach realizacji wspólnej polityki rozwoju Gospodarki Elektronicznej w Ecommerce Europe. Posiada ponad 20-letnie doświadczenie zawodowe z obszaru IT i zarządzania biznesowego, a także obszerną wiedzę i doświadczenie z zakresu szeroko pojętej optymalizacji procesów biznesowych - również w projektach międzynarodowych. Pracowała w największych firmach i korporacjach z branży IT/Online, w których rozwijała swą karierę poprzez wszystkie szczeble zarządzania. Dzięki doświadczeniu w prowadzeniu własnej firmy, a także w pracy w konsultingu doskonale zna i rozumie potrzeby biznesowe przedsiębiorstw, zarówno tych z sektora sprzedaży B2C jak i B2B. Skutecznie łączy wiedzę IT z doświadczeniem biznesowym. Wykładowca akademicki z obszaru handlu elektronicznego na Akademii L. Koźmińskiego oraz Collegium Civitas. Doktorantka nauk o zarządzaniu ALK.



Marta Soja

Brand Communication Team Leader, Limango Polska

Doświadczenie zawodowe zdobywała m.in. w agencjach Mind Chili i Lemon Sky (dziś w strukturach JWT) pracując dla takich marek jak Orange, TP SA, Kubuś, Deutsch Bank, Santander, Winiary, Tchibo, Hellena. Za działa w social mediach dla Serce i Rozum nagrodzona m.in. złotym Effie, Kreaturą, Golden Arrow.

Od 8 lat zajmuje się też influencer marketingiem. Tworzyła skuteczne kampanie dla marek Ballentine's, Winiary, Tesco, Orange i limango Polska.

e-Klient. e-Customer Journey

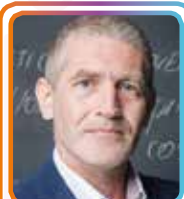
PRELEGENCI



Sebastian Umiński

3M, Lider mediów internetowych regionu CEEMEA

Specjalista od strategii komunikacji, od 12 lat rozwija wielowymiarowe projekty digital w Polsce i na świecie. W 3M opracowuje digitalowe standardy CEEMEA i prowadzi zespół odpowiedzialny za regionalne projekty obejmujące ponad 30 krajów Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki. Przez ostatnią dekadę pracował w sieciowych agencjach reklamowych MRM Worldwide, Saatchi & Saatchi, Ogilvy & Mather jako dyrektor ds. innowacji a także jako Senior Brand Manager w Novartis (obecnie GSK). W latach 2014-2017 kierownik kierunku „Social media – marketing w mediach społecznościowych” na Uniwersytecie SWPS, wykładowca, juror w konkursach reklamowych, członek komitetu organizacyjnego Innovation AD i rady programowej Forum IAB. Jest częstym prelegentem na konferencjach branżowych, prowadzi warsztaty z wykorzystania nowych technologii w marketingu. Pracował z wieloma firmami i markami, tworząc ich strategie digital i social media: T-Mobile, Orange, Toyota, Philips, Bosch, Huawei, Procter&Gamble, Unilever, Allianz, nc+, Tymbark, Novartis, Carlsberg, Mondelez, Selgros, Carrefour, Saturn, IBM, CitiBank, BNP Paribas, BPH, Credit Agricole, Nestle, Pramerica, Goodyear, Wedel, Exxon Mobil, BP, Mastercook, XL Energy, Nesquik, Chocapic, Sopro, BAT, Dove. W marketingu ceni kreatywną odwagę i efektywną precyzję.



Krzysztof Wiczorek

business architecture director, OEX E-Business

Manager z 20-letnim doświadczeniem w obszarach: zarządzanie i administracja sprzedaży, e-commerce i trade marketing. Wcześniej związany z takimi firmami jak Bripox, Philip Morris, Sarantis. Od 9 lat w grupie OEX wspiera procesy logistyczne e-commerce i POSM. Obecnie, jako business architecture director w OEX E-Business koncentruje się na wdrażaniu platform sprzedażowych oraz kreowaniu rozwiązań systemowych wspierających procesy logistyczne. Zajmuje się również obsługą klienta. Autor wielu branżowych publikacji, prowadzi zajęcia na Akademii Leona Koźmińskiego z zakresu logistyki e-commerce.



Mikołaj Winkiel

Chief Evangelist, Brand24

Profesjonalnie i hobbystycznie zajmuje się marketingiem, Internetem i mediami społecznościowymi, starając połączyć te tematy w jedno. Pracując w dużej agencji nauczył się czym jest marketing internetowy, a pracując w mniejszej agencji, dowiedział się jak go robić skutecznie i sprawnie. Był social media managerem, content managerem, analitykiem i sprzedawcą. Ciągłe wykorzystuje zdobyte doświadczenie, szkoląc z monitoringu Internetu podczas licznych prelekcji na m.in.: Marketing Day, Pipeline Summit, Forum Inbound Marketing, Kongresie Praktyków biznesu czy Kongresie Business Intelligence. Jest współautorem Biblii E-Biznesu i innych, licznych publikacji, prowadzi zajęcia na wielu uczelniach (m.in. UW, SWPS, AGH). Od 2016 roku prowadzi zajęcia Data & Web Mining na WH AGH w Krakowie. Od 2011 roku w Brand24 zajmuje się obsługą kluczowych klientów, marketingiem i „ewangelizacją” branży reklamowej.



Bartłomiej Wrzosek

Dyrektor Zarządzający, DEVELOR Polska Sp. z o.o

Posiada ponad 17 lat praktyki na rynku szkoleniowo-doradczym i bogate doświadczenie w obszarze tworzenia oraz realizacji programów rozwojowych dla kadry menedżerskiej, siły sprzedaży oraz projektów oceny kompetencji pracowników poprzez procesy Assessment/Development Centre. Ma na koncie kilkadziesiąt projektów szkoleniowo-doradczych jako Lider Projektu – od wsparcia programów typu Talent management po restrukturyzacje i fuzje oraz kilkaset zrealizowanych dni warsztatowych jako Trener/Konsultant. Jego specjalnością są programy rozwoju kadry managerskiej i projekty ukierunkowane na poprawę Customer Experience. Realizując szkolenia Bartek wykorzystuje swoje bogate doświadczenie jako Dyrektor Zarządzający dla lepszego zrozumienia tematyki przez uczestników. Swoim klientom oferuje praktyczną wiedzę, gwarancję mierzalnych rezultatów prowadzonych działań oraz szczyptę dobrego humoru w relacjach biznesowych.



Łukasz Wysokiński

business development director, OEX E-Business

Manager z ponad 15-letnim doświadczeniem w sprzedaży, e-commerce, zarządzaniu projektami i audytach. Wcześniej związany z Asseco Poland, Prokom Software i Orkla Foods. Od 2012 roku w strukturach grupy OEX rozwijał projekty e-commerce i programy lojalnościowe. Od 2017 r. jako business development director w spółce OEX E-Business odpowiada za rozwój e-biznesu, obsługę klienta i wdrażanie nowych procesów end2end na platformach sprzedażowych. Specjalizuje się w zagadnieniach związanych z obsługą e-commerce i user experience. Wykładowca Akademii Leona Koźmińskiego na kierunku Handel Internetowy.

e-Klient. e-Customer Journey

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY

TAK chcę wziąć udział w konferencji "E-Klient. e-Customer Journey"

Termin: 6-7 czerwca 2018 r.

Cena: 1995 PLN netto (od 2 marca do 13 kwietnia 2018)

2495 PLN netto (od 14 kwietnia do 7 czerwca 2018)

1. Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Departament:

E-mail: Tel:

2. Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Departament:

E-mail: Tel:

3. Firma:

Ulica:

Kod pocztowy: Miasto:

Tel: Fax:

E-mail:

4. Dane nabywcy, potrzebne do wystawienia Faktury VAT:

Nazwa firmy:

Siedziba:

Adres: NIP:

Osoba kontaktowa:

Tel: E-mail:

- Koszt uczestnictwa jednej osoby w konferencji wynosi: 1995 PLN netto (od 2 marca do 13 kwietnia 2018) 2495 PLN netto (od 14 kwietnia do 7 czerwca 2018) cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, przerwy kawowe, lunch.
- Przesłanie do Bonnier Business (Polska) faxem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego, stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy zgłaszającym a Bonnier Business (Polska). Faktura pro forma jest standardowo wystawiana i wysyłana e-mailem po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego.
- Prosimy o dokonanie wpłaty w terminie 14 dni od wystania zgłoszenia, ale nie później niż przed rozpoczęciem konferencji.
- Wpłaty należy dokonać na konto: Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. Kijowska 1, 03-738 Warszawa Danske Bank A/S SA Oddział w Polsce PL 14 2360 0005 0000 0045 5029 6371
- Rezygnację z udziału należy przesyłać listem poleconym na adres organizatora.
- W przypadku rezygnacji nie później niż 21 dni przed rozpoczęciem konferencji obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 20% opłaty za udział.
- W przypadku rezygnacji w terminie późniejszym niż 21 dni przed rozpoczęciem konferencji pobierane jest 100% opłaty za udział.
- Nieodwołanie zgłoszenia i niewzięcie udziału w konferencji powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału.
- Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału.
- Zamiast zgłoszonej osoby w konferencji może wziąć udział inny pracownik firmy.
- Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie oraz do odwołania konferencji.
- Wszystkie treści zawarte w programie warsztatów stanowią własność Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. oraz powiązanych z nią podmiotów. O ile Organizator nie postanowi inaczej, nie wolno żadnych materiałów stanowiących własność Bonnier Business (Polska) odtwarzać, wykorzystywać, tworzyć pochodnych prac na bazie materiałów umieszczonych w programie, ani też ponownie ich publikować, zamieszczać w innych materiałach czy też w jakikolwiek inny sposób rozpowszechniać bez uprzedniej pisemnej zgody Bonnier Business (Polska).

Zgodnie z ustawą z dnia 13 czerwca 2016 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2016r. poz. 922) Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej Bonnier) informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez Bonnier, świadczonych usług oraz oferowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów Bonnier. Wyrażamy również zgodę na otrzymywanie drogą elektroniczną ofert oraz informacji handlowych dotyczących Bonnier oraz ich klientów. Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczą, w tym także prawo ich poprawiania. Równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy. Bonnier Business (Polska) Spółka z o.o. wydawca dziennika biznesowego Puls Biznesu i portalu pb.pl, z siedzibą w Warszawie, 03-738, ul. Kijowska 1, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Rejestrowy pod numerem KRS 24847, numer NIP 113-01-55-210, REGON: 011823316, kapitał zakładowy: 2 000 000,00 PLN



Faks +48 22 333 97 78



Tel +48 22 333 97 77



konferencje.pb.pl,
szkolenia@pb.pl

podpis i pieczęć