



FORUM

e-H@NDEL

ROZWÓJ - OPTYMALIZACJA - TRENDY

Doroczne, strategiczne spotkanie
handlu detalicznego on-line

WŚRÓD PRELEGENTÓW:



AVANS ECOMMERCE
Michał Nawrocki
Prezes Zarządu



**GRUPA EMPIK MEDIA
& FASHION**
Michał Grom
Dyrektor ds. e-commerce,
Prezes E-commerce services



**LEVI STRAUSS
POLAND**
Dorota Gutkowska
General Manager Eastern
Europe Group



ALMA MARKET
**Stanisław
Krzaklewski**
Dyrektor Projektu
Internetowego



SKLEPY KOMFORT
Anna Heimberger
Dyrektor Marketingu



**AVON COSMETICS
POLSKA**
Marek Sodolski
Director of Internet CEE



PIOTR I PAWEŁ
Błażej Patryń
Dyrektor Rozwoju Zakupów
przez Internet



WELTBILD POLSKA
Paweł Wojciechowski
Dyrektor Marketingu



YES BIŻUTERIA
Joanna Pustkowska
Menedżer Działu Sprzedaży
Detalicznej



MONNARI TRADE
Ewa Wysmyk
E-commerce Manager



C&A
Dorota Rosa
Country Manager
E-commerce Poland



INTERSPORT
Marek Bugajski
Dyrektor Działu Obsługi
Sklepów

www.forum-e-handel.com



Sponsor Główny:



Sponsor Złoty:



Sponsor:



Patroni medialni:





9:30	Rejestracja i poranna kawa
10:00	Uroczyste przywitanie uczestników, networking <i>Casper Haring, Dyrektor Zarządzający, Blue Business Media</i>
	PERSPEKTYWY ROZWOJU HANDLU ON-LINE W POLSCE
10:15	Najnowsze trendy w rozwoju rynku e-commerce dla sektora retail – perspektywa lat 2013-2015 <i>Rafał Sobiczewski, Dyrektor Sprzedaży, Gemius Polska</i> - e-commerce oczami internautów: wydatki i częstota kupowania w sieci przez internautów - Kim jest konsument sklepów internetowych - Perspektywy rozwoju e-handlu; jak dotrzeć do konsumenta przyszłości?
10:40	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi
10:50	Perspektywy rozwoju i rola kanału on-line w strategii firmy Dyskusja panelowa <i>Dorota Gutkowska, General Manager Eastern Europe Group, Levi Strauss Poland</i> <i>Michał Nawrocki, Prezes Zarządu, Avans Ecommerce</i> <i>Michał Grom, Prezes, E-commerce services; Dyrektor ds. e-commerce, Grupa Empik Media & Fashion</i> - Perspektywy wzrostu sprzedaży w kanale on-line - Gdzie szukać przewagi konkurencyjnej on-line
11:20	Przerwa na kawę
11:40	Bypassing the Hard Way: Lessons learned from Finnish eCommerce cases <i>Janne Huovilainen, Executive Consultant, Descom</i> - How to build a successful eCommerce project - Insight for the best practices – the examples from real-world eCommerce cases Descom has made in Finland
	STRATEGIE ROZWOJU E-SKLEPÓW
12:00	Rola i znaczenie kanału on-line oraz sposoby zwiększania sprzedaży internetowej <i>Michał Grom, Prezes, E-commerce services; Dyrektor ds. e-commerce, Grupa Empik Media & Fashion</i> - Sprzedaż on i off-line w poszczególnych kategoriach - Druga strona medalu... „retail renaissance” vs ROPO - Multichannel – web to store, store to web - Rekomendacje, Afiliacje, Social
12:25	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi
12:35	Adaptacja korporacyjnych struktur e-sklepu na lokalny rynek <i>Dorota Rosa, Country Manager E-commerce Poland, C&A</i> - Jak z sukcesem działać na lokalnym rynku – uwarunkowania prawne i gospodarcze - Customer Insight, czyli klient w centrum uwagi sklepu on-line - Wpływ rynku lokalnego na funkcjonalność e-sklepu
13:00	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi
13:10	Lunch
14:10	Miejsce e-commerce w tworzeniu strategii multichannel <i>Paweł Wojciechowski, Dyrektor Marketingu, Weltbild Polska</i> - Dlaczego warto być on-line - Internet zagrożeniem czy wsparciem sprzedaży tradycyjnej? - Gdzie szukać synergii między kanałami sprzedaży
14:35	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi

14:45	Jak maksymalizować cross selling i upselling w e-sklepie B2B <i>Marek Sodolski, Director of Internet CEE, Avon Cosmetics Polska</i> - Analiza zachowań – jaki budżet planuje klient sklepu i gdzie wydaje te pieniądze? - Rola zarządzania ruchem w e-sklepie a zawartość koszyka zakupów - Znaczenie treści jako „wartości dodanej” stymulującej decyzje zakupowe
15:10	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi
15:20	Przerwa na kawę
15:40	STOLIKI TEMATYCZNE <i>Formuła stolików tematycznych</i> To interaktywne spotkania w małych grupach, których celem jest aktywny udział uczestników i żywe dyskusje prowadzące do odpowiedzi na najbardziej nurtujące pytania. Każdy uczestnik samodzielnie wybiera interesujący temat. Stoliki prowadzone będą przez najlepszych ekspertów z branży.
	Sposoby zwiększania wskaźnika konwersji w sklepie on-line <i>Przedstawiciel firmy Contium</i> - Analiza zachowań klienta na stronie - Skąd klienci uciekają i jak temu zapobiegać - Przykłady zastosowania narzędzi analitycznych zwiększających wskaźnik konwersji i ruch na stronie
	Jak uniknąć najczęstszych błędów logistycznych sklepów on-line <i>Oczekujemy na potwierdzenie partnera</i> - Optymalizacja czasu realizacji i dostawy zamówienia - Obsługa klienta: reklamacje i zwroty
	Web merchandising czyli tajniki strony, która sprzedaje <i>Janne Huovilainen, Executive Consultant, Descom</i> - Narzędzia skutecznej prezentacji produktów na stronie - Sprawdzone praktyki zwiększania usability sklepu
	Planowane zmiany w prawie ochrony danych osobowych i ich wpływ na praktykę e-commerce <i>Paweł Litwiński, Adwokat, Partner w Barta Litwiński, Kancelaria Radców Prawnych i Adwokatów</i> - Projekt rozporządzenia w sprawie ochrony danych osobowych - Najważniejsze rozwiązania zawarte w projekcie rozporządzenia i ich wpływ na e-commerce - Planowane zmiany w polskiej ustawie o ochronie danych osobowych
16:40	Na koktajl zaprasza Państwa Główny Sponsor: descom
	KOKTAJL Znakomita okazja do wymiany opinii w nieformalnej atmosferze i gronie praktyków
17:40	Zakończenie I dnia Forum



9:30	Rejestracja i poranna kawa	12:25	Sprawdzone praktyki zwiększania usability sklepu – czyli nie przeszkadzajmy klientowi w zakupie <i>Joanna Pustkowska, Menedżer Działu Sprzedaży Detalicznej, YES BIŻUTERIA</i> - Jak zwiększyć „użyteczność” e-sklepu - Web usability i merchandising w e-sklepie
	SYNERGIA KANAŁÓW SPRZEDAŻY ON-LINE I OFF-LINE W STRATEGII FIRMY	12:50	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi
10:00	Jak zachować synergię sprzedaży on-line i off-line – gdzie pojawiają się problemy i jak sobie z nimi radzić <i>Stanisław Krzaklewski, Dyrektor Projektu Internetowego, Alma Market / Alma24.pl</i> - Kanał sprzedaży jako nie lubiany prymus w stabilnych organizacjach - Wpływ procesu sprzedaży internetowej na całą organizację - W poszukiwaniu celów dla całej firmy, czyli synergia kanałów	13:00	Lunch
10:25	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi	14:00	Jak optymalizować wizerunek e-sklepu w celu wzrostu sprzedaży <i>Ewa Wysmyk, E-commerce Manager, Monnari Trade</i> - Wygląd e-sklepu na tle wizerunku salonów tradycyjnych – punkty wspólne i różnice - Szlachetna prostota czy optymalne wykorzystanie przestrzeni komunikacyjnej w e-sklepie – jaką drogę wybrać? - Znaczenie materiałów graficznych dla optymalizacji sprzedaży w e-sklepie - Wpływ kontentu stron na wyniki sprzedaży w e-sklepie
10:35	Jasne i ciemne strony wielokanałowości – oczekujemy na potwierdzenie tematu <i>Krzysztof Włodarczyk, Koordynator ds. Marketingu Internetowego, Praktiker</i> - Co można wygrać sprzedając i komunikując się w wielu kanałach - Gdzie można spodziewać się pułapek i przeszkód?	14:25	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi
11:00	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi	14:35	Przerwa na kawę
11:10	Przerwa na kawę		
	E-COMMERCE JAKO INNOWACYJNY MODEL BIZNESOWY		LOJALNY KONSUMENT W E-HANDLU
11:30	Jak e-commerce wpływa na model biznesowy w dystrybucji – case study grupy AB SA <i>Paweł Szymczyk, Project Manager B2B eCommerce, AB SA</i> <i>Piotr Wrzałik, Wiceprezes Zarządu, Contium SA</i> - Rola internetu w rozwoju i generowaniu nowych modeli biznesowych na rynku dystrybucji IT - Platforma e-commerce B2B/B2C jako wartość dodana dla partnerów AB - Co warto robić in-house, a gdzie należy się wesprzeć wyspecjalizowanym partnerem - Kompleksowa obsługa e-commerce jako innowacyjny model biznesowy	14:50	Konsument AD 2013 a dopasowanie strategii sprzedaży i komunikacji do jego oczekiwań Dyskusja panelowa <i>Błażej Patryn, Dyrektor Rozwoju Zakupów przez Internet, Piotr i Paweł</i> <i>Marek Bugajski, Dyrektor Działu Obsługi Sklepów, Intersport – oczekujemy na potwierdzenie</i> - Jaki jest i czego oczekuje klient e-sklepu? Preferowane kanały sprzedaży i komunikacji - Nowoczesne formaty: m-commerce i f-commerce – modne, ale czy opłacalne?
	OPTIMALIZACJA DZIAŁAŃ E-SKLEPU W PRAKTYCE	15:20	Strategie zdobywania i zatrzymania e-klienta, czyli co zrobić, aby wracał <i>Bartosz Lewiński, Dyrektor Pionu Obsługi Klienta, Merlin.pl</i>
11:50	Sposoby na zwiększenie konwersji w e-sklepie <i>Anna Heimberger, Dyrektor Marketingu, Sklepy Komfort</i> - Jak skutecznie podnieść wskaźnik konwersji – case study - Istotne czynniki sukcesu w sprzedaży on-line produktów specjalistycznych	15:45	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi
12:15	Interaktywna sesja pytań i odpowiedzi	15:55	Losowanie bezpłatnego udziału w kolejnej decyzji Forum wśród osób obecnych na sali
		16:00	Zakończenie II dnia Forum, wręczenie certyfikatów



WPROWADZENIE



Szanowni Państwo,

Sklepy internetowe w Polsce przeżywają prawdziwy boom, **wielkie sieci handlowe z różnych branż dostrzegły w końcu potencjał zakupów on-line** i jedna po drugiej otwierają albo planują otwarcie e-sklepu: **Auchan, Leclerc, Tesco, Praktiker, C&A, Monnari, czy Avans i YES BIŻUTERIA**. Sprzedaż w sklepach internetowych rośnie z roku na rok nawet o kilkanaście procent. Wg raportu CBRE „Globalizacja handlu detalicznego” **Polska plasuje się obecnie na 11 miejscu wśród najlepiej rozwiniętych rynków handlu internetowego na świecie, oraz na 1 miejscu wśród krajów Europy Środkowo-Wschodniej**. Jak jest miejsce sklepu on-line w strategii firmy? Jak zapewnić synergię sprzedaży w wielu kanałach? Jak zoptymalizować działania w elektronicznym kanale sprzedaży? Jakie technologie wspierają sprzedaż, komunikację i obsługę klienta – które wybrać i dlaczego?

Zapraszam Państwa na pierwsze w Polsce, strategiczne spotkanie branży handlu detalicznego, która uznaje kanał on-line jako coraz ważniejszy dla swojego rozwoju. Nasze Forum jest platformą, na której będą Państwo mogli w gronie ekspertów omówić perspektywy, trendy i porównać doświadczenia zebrane w handlu on-line.

Katarzyna Klimkiewicz

Klimkiewicz
Project Director

FORUM E-HANDEL TO:

- Jedyne na rynku, **strategiczne spotkanie branży handlu detalicznego** na temat perspektyw rozwoju kanału **sprzedaży on-line**
- **Prezesi i dyrektorzy e-commerce** największych e-sklepów o najnowszych trendach i roli sprzedaży internetowej w strategii firmy
- Wśród prelegentów i panelistów: **Avans Ecommerce, E-commerce services & NFI EMF, Levi Strauss Poland, Piotr i Paweł, Alma, Sklepy Komfort, YES BIŻUTERIA, C&A, Monnari Trade, Avon Cosmetics Poland, Weltbild Polska, Merlin.pl**

KTO POWINIEN WZIĄĆ UDZIAŁ:

Przedstawiciele handlu detalicznego – producenci i dystrybutorzy FMCG i dóbr trwałych:

- Prezes, CEO, General Manager
- Dyrektor e-commerce
- Dyrektor marketingu i sprzedaży
- Dyrektor operacyjny odpowiedzialny za kanał e-sprzedaży
- Head of/Manager e-commerce, e-biznesu, e-handlu, e-usług

WIĘCEJ INFORMACJI

O WYDARZENIU



Katarzyna Klimkiewicz – Project Director
tel. + 48 12 350 54 32
katarzyna.klimkiewicz@bluebusinessmedia.com

O WSPÓŁPRACY W ZAKRESIE SPONSORINGU



Tomasz Piela – Business Development Manager
tel. +48 12 350 54 46
tomasz.piel@bluebusinessmedia.com

SPONSOR GŁÓWNY:



EKSPERCI OD E-BIZNESU

Descom jest prekursorem w dziedzinie rozwiązań e-biznesowych. Od wielu lat wdrażamy rozwiązania Smarter Commerce oparte na oprogramowaniu firmy IBM. Nasze rozwiązania Smarter Commerce pomagają klientom integrować i analizować różne kanały marketingowe – sklepy internetowe B2C i B2B, wielokanałową realizację zamówień, obsługę klienta, kanał urządzeń mobilnych i materiałów drukowanych. Cieszymy się zaufaniem klientów takich jak Stockmann, Hobby Hall i Hong Kong. Zatrudniamy ponad 200 specjalistów w Finlandii, Polsce i Szwecji.

SPONSOR ŻŁOTY:



Contium jest największą organizacją w Polsce wyspecjalizowaną w usługach dla firm prowadzących sprzedaż wielokanałową, ze szczególnym uwzględnieniem e-commerce. Nasi klienci to liderzy rynku: RTV Euro AGD, MIG, AGORA, Leroy Merlin, AB, Black Red White. Świadczymy usługi doradcze i wdrożeniowe z zakresu e-marketingu, organizacji e-biznesu oraz IT. Realizujemy dla naszych Klientów zarówno pojedyncze projekty, jak i współpracujemy długofalowo w modelu outsourcingu. Jeśli myślisz o nowatorskim marketingu i sprzedaży, dostosowaniu swojej organizacji i IT do oczekiwań współczesnych klientów – pomyśl o współpracy z Contium.

www.contium.pl



Michał Nawrocki – Współzałożyciel, Prezes Zarządu, AVANS ECOMMERCE
Wcześniej swoje doświadczenie zawodowe zdobywał pracując na wysokich stanowiskach menadżerskich w międzynarodowych organizacjach. Odpowiadał za marketing, sprzedaż, działy badań i rozwoju oraz współtworzył strategię. Zasiadał w Zarządach i Radach Nadzorczych takich spółek jak Avans International, Amica Wronki, Sanitec Koło, ODS - Organizacja Dystrybucji Sanitarnej, Amica Warszawa.



Michał Grom – Prezes, E-COMMERCE SERVICES; Dyrektor ds. e-commerce, GRUPA EMPIK MEDIA & FASHION
W Grupie EM&F odpowiada za sprzedaż w kanale internetowym oraz nadzoruje działania związane z tym obszarem w spółkach z portfolio Grupy. W Grupie EM&F pracuje od 2005 roku, od 2010 roku jest Prezesem E-commerce services Sp. z o.o., spółki odpowiedzialnej za budowanie handlu internetowego w ramach całej Grupy EM&F, a od 2011 roku na stanowisku Dyrektora ds. e-commerce Grupy EM&F. Od 2005 do 2011 roku jako Członek Zarządu Empik Sp. z o.o. był odpowiedzialny za rozwój biznesu e-commerce, IT (rozwiązań zarówno detalicznych, jak i e-commerce), zarządzanie danymi oraz strategię IT w ramach grupy Empik. W latach 2010 – 2011 był Członkiem Zarządu Virtualo Sp. z o.o. (dystrybutor e-booków, oraz digitalizacja treści), gdzie zajmował się rozwojem biznesu oraz wsparciem technologicznym.



Anna Heimberger – Dyrektor Marketingu, SKLEPY KOMFORT
Menedżer z wieloletnim doświadczeniem w branży retail. Obecnie dyrektor marketingu firmy Sklepy KOMFORT S.A., odpowiedzialna za budowanie i efektywne wdrażanie działań marketingowych firmy, zarządzanie wieloma projektami marketingowymi, między innymi z obszaru e-commerce. Absolwentka Uniwersytetu Łódzkiego na kierunku Marketing i Zarządzanie oraz polsko-amerykańskiego studium MBA. Komfort, jako pierwszy w Polsce (w 2008 r.) uruchomił sklep internetowy z produktami wykończenia wnętrz takimi jak panele, podłogi drewniane, wykładziny i dywany (www.komfort.pl).



Dorota Rosa – Country Manager E-commerce Poland, C&A
Odpowiedzialna za otwarcie sklepu internetowego popularnej marki odzieżowej C&A. W ubiegłych latach zajmowała kolejno odpowiednie stanowiska: Store Manager, Assortment Manager, Delegate Poland oraz Assortment Manager Poland/Czech Republic/Ungarn. Poprzednio w polskiej firmie odzieżowej „Royal Collection” gdzie była odpowiedzialna za zarządzanie zasobami ludzkimi.



Paweł Wojciechowski – Dyrektor Marketingu, WETLBILD POLSKA
Z rynkiem e-commerce związany od ponad 8 lat. Doświadczenie zawodowe zdobywał w Interii, gdzie był odpowiedzialny, m.in. za promocję usług e-commerce. Jako Dyrektor sprzedaży internetowej w firmie Novem zarządzał zespołem planującym i wdrażającym kampanie efektywne i programy afiliacyjne. W Weltbildzie od 4 lat. Początkowo pracował na stanowisku Dyrektora kanału Internet, obecnie jest dyrektorem Działu Marketingu. Zarządza 40 osobowym zespołem, koordynując działania promocyjne i rozwojowe dla sklepu internetowego, sieci księgarni, katalogu produktowego i wydawnictwa. Energiczny i pozytywny, entuzjastycznie obserwuje wszelkie nowości związane ze światem wirtualnym. Multichannel wdraża na co dzień zawodowo i prywatnie.



dr Paweł Litwiński – Adwokat, Partner w Barta Litwiński, KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH I ADWOKATÓW
Adwokat, partner w kancelarii Barta Litwiński Kancelaria Radców Prawnych i Adwokatów, członek sekcji prawa własności intelektualnej Instytutu Allerhanda. Autor i współautor licznych publikacji naukowych i popularnonaukowych z zakresu prawa ochrony danych osobowych, prawa nowych technologii i prawa telekomunikacyjnego. Wykładowca na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Ekspert Stowarzyszenia Administratorów Bezpieczeństwa Informacji. Prelegent na konferencjach, szkoleniach i kongresach związanych z powyższą tematyką prawną.



Błażej Patryn – Dyrektor Rozwoju Zakupów przez Internet, PIOTR I PAWEŁ
Wieloletni rzecznik prasowy sieci „Piotr i Paweł”, związany z marketingiem od ponad 15 lat, a obecnie koordynujący prace w usłudze e-commerce supermarketów „Piotr i Paweł” na stanowisku Dyrektora rozwoju Zakupów przez Internet. Wcześniej w departamencie marketingu Kompanii Piwowarskiej oraz dziale PR IKEA Retail.



Dorota Gutkowska – General Manager Eastern Europe Group, LEVI STRAUSS POLAND
Dorota Gutkowska dołączyła do Levi Strauss & Co w maju 2003 roku. Rozwija portfolio firmy na rynkach Europy Wschodniej. Jest doświadczonym liderem, posiada solidną wiedzę z zakresu marketingu, sprzedaży i finansów. Poprzednio pracowała jako Dyrektor Handlowy, Członek Zarządu w firmie Frito Lay Polska, gdzie nadzorowała pracę ponad 600 osób zatrudnionych w dziale sprzedaży. Odpowiadała za wprowadzenie na rynek polski nowych produktów takich jak: Lay's oraz Cheetos. Doświadczenie zdobywała także w firmie Unilever Polska.



Janne Huovilainen, Executive Consultant, DESCOM
Janne Huovilainen is an executive consultant at Descom. He has worked in several ICT industry positions since 1994 and has been a consultant for the last ten years. At Descom he focuses on utilizing IT in customers' businesses. His first eCommerce project was made in 1997 and he is very glad that world has moved on.



Joanna Pustkowska – Menedżer Działu Sprzedaży Detalicznej, YES BIŻUTERIA
Aktualnie w YES BIŻUTERIA odpowiedzialna za sprzedaż w sieci detalicznej, visual merchandising oraz HR. Od ponad 10 lat związana zawodowo ze sprzedażą i marketingiem. Posiada kilkuletnie doświadczenie pracy korporacyjnej w branży finansowej. Odpowiadała za utrzymywanie bieżących relacji oraz pozyskiwanie nowych klientów. Nadzorowała działalność Fundacji Banku Zachodniego WBK, w tym działalność dotacyjną i realizację własnych programów pomocowych i edukacyjnych dla dzieci. Uczestniczyła w procesie tworzenia i wdrażania strategii rebrandingowej i repositionującej marki STOMIL-POZNAŃ.



Marek Sodolski – Director of Internet CEE, AVON COSMETICS POLSKA
Odpowiada za projekt i wdrażanie strategii e-business firmy na rynkach Europy Środkowej i Wschodniej. Przed rozpoczęciem pracy w AVON przez 9 lat pracował w Amway. W latach 2005-2007 z sukcesem uruchomił wraz z firmą E-point nową platformę e-commerce „Amway Online” w 10 krajach naszego regionu. W 2007 roku projekt ten otrzymał nagrodę Project Management Excellence Award Poland. Między 2007 a 2010 zajmował stanowisko Dyrektora Naczelnego Amway w Polsce. W 2010 otrzymał nagrodę „Gazeta Biznesu” przyznaną firmie Amway za wzrost sprzedaży (134%) w ciągu 3 lat.



Ewa Wysmyk – E-commerce Manager, MONNARI TRADE
Z wykształcenia filozof, od początku kariery zawodowej związana z dziedziną mody. Autorka licznych publikacji tematycznych w wydawnictwach branżowych (Producent Odzieży, Moda Męska, Jeans&Sportswear, Modna Bielizna). W latach 2005-2007 kupiec w firmie Monnari Trade. Od roku 2011 odpowiedzialna za administrowanie e-sklepem Monnari oraz media społecznościowe.



Krzysztof Włodarczyk – Koordynator ds. Marketingu Internetowego, PRAKTIKER POLSKA
Od kilku lat związany z marketingiem internetowym i e-commerce. W marcu 2011 r. uruchomił pierwszy na polskim rynku sklep internetowy z ofertą kilkunastu tysięcy produktów z kategorii Home& Garden. Obecnie odpowiada za jego rozwój. Pasjonat Sieci i nowoczesnych technologii.



Stanisław Krzaklewski – Dyrektor Projektu Internetowego, ALMA MARKET / ALMA24.PL
Od 2007 szef projektu internetowego sieci Delikatesów Alma, odpowiedzialny za stworzenie, kreację i realizację serwisu. Wcześniej założyciel i właściciel serwisów Superfoto.pl i Foteria.pl.



Rafał Sobiczewski – Dyrektor Sprzedaży, GEMIUS POLSKA
Odpowiada za rozwój oferty Gemius w zakresie produktów i narzędzi badawczych. Z branżą marketingową związany jest od wielu lat. W firmie Gemius pracuje od 2008 r. Do czerwca 2012 roku kierował zespołem sprzedaży agencyjnej. Obecnie zajmuje się koordynacją całości działań sprzedażowych Gemius Polska. Jest specjalistą w zakresie tworzenia, wdrażania i rozwoju strategii sprzedaży oraz kreowania nowych możliwości rozwoju biznesu.



Marek Bugajski – Dyrektor Działu Obsługi Sklepów, INTERSPORT
Odpowiada za funkcjonowanie działów: sklep internetowy, szkolenia, reklamacje, inwentaryzacje, ochrona.



Bartosz Lewiński – Dyrektor Pionu Obsługi Klienta, MERLIN.PL
W Merlin.pl od lipca 2007 roku. Odpowiedzialny za: Biuro Obsługi Klienta (call center), Dział Reklamacji i Zwrotów, sieć własną Punktów Odbioru Zamówień Merlin.pl, utrzymanie i nadzór współpracy w ramach Partnerskich Sieci Punktów Odbioru. Zajmuje się m.in. planowaniem działań zmierzających do stałego podnoszenia jakości obsługi klienta, tworzeniem procedur do procesów związanych z obsługą klienta, wyznaczaniem, wdrażaniem i kontrolą realizacji zasad jakości obsługi klienta, zarządzaniem procesem obsługi reklamacji i zwrotów oraz budżetem pionu.



Piotr Wrzałik – Wiceprezes Zarządu, CONTIUM SA
Obecnie w zarządzie Contium odpowiada za strategię rozwoju i marketing, w szczególności za ofertę rozwiązań nowoczesnej sprzedaży wielokanałowej (e-commerce, m-commerce). Autor licznych publikacji w prasie branżowej, współtwórca bloga <http://e-commerce-blog.contium.pl>. Pasjonat tematyki handlu elektronicznego, prelegent na wielu konferencjach poświęconych rozwiązaniom e-commerce i portalom internetowym, wykładowca w Wyższej Szkole Bankowej. Od 13 lat „w branży” jako Analityk biznesowy, Doradca, Project Manager; współtwórca jednych z pierwszych rozwiązań e-commerce B2B i B2C w Polsce.



Paweł Szymczyk – Project Manager B2B e-commerce, AB SA
Absolwent ukończonego z wyróżnieniem Wydziału Informatyki i Zarządzania Politechniki Wrocławskiej oraz podyplomowych studiów na wrocławskim Uniwersytecie Ekonomicznym (logistyka) i podyplomowych studiów menadżerskich w Wyższej Szkole Bankowej. Wieloletni konsultant i kierownik projektów e-commerce, zaangażowany w projekty B2C, m.in. euro.com.pl, kontr.pl oraz platformy B2B- m.in. dla TIM SA, Black Red White, DeDietrich, Prema, ZMD Dobrowolsky, UltraPack czy Gregor.

FORUM

e-H@NDEL

☐ **TAK**, zgłaszam udział w Forum e-H@NDEL

Termin: 17-18 października 2012 r.

Cena: 3495 PLN + 23% VAT do 21 września 2012 r.

Cena: 3995 PLN + 23% VAT po 21 września 2012 r.

Wybieram uczestnictwo w następującym stoliku tematycznym:

☐ Sposoby zwiększania wskaźnika konwersji w sklepie on-line

☐ Web merchandising czyli tajniki strony, która sprzedaje

☐ Jak uniknąć najczęstszych błędów logistycznych sklepów on-line

☐ Planowane zmiany w prawie ochrony danych osobowych i ich wpływ na praktykę e-commerce

Wyślij dziś na nr faksu **+48 12 350 54 01**

1. Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Departament:

2. Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Departament:

3. Firma:

Ulica:

Kod pocztowy: Miasto:

Tel: Fax:

E-mail:

4. Sposób zapłaty:

☐ Przelew ☐ Karta kredytowa

5. Typ karty kredytowej: ☐ Visa ☐ MasterCard ☐ Eurocard ☐ Diners Club

Numer karty kredytowej: Data ważności:

Nazwisko (identyczne z widniejącym na karcie):

Suma: Adres:

Podpis: Data:

6. Dane nabywcy, potrzebne do wystawienia Faktury VAT:

Nazwa firmy:

Siedziba:

Adres:

NIP:

Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 1997r. Nr 133 poz. 833) Blue Business Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej BBM), informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez BBM, świadczonych usług oraz oferowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów BBM. Wyrażamy również zgodę na otrzymywanie drogą elektroniczną ofert oraz informacji handlowych dotyczących BBM oraz klientów BBM. Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługujące 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.**

Blue Business Media, Oddział Kraków: ul. B. Joselewicza 21 c, 31-031 Kraków, tel: +48 12 350 54 00, fax: +48 12 350 54 01
e-mail: info@bluebusinessmedia.com, www.bbm.pl

17-18 PAŹDZIERNIKA 2012

HOTEL COURTYARD BY MARRIOTT

(przy lotnisku)

UL. ŻWIRKI I WIGURY 1, WARSZAWA

WARUNKI UCZESTNICTWA:

- Koszt uczestnictwa jednej osoby w Forum wynosi: **3495 PLN + 23% VAT** – przy rejestracji do 21 września 2012 r. bądź wpłacie pełnej kwoty do dnia 5 października 2012 r. **3995 PLN + 23% VAT** – przy rejestracji po 21 września 2012 r. i wpłacie pełnej kwoty po dniu 5 października 2012 r.
- Cena obejmuje: prelekcje, materiały konferencyjne, przerwy kawowe, lunch.
- Przesłanie do Blue Business Media faxem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy Zgłaszającym a Blue Business Media i jest równoznaczne z wyrażeniem zgody Zgłaszającego na wszelkie zobowiązania wynikające z umowy. Faktura pro forma jest standardowo wystawiana i wysyłana pocztą elektroniczną po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego.
- Osoba podpisująca formularz zgłoszeniowy w imieniu Zgłaszającego oświadcza, iż posiada stosowne uprawnienie do działania w imieniu i na rzecz Zgłaszającego, w szczególności do zawarcia umowy z Blue Business Media.
- Prosimy o dokonanie wpłaty w ciągu 14 dni od wysłania zgłoszenia i przed terminem rozpoczęcia Forum.
- W przypadku, gdy zgłaszający dokona rejestracji przed dniem 21 września 2012 r., jednakże nie dokona wpłaty pełnej kwoty z tytułu uczestnictwa do dnia 5 października 2012 r., koszt uczestnictwa jednej osoby w Forum wynosi **3995 PLN + 23% VAT**.
- Wpłaty należy dokonać na konto:

**Alior Bank S.A., Al. Jana Pawła II 18, Warszawa
15 2490 0005 0000 4520 7369 1425**

- Zgłaszający ma prawo do rezygnacji z udziału na warunkach określonych poniżej. Rezygnacji z udziału należy dokonać w formie pisemnej i przesłać listem poleconym na adres Blue Business Media.
- W przypadku rezygnacji do dnia 20 września 2012 r. Zgłaszający obowiązany jest do uiszczenia opłaty manipulacyjnej w wysokości 1000 PLN + 23% VAT za każde anulowane zgłoszenie.
- W przypadku rezygnacji po dniu 20 września 2012 r. Zgłaszający obowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w wysokości wynikającej z zawartej pomiędzy Zgłaszającym a Blue Business Media umowy.
- W przypadku braku uczestnictwa w Forum oraz braku pisemnej rezygnacji z udziału w Forum, Zgłaszający zobowiązany jest uiszczyć pełną kwotę kosztów uczestnictwa w wysokości wynikającej z umowy.
- Brak wpłaty nie stanowi rezygnacji z udziału w Forum.
- Blue Business Media zastrzega sobie prawo do zmian programu, miejsca odbycia Forum oraz do odwołania Forum.

Blue Business Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (01-222), ul. Prądyńskiego 12/14, wpisana jest do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000325306, NIP 7010167656, wysokość kapitału zakładowego: 100 000,00 zł

Materiały niniejsze są własnością BBM Sp. z o.o. i są chronione prawem autorskim. Jakiegokolwiek modyfikowanie, kopiowanie, rozpowszechnianie, powielanie, przekazywanie osobom trzecim bez uprzedniej pisemnej zgody BBM Sp. z o.o. jest zabronione.

pieczętka i podpis

W