SCENA A

11:15 Witold Wrodarczyk, CEO @ Adequate

Dlaczego wierzymy w kliknięcia?

Czy śledzenie konwersji po kliknięciu w reklamę ma sens? Dlaczego nie ufamy konwersjom po wyświetleniu? Czy modelowanie atrybucji da odpowiedź na pytanie o wartość kampanii? W mojej prezentacji spróbuję odpowiedzieć na te pytania. A przede wszystkim, przedstawię metodę conversion lIH – na czym polega i dlaczego stanowi przełom....

11:50 Paweł Regiec, Owner @ eStrategie.pl

Case Study: zobacz, jak sklep Mamabrum osiągnął 14x zwrot z inwestycji w marketing automation oraz 5x wyższą konwersję.

W prezentacji omówimy działania podjęte w sklepie Mamabrum w celu poprawy kluczowych wskaźników e-commerce: współczynnika konwersji oraz wartości sprzedaży. Pokażemy krok po kroku, jaki proces przeszliśmy i jakie wyniki pozwoliło to osiągnąć w tym sklepie internetowym. Prezentacja będzie zatem bogata w konkretne rozwiązania i wzbogacona wykresami obrazującymi osiągnięte wyniki....

Przerwa 30 minut

12:40 Marlena Skrzyniarz, E – Commerce Packaging Business Development Manager @ DS Smith Packaging

Opakowania w eHandlu - trendy i przyszłość

Jakie jest idealne opakowanie w eHandlu - czy takie, które zabezpiecza Twój produkt, idealnie dopasowane do rozmiaru produktu, łatwe do zwortu i recyklingu, a może takie które najlepiej komunikuje Twoją markę? A jak usprawnić proces pakowania, a może go zautomatyzować? Jakie trendy obserwujemy dzisiaj i co przyniesie przyszłość? Pamiętaj, że dobre opakowanie zabezpiecza Twój produkt. Doskonale chroni Twoją markę. Nie przegap szansy - w tej dziedzinie jesteśmy ekspertami!...

13:15 Dawid Bałut, CEO & Chief Security Strategist @ TestArmy CyberForces

Czego haker szuka w Twoim eSklepie?

Najczęstsze techniki używane przez cyberprzestępców i powody ich ataków na platformy zakupowe - pozyskanie danych osobowych użytkowników do użycia przy phishingu i infekowania ich malwarem, lub też wyłudzenia od właściciela platformy. Teza: Wyjaśnienie motywów działania hakera w kontekście ataku na sklep internetowy i technik/typów ataków, za pomocą których osiągają swoje cele...

Przerwa 30 minut

14:05 Marek Bartnikowski, CEO @ Thulium; Mateusz Prus, Marketing specialist @ Thulium

Jedenaste: nie zamęczaj. Jak minimalizować wysiłek w e-commerce.

Podobno lojalność w e-commerce umarła. Klienci mają niespotykany wybór, programy lojalnościowe nie działają, a porównywarki cen wymuszają walkę ceną. Gdzieś w tym wszystkim gubi się siła brandu i przyciągania klientów ponownie do sklepu. A jednak jest lekarstwo na zanikającą lojalność. Tak naprawdę nie przekraczanie oczekiwań klientów, ale spełnianie ich oczekiwań na wystarczającym poziomie ma decydujące znaczenie dla lojalności. Zamiast zachwycać klientów, wystarczy zmniejszyć ich wysiłek w ...

14:40 Aleksandra Siciarz, Mobile App Growth Lead @ GetResponse

Marketing Automation w praktyce

Praktyczne zastosowania marketing automation w oparciu o dane i analizę behawioralną klienta, oraz o tym, dlaczego warto opierać się w kampaniach marketing automation o statystykę i pojęcie ‚inkrementalności'....

Przerwa 30 minut

15:30 Tomasz Wieliczko, Właściciel Xann.pl @ Tomasz Wieliczko

Zwiększenie sprzedaży w sklepie internetowym poprzez optymalizacje strony

Jakie czynniki powodują wzrost witryny w google co przekłada się bezpośrednio na sprzedaż. * Jak zacząć gromadzić ważne dane na temat strony i wykorzystać je do budowy przewagi. * Jak sprawić, że ilość kliknięć z wyników wyszukiwania wzrośnie. * O czym pamiętać wprowadzając duże zmiany w serwisie.

16:05 Mateusz Grzywnowicz, Specialista ds. eBay & Amazon @ grzywnowicz.pl

Najnowsze zmiany na eBay determinujące zmiany strategi sprzedażowych.

eBay się zmienia, wprowadził już bardzo dużo zmian w swoim serwisie i w tym roku wprowadzi ich jeszcze więcej. Aby w pełni czerpać z możliwości serwisu eBay należy podążać za zmianami i modyfikować swoją ofertę tak, aby spełniała wymogi eBay dzięki czemu przyciągnie nowych klientów....

SCENA B

10:40 Andrzej Szylar, CEO @ Global4Net

Jak Progressive Web App zmienia zasady gry w ecommerce?

Opis zalet technologii Progressive Web App oraz tego jak ta technologia wpływa na sposób odbioru treści przez użytkowników. Wady i zalety wdrożeń PWA, przykłady największych wdrożeń, omówienie zasad działania technologii oraz jej przewag nad tradycyjnym modelem wyświetlania treści....

11:15 Dominik Cisoń, Customer Success Specialist @ Dreamcommece S.A./Shoper

The state of e-commerce PL AD 2019

Najświeższe dane z tysięcy sklepów – sprawdź, czy jesteś na bieżąco i czy e-commerce nie ma przed tobą zbyt wielu tajemnic. Co działa w polskim e-handlu, czego nie możesz przeoczyć, na co warto zwrócić uwagę, energię i...

11:50 Michał Szklarski, Solutions Architect @ e-point SA

Czy PWA to zagłada aplikacji mobilnych?

Czy: - jesteś sfrustrowany kosztami, jakie generuje budowa i utrzymanie aplikacji mobilnej? - chciałeś zbudować aplikacje, ale nie mogłeś sobie na nią pozwolić? - efekty działania aplikacji Cię rozczarowują? Na ratunek przychodzi PWA (Progressive Web Applications): technologia, która pozwala oferować doświadczenia mobilne takie jak natywna aplikacja, zobacz, jak wykorzystują ją Flipkart, Alibaba, Uber i Starbucks....

Przerwa 30 minut

12:40 Katarzyna Garbaciak, Dyrektor zarządzająca @ Emaillabs

E-mail w czasach big data i omnichannel communication. 7 rzeczy, o których warto pamiętać podpinając zaawansowany system marketing automation.

Co wpływa na dostarczalność wiadomości e-mail. Jak dbać o reputację nadawcy i dlaczego nie ilość a jakość wysyłek jest decydująca. Jak providerzy odbierają nasze wiadomości i co robią, aby uchronić odbiorców przed nieciekawymi wiadomościami e-mail. Jak ograniczyć liczbę telefonów z zapytaniami o niedochodzące komunikaty e-mailowe....

13:15 Błażej Łukomski, CEO w Best.net Sp. z o.o. @ Fifny

Personalizacja w e-commerce - jak mogę na tym zarobić?

Firmy, które nie stosują personalizacji w sprzedaży tracą pieniądze. Na prezentacji pokażemy w jaki sposób firmy w różnych branżach zarabiają na sprzedaży produktów personalizowanych, jak minimalizują straty, jak maksymalizują zyski oraz jak automatyzują proces ofertowania. Konfiguratory produktów pozwalają na optymalizację każdego etapu sprzedaży i wyróżnienie na rynku....

Przerwa 30 minut

14:05 Tomasz Klecor, Partner Zarządzający w Legal Geek @ Legal Geek - firma prawnicza

PSD2 w marketingu - co 14 września zmieni w e-commerce i dlaczego nie chodzi o płatności

PSD2 i nowe usługi płatnicze to nie tylko płatności! Od 14 września e-commerce zyska potężne narzędzie marketingowe jakim jest możliwość dostępu do historii rachunku bankowego klienta. W oparciu o usługę AIS można nie tylko wykonać np. ocenę zdolności kredytowej, ale stworzyć dużo bardziej kompleksowy profil użytkownika, z określeniem preferencji zakupowych włącznie. Nasza prelekcja kładzie nacisk zarówno na aspekty prawne jak i biznesowe wykorzystania usługi PSD2-AIS w sektorze e-commerce....

14:40 Marek Wiński, Radca prawny @ Kancelaria Radcy Prawnego Marek Wiński

Prawne aspekty budowania silnej marki w internecie

Z naszej prezentacji uczestnik dowie się o podstawowych narzędziach prawnych do budowania silnej marki w internecie, w tym jak przeciwdziałać nieuczciwej konkurencji oraz naruszeniu praw autorskich do treści i zdjęć publikowanych na stronie www/sklepu online. Ponadto poruszymy temat jak bronić się przed zarzutem naruszenia cudzej marki i nieuczciwej konkurencji wobec innych przedsiębiorców. Prezentacja będzie zawierała case study....

Przerwa 30 minut

15:30 Bartosz Michalak, Head of Marketing @ Senuto

Popyt, podaż i customer journey w strategii content marketingowej w kontekście ecommerce.

SEO na przestrzeni ostatnich lat mocno ewoluowało. Proces rozumiany pod tym pojęciem względem choćby 2010 roku jest zupełnie inny, a osiąganie ponadprzeciętnych wyników wymaga unikalnego podejścia do realizacji zadań. Jakie znaczenie ma popyt, podaż i customer journey w strategii content marketingowej? Podczas prezentacji pokażę nieco inne niż standardowe podejście do keyword researchu i procesu planowania treści....

16:05 Jacek Blaut, Head of Growth @ Delante

SEO międzynarodowe - jak podejść do tematu?

1. Na co zwrócić uwagę przy skalowaniu sprzedaży e-commerce za granicą? 2. Czym różni się SEO e-commerce w Polsce od tego robionego w innych krajach? 3. Dobre praktyki...

SCENA C

edrone

11:15 Anna Konopa, Owner @ www.setup.pl

BE OMNI - każdy ma swój Everest. Czy warto być sprzedawcą omnichannel?

Case story - sprzedaż na marketplace'ach typu ebay amazon, cdiscount, rakuten i private label - na rynku Europy. Teza: być sprzedawać omnichannel - to znaczy skalować biznes i zwiększać jego bezpieczeństwo....

11:50 Rafał Golan, CPO @ eDrone

Increased conversion - personalisation, segment of one and AI in eCommerce

Segment-of-One with AI is the ability to track and understand individual customer behavior. Based on the data we can fully personalize experience of a customer. I can show you how to increase your conversion based on our experience in building scalable solution for your e-store. * segment of one * AI in e-commerce * RFM Analysis * Social selling * Increased conversion...

Przerwa 30 minut

12:40 Marcin Szczur, Deputy Head of Sales @ Blue Media

Historia płatności z przyszłości

Analiza filmów SF i metod płatności w nich pokazanych. Ocena prawdopodobieństwa, sygnały ze świata, innowacje w płatnościach na świecie i w Polsce....

13:15 Damian Wiszowaty, CEO @ Gonito

Od ZERA do BEST-SELLERA, czyli jak skutecznie wprowadzić private label na AMAZON

Po czterech latach doświadczeń w implementacji sprzedawców i obsłudze sklepów internetowych na platformie przedstawię w oparciu o trzy case-study w jaki sposób skutecznie wprowadzić markę własną na Amazon: - jak zorientować się czy Amazon jest odpowiednią platformą dla naszych produktów? - w jaki sposób wprowadzić markę na Amazon i jak strukturyzować swoją firmę? - dlaczego przygotowanie sprzedaży jest zawsze ważniejsze od samej sprzedaży? - w jaki sposób prowadzić sprzedaż na Amazon w modelu...

Przerwa 30 minut

14:05 Łukasz Plutecki, CEO AtomStore @ AtomStore

Jak zwiększyć przychód z kanału mobile w sklepie internetowym?

Nawet ¼ Polaków deklaruje używanie smartfona do przeglądania oferty sklepów internetowych. Osławiony rok mobile nadszedł m.in. w Allegro w 2018 r. obroty z mobile w porównaniu do zeszłego roku, wzrosły o 71,6% ! Dlaczego mimo to, konwersja z kanału mobile stanowi zaledwie ułamek w przychodach wielu sklepów internetowych? Podczas prezentacji chcę pokazać zasady oraz dobre praktyki, które wdrożyli m.in. Preorder czy Cocolita.pl i dziś osiągają 65% ruchu oraz średnio 50% sprzedaży z kanału mobile....

14:40 Krystian Kucharski, Vice Prezes, Performance Director @ Promotraffic

Jak skutecznie wdrożyć machine learning w kampaniach Google Ads dla ecommerce - Case study

Jak rewolucja nowoczesnej technologii dla Google Ads pozwoli sklepom internetowym zwiększać sprzedaż? Czyli czym jest model atrybucji Data-Driven, jak odejść od modelu Last-Click i wykorzystać jedno źródło prawdy w e-commerce, i jak zwiększać przychody włączając nowy model oparty o dane i technologie uczące się....

Przerwa 30 minut

15:30 Miłosz Wójcik, Dyrektor Zarządzający @ AppChance

Najpierw cele, później narzędzia, czyli strategiczne podejście do mobile commerce.

Właściciele i managerowie firm handlujących w internecie często zadają sobie pytanie: czy powinniśmy tworzyć aplikację natywną, czy wystarczy nam dobrze zaprojektowana strona mobilna lub PWA? Wiele firm usługowych i doradczych faworyzuje jedno z tych rozwiązań - to, do którego stworzenia posiada w tej chwili kompetencje. Takie podejście jest jednak szkodliwe zarówno dla właściciela sklepu internetowego czy marki, jak i dla jego klientów. W trakcie tego wystąpienia dowiesz się, w jaki sposób pod...

16:05 Igor Czajkowski, General Manager @ Trol InterMedia / 2ClickShop

E-commerce B2B dokąd zmierzasz?

Trendy w e-commerce B2B i wyróżniki systemów e-commerce B2B nowej generacji poparte studiami przypadków....

SCENA D

10:40 Aleksander Siczek, Sales Manager @ Infobip

Retail DNA - Omnichannel for E-commerce

Charakterystyka konsumenta on-demand oraz use case'y jak do niego dotrzeć przy pomocy najnowszych spersonalizowanych kanałów komunikacyjnych (Whatsapp, Viber, SMS, RCS, Email)...

11:15 Walery Stasiak, Research & Development Manager w SaveCart @ SaveCart Sp. z o.o.

Jak można wykorzystać technologię rozpoznawania obrazów w e-commerce?

Rynek e-commerce rozwija się dynamicznie i to w wielu obszarach. Jednym z takich obszarów jest rozpoznawanie obrazów statycznych i dynamicznych oraz ich wykorzystanie w e-commerce. Pozyskanie obrazu (np. poprzez wgranie przez aplikację), jego analiza i rozpoznanie przez algorytm, a następnie zarekomendowanie identycznego lub wysoce podobnego produktu zdecydowanie ułatwia podejmowanie decyzji zakupowych przez konsumenta.

11:50 Bartosz Gil, Business Development Manager @ Email Partners

Mailing, który sprzedaje

W prezentacji będziemy starali się udowodnić tezę, że mimo tego iż mailing jest kanałem marketingowym znanym od dawna nadal może byc bardzo efektywnym narzędziem zdobywania konwersji dla ecommerce zwłaszcza przy zastosowaniu kompleksowych rozwiązań zapewniających generowanie ruchu, a potem jego optymalizację w celu efektywnego wykorzystania potencjału użytkowników odwiedzających stronę sklepu. Opowiemy o tym jak ważna jest unikalna propozycja sprzedażowa, omówimy proces tworzenia skutecznej krea...

Przerwa 30 minut

12:40 Marcin Piwowarczyk, Commerce Design Director & wiceprezes zarządu STRIX Polska @ Strix

Jak informacja produktowa wpływa na wrażenia zakupowe?

W świecie transformacji cyfrowej nie można mówić o budowaniu wyjątkowych doświadczeń zakupowych bez informacji produktowej. Zdjęcia, dane techniczne, informacja o cenie i wysyłce, czy ujmująco opowiedziana historia w odpowiednim kontekście stanowią kluczowe czynniki decyzyjne przy zakupie. Prezentacja pokaże jak spójna, dobrze przygotowana i zarządzana informacja produktowa wpływa na wrażenia zakupowe, dlaczego jest absolutnie niezbędna w e-commerce....

13:15 Piotr Urbaniak, Sales director @ Traffic Trends

Organic first, czyli jak powinno wyglądać pozycjonowanie sklepu w 2019 r (case study).

W ramach prezentacji przedstawimy nowy model pozycjonowania, który nie tylko powinien zmienić zakres prac nad sklepem, ale i model rozliczeń przy zleceniu tego agencjom. Efektywność pokażemy w oparciu o case study polskich sklepów podbijających skutecznie wyniki organiczne w Google....

Przerwa 30 minut

14:05 Kamila Kowalska, Dyrektor handlowy w Sendit S.A. @ Sendit S.A.

Czy dostawy i zwroty w Twoim e-sklepie mogą być jeszcze prostsze?

Prezentacja będzie dotyczyć trendów na rynku dostaw kurierskich, tj. przede wszystkim wzrostu popularności nadawania przesyłek do punktu oraz kompleksowego rozwiązania technologicznego, które zostało przygotowane przez Sendit - jednej mapy, która integruje wielu przewoźników. Dzięki temu rozwiązaniu zarówno prowadzący e-sklep, jak i jego klienci, mogą w bardzo łatwy sposób wybrać punkt nadawczy oraz odbiorczy, a także dokonać łatwego zwrotu towaru....

14:40 Krzysztof Marzec, CEO @ DevaGroup

10 praktycznych elementów audytu SEO na bazie case audytu silnika Shoper.pl i nie tylko

Podczas prezentacji mieszanka: najbardziej skuteczne, skalowalne i nadające się do realnego wprowadzenia wnioski. Do tego dodaj pokazanie najlepszych profesjonalnych narzędzi i konkretne przykłady w oparciu o case studies, czyli ponad 1000 wykonanych przez nas analiz w tym audyt silnika Shoper.pl, na którym sklepy liczymy w tysiącach....

Przerwa 30 minut

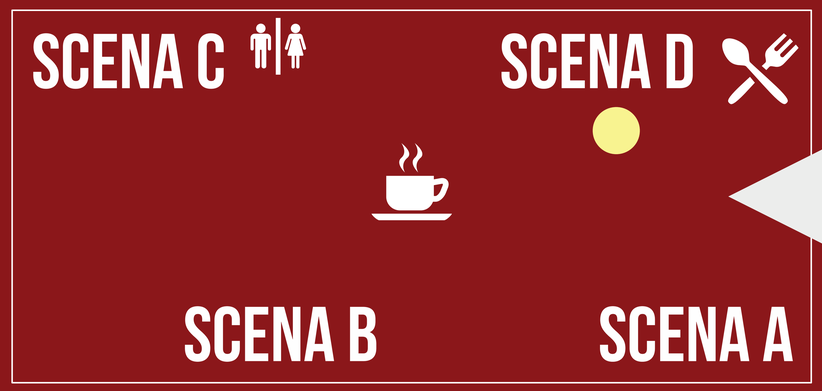
15:30 Aleksander Gwizdała, Dyrektor Sektora Opakowań @ Antalis Poland

Innowacje w zarządzaniu opakowaniami w sklepach internetowych.

Chcemy zaprezentować słuchaczom, nowości w zakresie zabezpieczenia wysyłek ze sklepów internetowych. Mamy na celu uświadomić słuchaczy, jak ważne jest odpowiednie zabezpieczenie przesyłek. Nie tylko ze względu na bezpieczeństwo przesyłanego towaru, ale również ze względu na aspekty marketingowe jak również finansowe dla wysyłającego...

16:05 Marcin Stańdo, Head of Business Development @ Sempai

Jak rewolucja w reklamie produktowej Google Ads pozwoli sklepom internetowym zwiększyć sprzedaż? Czyli czym są Google Comparison Shopping Services i jak z nich korzystać

W prezentacji wyjaśnię, dlaczego warto wdrażać alternatywne Comparison Shopping Services (CSS) w kampaniach produktowych (PLA) i w jaki sposób mądrze z nich korzystać, aby przychód z samych reklam produktowych zwiększył się nawet kilkukrotnie. Największą korzyścią, którą daje reklamodawcom wykorzystanie alternatywnej usługi porównywania cen do Google Shopping, są stawki CPC niższe nawet o 20%. Reklamy produktowe PLA w Google należą do najbardziej efektywnych typów kampanii dla branży e-co...

TARGI EHANDLU
E-COMMERCE CRACOW EXPO