

WARSZTATY

ZARZĄDZANIE DOŚWIADCZENIAMI KLIENTÓW W E-COMMERCE

Jak utrzymać wysoki poziom
satysfakcji klienta online?



Poznaj **najlepsze praktyki** projektowania systemów
obsługi klienta w e-commerce

Dowiedz się **jak spełnić oczekiwania klienta w e-commerce**
projektując efektywną ścieżkę klienta

Przekonaj się jak właściwie wykorzystać **kanal sprzedaży
on-line w strategii omnichannel**

Zobacz jak robią to inni – case study m.in.:
HILTI , VOBIS, BLACK RED WHITE

HOT TOPICS:

ścieżka klienta | employee experience management | m-commerce
social content | consumer journey | ROPO | ROTOPO
obsługa reklamacji | logistyka w e-commerce | omnichannel

Wartość polskiego rynku e-commerce to nawet 40 mld zł

Tylko w 2016 roku w Polsce zarejestrowano 7,5 tys. e-sklepów*

Szanowni Państwo,

zaprezentowane powyżej dane wskazują, że rynek e-commerce w Polsce coraz bardziej się nasyca. Nie wystarczy już konkurować ceną oraz asortymentem, dlatego wiele firm szuka innych wyróżników. Oddaję w Państwa ręce program warsztatów, na których otrzymają Państwo wiedzę i poznają narzędzia pomagające zarządzać doświadczeniem Waszych klientów, a co za tym idzie – pozytywnie wpływające na jakość obsługi. Uczestnicząc w naszym wydarzeniu przekonają się Państwo, w jaki sposób kompleksowo przygotować Wasze e-biznesy do wymagań dzisiejszych klientów. W programie przedstawimy rozwiązania dotyczące m.in.:

- budowania pozytywnych doświadczeń klienta poprzez odpowiednie zarządzanie procesami logistyki i reklamacji
- kształtowania w świadomości pracowników firmy roli, jaką odgrywają procesy obsługi klienta w e-commerce
- zarządzania doświadczeniami klientów poprzez social media
- budowania lojalności klientów poprzez wdrożenie efektywnego systemu komunikacji i projektowanie ścieżki klienta

* Źródło: bisnode.pl

Serdecznie zapraszam do udziału!



Tomasz Jakubiak

Project Manager

9:00

Rejestracja uczestników. Poranna kawa i poczęstunek

9:30

Wszyscy na pokład! Jak skutecznie wdrożyć działania pro-klienckie w całej organizacji?**Dorota Banaszak – Customer Experience Director, Billennium**

- Dlaczego kultura organizacyjna zjada strategię na śniadanie?
- „Dla kogo to robimy?” Jak budować orientację na klienta końcowego w działach back office'u?
- Jak „zarazić” management organizacji klientocentryzmem?

10:25

Projektowanie ścieżki klienta w e-commerce (m-commerce) jako sposób budowania lojalności klientów**Piotr Merkel – Partner Zarządzający, IQ Mart**

- Lojalni klienci jako podstawa w biznesu w erze customer experience
- Co to jest „ścieżka klienta”? (sprzedażowa, obsługowa, reklamacyjna)
- Jak dobrze zbadać potrzeby i oczekiwania klienta?
- Dlaczego i jak należy projektować dobre doświadczenie klienta?
- Jak osiągnąć lojalność klienta w przypadku e-commerce / m-commerce / www / mobile?

11:20

Przerwa na kawę

11:35

Konflikt kanałów sprzedaży. Jak przenieść zakupy klienta do e-commerce jednocześnie wzmacniając bezpośrednio z nim relacje?**Adam Wojciechowski – Kierownik ds. digitalizacji i eCommerce, Hilti****case study**

- Jak zapewnić spójne customer experience, jednocześnie różnicując każdy z kanałów sprzedaży?
- Jak zmieniają się wymagania w stosunku do sił sprzedaży bezpośredniej w obliczu e-commerce?
- Samodzielny i dobrze poinformowany klient vs. sprzedaż pośrednia i e-commerce. Jak połączyć te elementy w spójny i efektywny system obsługi?

12:35

**Rewolucja klientowska w organizacji. Słuchasz, ale czy słyszysz?
Słyszysz, ale czy działasz? Jak zaprojektować efektywny system komunikacji
z Twoim klientem oraz wdrażać poprawę punktów styku klienta z organizacją?**

Paweł Jarecki – Customer Satisfaction Director, Black Red White

case study

- Realna zmiana klientowska i jej pomiar
- Codzienne zarządzanie jakością klientowską
- Jak słuchać klienta przed w trakcie i po sprzedaży?

13:25

Lunch

14:10

**E-commerce jako integralna część strategii omnichannel. Jak budować pozytywne
doświadczenia klientów w oparciu o wielokanałowość?**

Zbigniew Nowicki – Managing Director, Bluerank

- Bądź otwarty na ewolucję zachowań zakupowych – social Content, ROPO, odwrócone ROPO i ROTOPO
- Zapewnij klientom spójne doświadczenia we wszystkich punktach styku z Twoją marką
- Buduj kompletny obraz doświadczeń klientów w oparciu o mapy Consumer Journey
- Stwórz unikatowe Customer Experience dzięki indywidualnie dopasowanej komunikacji
- Badaj doświadczenia, satysfakcję oraz status lojalności Twoich klientów

15:00

Zakończenie pierwszego dnia warsztatów

9:00

Rejestracja uczestników. Poranna kawa i poczęstunek

9:30

Employee Experience Management. Jak zarządzać doświadczeniami Twoich pracowników?**Karolina Krzywicka-Szpor – Trener biznesu i rozwoju osobistego, Youround Training**

- Twój pracownik to też Twój klient! Zrób z niego ambasadora Twojej marki! Poznaj najskuteczniejsze narzędzia do zarządzania doświadczeniami pracowników
- Jak projektować doświadczenia pracowników?
- Mierniki Employee Experience – jak z nich korzystać i jak interpretować pozyskane informacje?

10:25

Jak zaprojektować pozytywne doświadczenia klienta w kanale e-commerce poprzez proces obsługi reklamacji?**Magdalena Lichońa – Quality & Customer Experience Manager, Digital Care case study**

- Jak wykorzystać zwrotną informację od niezadowolonego klienta aby zbudować pozytywny wizerunek Twojej firmy?
- Jak komunikować się z klientem w procesie reklamacji, aby zagwarantować mu satysfakcję?
- W jaki sposób usprawniać proces reklamacyjny na każdym jego etapie i obniżyć jego koszty?

11:20

Przerwa na kawę

11:35

Jak za pomocą efektywnej logistyki budować pozytywne relacje z klientem?**Łukasz Dybka – Member of the Board, Sales Director of E-commerce and Retail Division, Vobis.pl case study**

- Jak zbudować efektywny model zarządzania realizacją zamówień w e-commerce?
- Jak zarządzać zwrotami w e-commerce?
- Jak zaplanować i prowadzić współpracę z zewnętrznymi operatorami logistycznymi, aby wpływała ona pozytywnie na doświadczenia Twoich klientów?

12:30

Nieważne jak, byleby mówili? Jakie narzędzia zapewnią Twoim produktom i usługom pozytywne opinie w social mediach?**oczekujemy na potwierdzenie prelegenta**

- Jak zarządzać kanałami obsługi w poszczególnych social mediach – Snapchat, Facebook, Instagram? Które z nich przyniosą najlepszy respond dla Twojego e-biznesu?
- Real time customer care w social mediach. Jak „tu i teraz” zarządzać kontaktem z klientem i jego doświadczeniami i mierzyć efektywność tych procesów?
- Jakie narzędzia i technologie pomogą Ci lepiej poznać Twojego klienta, jego oczekiwania wobec produktów i usług Twojej marki na Facebooku, Instagramie, Snapchacie etc.
- Rozwój social commerce czyli jak wykorzystać „lajki” Twojej marki w SM do zakupu Twoich produktów?

13:25

Lunch

14:10

M-commerce, czyli młodszy brat e-commerce. Jak zarządzać doświadczeniami klienta poprzez wyświetlacz jego tableta i smartfona?**Piotr Kreff – Head Of E-commerce, Fashion House Services Sp. z o.o.**

- Które narzędzia będą najefektywniejsze w kontekście dotarcia do klienta w kanale m-commerce?
- Jak przekonać kupującego do przeprowadzenia transakcji w kanale mobilnym?
- M-commerce vs. e-commerce. Jak przygotować jedną, spójną strategię komunikacji w obu kanałach?

15:00

Zakończenie warsztatów. Wręczenie certyfikatów potwierdzających udział



Dorota Banaszak – Customer Experience Director, Billennium

Doświadczenie zdobywała na rynku reklamy tworząc strategie reklamowe dla globalnych marek na region Europy Środkowo-Wschodniej. Po ukończeniu MBA zmieniła kierunek zainteresowań i zamiast sprzedawać obietnice, skupiła się na tworzeniu organizacji, w których świadomie zarządza się doświadczeniami Klienta. Na swoim koncie ma wiele projektów konsultingowych z obszaru badań doświadczeń Klientów, zmiany kultury organizacyjnej i wdrażania zarządzania doświadczeniami Klientów. Od niemal 3 lat związana z Billennium – polską firmą IT, w której wdraża kulturę kliento-centriczną i jest odpowiedzialna za cały obszar Customer & Employee Experience.



Łukasz Dybka – Member of the Board, Sales Director of E-commerce and Retail Division, Vobis.pl

Manager od 10 lat związany z branżą e-commerce oraz retail. Swoje doświadczenie zdobywał w Neo24 należącym do Grupy Neonet gdzie był odpowiedzialny za proces zakupowy i rozwój branż: IT, zabawki, perfumy, elektronarzędzia oraz w Vobis zarządzając kanałem sprzedażowy e-commerce. W chwili obecnej pracuje jako Członek zarządu w spółce i-Terra należącej do Grupy Also operatora logistyki oraz procesu sprzedaży pod marką Vobis oraz oficjalnego sklepu Samsung w Polsce i odpowiada za sprzedaż, zarządzanie i rozwój projektów w kanałach sprzedaży e-commerce oraz retail. Manager kierujący się dewizą której transparentne zarządzanie organizacją strony zakupowej, synergii kanałów sprzedaży, logistycznej i marketingowej to niewątpliwe fundamenty budowania silnej marki w branży e-commerce i retail.



Paweł Jarecki – Dyrektor ds. Satysfakcji Klientów, Black Red White

Menadżer z ponad 10 letnim doświadczeniem w zakresie zarządzania projektami na styku organizacji, klienta oraz technologii. Założyciel www.fido.pl, dzisiejszego światowego lidera w zakresie algorytmów sztucznej inteligencji. W latach 2003–2009 współtwórca i zarządzający portalem edukacyjnym NBP. Menadżer projektów w PKO TFI. Od sierpnia 2012 r. Szef Projektu Poprawy Satysfakcji Klientów Grupy PKP, twórca i Dyrektor Departamentu Spraw Klienta Grupy PKP. W latach 2014–2016 Dyrektor Wykonawczy/ Prokurent PKP Intercity S.A zarządzający pionem jakości i obsługi posprzedażowej. Od maja 2016 r. Dyrektor ds. Poprawy Satysfakcji Klientów Black Red White.



Piotr Kreft – Head Of E-commerce, Fashion House Services Sp. z o.o.

Międzynarodowa osobowość i perspektywa. Szkotą średnią skończył w Stanach Zjednoczonych, studia z zakresu International Business Management w Holandii, Psychologię Biznesu na warszawskiej Akademii im. Leona Koźmińskiego, a dyplom MBA otrzymał od wiodącej w Europie uczelni RSM Erasmus University w Rotterdamie, kończąc program współtworzony z Uniwersytetem Gdańskim i Business Centre Club. Związany z e-biznesem od 2005 roku. Rozpoczął karierę jako manager Google Ads w Nowej Zelandii, wprowadzał nowe produkty na światowe rynki w Reckitt Benckiser (m.in. Harpic, Cillit, Vanish). Doświadczenie w praktycznym zarządzaniu biznesem zdobywał w branży edukacyjnej i nowych technologii, m.in. w Groupon Polska, gdzie tworzył procesy sprzedażowe, budował wysoko efektywne zespoły i brał udział w rozwoju operacyjnym spółki z etapu start-up do ustrukturyzowanej organizacji (m.in. zarządzając sprzedażą w regionach Wrocławia, Poznania, Śląska i zdalną sprzedażą telefoniczną), aby poprowadzić transformację jednej z trzech linii biznesowych, Groupon Goods – produktowej części portalu zakupów grupowych, w kierunku ustrukturyzowanego sklepu internetowego i platformy e-handlu dla dostawców polskich i zagranicznych z rejonu CEE i DACH – zarówno pod względem efektywności operacyjnej, jak i sprzedażowej. Obecnie odpowiedzialny za rozwój narzędzi e-commerce i strategii cyfrowej w Fashion House Group na rynkach polskim, rosyjskim i rumuńskim. Aktywnie zaangażowany w rozwój polskiej i międzynarodowej branży e-commerce, start-up i digital. Manager zespołów sprzedażowych, Dyrektor Zarządzający i strateg biznesu. Przedsiębiorca i założyciel start-up'ów. Prelegent konferencji branżowych z zakresu e-commerce, sprzedaży i strategii omnichannel.



Karolina Krzywicka-Szpor – Trener biznesu i rozwoju osobistego, Youround Training

Trener biznesu i rozwoju osobistego, coach, mówca, menedżer, wykładowca. Specjalizuje się w tematach: procesy rozwojowe w firmie, proces grupowy, rozwój osobisty, motywacja, przywództwo i budowanie zespołu oraz zarządzanie doświadczeniami klientów. Jest cenionym praktykiem i menedżerem, szkoliła pracowników największych firm w branży retail w Polsce i za granicą. Odpowiada za wyszkolenie kilkudziesięciu tysięcy osób. „Wierzę w rozwój człowieka w kontakcie z innymi ludźmi. Kontakt z innymi jest nam potrzebny do prawidłowego rozwoju i funkcjonowania. Wierzę także w zmianę. Zmiana to dziś jedna z niewielu rzeczy, której możemy być pewni. Zmiana wzmacnia, otwiera nowe możliwości i rozwija, choć początkowo budzi lęk i każe mierzyć się ze swoimi ograniczeniami. Trzeba nauczyć się z tym lękiem mierzyć. Dziś biznes staje się coraz bardziej relacyjny i brak umiejętności interpersonalnych, zarówno u liderów jak i u szeregowych pracowników, połączony z lękiem przed zmianą, może unicestwić najlepszy model czy plan biznesowy”.



Magdalena Lichota – Quality & Customer Experience Manager, Digital Care

Przez lata w takich firmach jak: ING Nationale Nederlanden, HSBC, Loyalty Partner i Digital Care zdobywała doświadczenie związane ze sprzedażą i Customer Experience. Sumę doświadczeń Klienta z firmą przekłada na sprzedaż, procesy obsługi i ich ciągłe usprawnianie. Menedżer w wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu zespołami, procesami obsługi Klienta, oraz sprzedaży i wsparcia sprzedaży, dla którego Klient i jego głos jest na pierwszym miejscu.



Piotr Merkel – Piotr Merkel, Partner Zarządzający, IQ Mart

Doradca, Konsultant, Trener, Coach, Interim Manager, Kierownik Projektu współpracujący z kilkudziesięcioma firmami polskimi i zagranicznymi, o zróżnicowanym profilu i modelu funkcjonowania, reprezentującymi różne branże, działającymi na różnych rynkach. Pasjonat i praktyk zarządzania i zmian w organizacji, ekspert w dziedzinie analizy strategicznej, outsourcingu, modelu procesowego i optymalizacji, specjalizujący się w obszarze obsługi klienta i Customer Experience. Praktykujący Klientomaniak (podcast Klientomania: www.klientomania.pl).



Zbigniew Nowicki – Managing Director, Bluerank

Od kilkunastu 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. Aktywny członek takich stowarzyszeń branżowych jak CXPA, DAA, IAB, PTBRI0 oraz Izby Gospodarczej e-commerce Polska. Pionier obszaru badań Customer Experience, współtwórca platformy opiniac.com. Prelegent konferencji branżowych w Polsce i zagranicą. Prywatnie – tata, maratończyk, fan hardrocka i psów rasy labrador retriever.



Adam Wojciechowski – Kierownik ds. digitalizacji i eCommerce, Hilti

Magister Inżynierii Mechanicznej z Zarządzaniem Uniwersytetu w Edynburgu. Doświadczenie w marketingu zdobywał w największych firmach branży narzędziowej i budowlanej w Polsce. Pasjonat SEO, content marketingu i video marketingu - zarówno w pracy jak i po godzinach. Specjalizuje się w marketingu produktów technicznych i inżynierskich. Od 3 lat związany z Hilti Poland sp. z o.o., obecnie Kierownik ds. Digitalizacji i eCommerce odpowiedzialny za większość działań firmy w internecie i budowanie działu Digital.

WARSZTATY ZARZĄDZANIE DOŚWIADCZENIAMI KLIENTÓW W E-COMMERCE

Jak utrzymać wysoki poziom satysfakcji klienta online?

TERMIN I MIEJSCE WYDARZENIA: 5-6 CZERWCA 2017 r., WARSZAWA

Nazwa Firmy/Osoba fizyczna: NIP:

ulica, nr domu, nr lokalu: Miejscowość/Kod pocztowy:

Telefon: Faks: e-mail:

- Wyrażam zgodę na przesyłanie przez Gremi Media S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, na udostępniony przeze mnie adres poczty elektronicznej i numer telefonu informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002 nr 144 poz. 1204 ze zm.). W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody.
- Wyrażam zgodę na przekazanie moich danych osobowych, w tym adresu poczty elektronicznej i telefonu spółkom powiązanych z Gremi Media S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, oraz partnerom wydarzeń na przetwarzanie ich przez w/w podmioty w celu marketingu bezpośredniego ich produktów lub usług oraz w celu przesyłania informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002 nr 144 poz. 1204 ze zm.). W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody.
- Przyjmuję do wiadomości, że moje dane osobowe umieszczone zostają w bazie danych administratora danych tj. Gremi Media S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, i zgodnie z treścią art. 23 ust. 1 pkt. 3 i 5 ustawy o ochronie danych osobowych (Dz. U. Nr 133 poz. 883 z 1997 r. ze zm.) i mogą być przetwarzane w celu wykonania zawartej ze mną umowy oraz w celu marketingu bezpośredniego własnych produktów lub usług administratora danych. Jednocześnie przyjmuję do wiadomości, że podanie przeze mnie danych jest dobrowolne i przysługuje mi prawo wglądu do swoich danych, ich poprawiania oraz usunięcia z bazy.

DANE UCZESTNIKA/UCZESTNIKÓW:

Imię i nazwisko: Stanowisko:

e-mail: Telefon:

Imię i nazwisko: Stanowisko:

e-mail: Telefon:

PROSIMY O ZAZNACZENIE WŁAŚCIWEJ OPCJI:

- 1850 zł/os + 23% VAT przy zgłoszeniu do 19 maja 2017 r.**
Cena obejmuje: udział w dwudniowych warsztatach, materiały, lunch, przerwy kawowe.
- 2150 zł/os + 23% VAT przy zgłoszeniu po 19 maja 2017 r.**
Cena obejmuje: udział w dwudniowych warsztatach, materiały, lunch, przerwy kawowe.

UWAGI/KOD PROMOCYJNY:

WARUNKI ZGŁOSZENIA:

- Warunkiem zgłoszenia udziału w usłudze edukacyjnej jest przesłanie wypełnionego formularza rejestracyjnego na stronie www.konferencje.rp.pl, e-mailem pod adres wojciech.winiarski@rp.pl (dalej „Zgłoszenie”) oraz otrzymanie e-mailowego potwierdzenia o uczestnictwie w usłudze edukacyjnej.
- Przesłane Uczestnikowi przez Organizatora potwierdzenie Zgłoszenia równoznaczne jest z zawarciem umowy o świadczenie usługi edukacyjnej, stanowi warunek dopuszczenia do usługi edukacyjnej oraz podstawę do obciążenia Uczestnika opłatą za usługę.
- Wpłaty należy dokonać w terminie 14 (czternastu) dni od daty otrzymania wezwania do dokonania płatności za udział w usłudze edukacyjnej, nie później jednak niż 2 (dwa) dni przed jej rozpoczęciem. Wpłaty należy dokonać na rachunek:
Gremi Media S.A. ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa
Ing Bank Śląski S.A. 14 1050 1025 1000 0090 3096 4259
Niedokonanie wpłaty we wskazanym terminie nie jest jednoznaczne z rezygnacją Uczestnika z udziału w usłudze edukacyjnej.
- Uczestnik jest uprawniony do rezygnacji z usługi edukacyjnej na następujących zasadach:
 - rezygnacja winna zostać złożona na piśmie i przesłana Organizatorowi w trybie wskazanym w ust. 1;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie co najmniej 21 (dwudziestu jeden) dni przed jej rozpoczęciem Organizator obciąża Uczestnika opłatą administracyjną w wysokości 400 zł +23% VAT;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie krótszym niż 21 (dwadzieścia jeden) dni przed jej rozpoczęciem, Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w usłudze edukacyjnej (100% ceny) wynikających z zawartej umowy.
- W przypadku nieodwołania zgłoszenia uczestnictwa oraz niewzięcia udziału w wydarzeniu, zgłaszający Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w usłudze edukacyjnej (100% ceny) wynikających z zawartej umowy.
- W przypadku gdyby usługa edukacyjna nie odbyła się z powodów niezależnych od Organizatora, Uczestnikowi zostanie zaproponowany, według uznania Organizatora, udział w usłudze edukacyjnej w innym terminie lub w ciągu 14 dni roboczych zostanie zwrócona pełna kwota wpłaty.
- Organizator zastrzega sobie prawo odmowy uczestnictwa w usłudze edukacyjnej osoby powiązanej w jakimkolwiek charakterze z podmiotem konkurencyjnym dla współorganizatora usługi edukacyjnej wskazanego w programie. W przypadku ujawnienia powyższych okoliczności po dokonaniu wpłaty za uczestnictwo w usłudze edukacyjnej, pełna kwota wpłaty zostanie zwrócona w ciągu 14 dni roboczych. Organizator zastrzega sobie także prawo odmowy uczestnictwa w usłudze edukacyjnej bez podawania przyczyny.
- Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z akceptacją niniejszych warunków oraz akceptacją warunków Regulaminu i upoważnieniem Organizatora do wystawienia faktury VAT bez składania podpisu przez Uczestnika albo osobę upoważnioną ze strony zgłaszającego Uczestnika.
- Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian dot. programu, prelegentów oraz do odwołania wydarzenia.

miejscowość, data i podpis	pieczętka firmy