

online

6 czerwca 2024

CROSS-BORDER E-COMMERCE

wstęp bezpłatny



CEL

REJESTRACJA NA WYDARZENIE ZOSTAŁA ZAKOŃCZONA!

Sprzedaż polskich sklepów internetowych za granicą w ostatnim roku urosła o **jedną piątą**. W sumie handel cross-border wynosi obecnie już **17 proc. całej sprzedaży e-sklepów z Polski**.

Przedsiębiorcy coraz śmielej szukają odbiorców dla swoich produktów poza Polską, a kolejne podmioty specjalizują się we wspieraniu biznesu **w podbijaniu zagranicznych rynków przez internet**.

Wśród trendujących kierunków ekspansji specjaliści wymieniają Rumunię i kraje bałtyckie, gdzie polskie marki są bardzo dobrze postrzegane, a rynek e-commerce dynamicznie rozwija się. Coraz bardziej zaawansowane narzędzia sztucznej inteligencji pozwalają m.in. na większą optymalizację procesów obsługi klienta. To jedno z głównych wątków, które poruszymy podczas drugiej edycji **Kongresu Cross-Border E-Commerce**.

To wydarzenie szyte na miarę dla polskich małych i średnich sklepów internetowych, które planują rozwój na kolejnych rynkach. Podczas prezentacji i rozmów z liderami branży e-handlu w Polsce, **zaprezentujemy ogromny potencjał i praktyczne rozwiązania w obszarze sprzedaży online cross-border**. Swoje **business case** zaprezentują **wiodące marki realizujące e-handel transgraniczny**.

Nasi eksperci przedstawiają Państwu kluczowe elementy całego łańcucha wartości cross-border e-com w nowoczesnej i dynamicznej formie w **5 blokach tematycznych**:



>> integracja i oprogramowanie

>> product management i obsługa klientów

>> logistyka i fulfillment

>> aspekty prawne i podatkowe

>> bezpieczne i wygodne płatności

Do udziału w kongresie zapraszamy właścicieli sklepów internetowych planujących ekspansję zagraniczną oraz menedżerów odpowiedzialnych za rozwój cross-border e-commerce w przedsiębiorstwach.

Udział w wydarzeniu pozwoli Państwu na **zdefiniowanie najbardziej skutecznego planu działań, by rozpocząć lub skalować sprzedaż za granicą.**





PROGRAM

Czwartek, 6 czerwca

KIERUNEK - EKSPANSJA. Od czego zacząć?

09:45 - 09:55

Początek konferencji

 Kinga Jurga, dziennikarz, Puls Biznesu

 Łukasz Korycki, zastępca redaktora naczelnego, Puls Biznesu

10:00 - 10:25

Jak wybrać odpowiedni rynek zagraniczny dla swojego biznesu?

 Olga Pijanowska, manager ds. sprzedaży i ekspansji zagranicznej, MakesYouLocal, Izba Gospodarki Elektronicznej

- dlaczego wybór kraju to kluczowa decyzja przy wyjściu za granicę z e-sklepem?
- Rumunia i kraje bałtyckie - coraz bardziej popularne kierunki ekspansji dla polskiego e-commerce w 2024

10:30 - 10:55

Jak pozyskać klientów za granicą?

 Damian Wiszowaty, CEO, Gonito

- strategia ekspansji w modelu e-commerce cross-border
- synergia modeli sprzedażowych: marketplace a własny e-sklep
- kluczowe aspekty obsługi zagranicznych klientów

11:00 - 11:25

Polskie MŚP na marketplace - miliony klientów pod jednym adresem

 Marta Bruske, menedżerka ds. usług handlowych, Amazon.pl

- jak znane serwisy międzynarodowe wspierają ekspansję zagraniczną
- pakiet narzędzi i czas na rozwój biznesu, czyli co zyskują sprzedawcy na marketplace



CASE STUDY #1

11:30 - 12:00

Krzesła nie tylko dla graczy. Case study firmy Domator24

 Tomasz Bryja, prezes, Domator24

Domator24, właściciel marek Diablo Chairs i Jan Nowak, sprzedaje fotele dla graczy oraz meble metalowe. Firma działa na 12 największych rynkach Unii Europejskiej. Najwięcej produktów poza Polską sprzedaje w Niemczech, Francji, Hiszpanii i Włoszech. Co kwartał uruchamia kilka krajów lub kanałów sprzedaży. W 2023 roku firma z Zielonej Góry zanotowała 157 mln zł przychodu i 23 mln zł zysku EBITDA.

12:00 - 12:15

Przerwa

CAŁA NAPRZÓD DO KASY. Wygodne i bezpieczne płatności. Logistyka i fulfillment przesyłek poza Polską

12:15 - 12:40

Trendy w płatnościach online

 Daria Auguścik, dyrektorka ds. rozwoju biznesu e-commerce, Mastercard Europe

- dlaczego płatność kartą w sieci nie traci na popularności?
- click to pay i portfele elektroniczne - jak zachęcają klientów do finalizacji zakupów?

12:45 - 13:10

Działaj globalnie - z lokalnym podejściem. Rola płatności w skutecznej strategii e-commerce

 Paulina Kupisz, account manager CEE, ekspert ds. lokalnych metod płatności, Adyen

- jak optymalizować checkout? Najlepsze praktyki
- lokalne metody płatności i ich rola w budowaniu doświadczeń zakupowych
- Buy Now Pay Later - rewolucja w podejściu do płatności, czy przejściowy trend?

13:15 - 13:40

Jak szybko i sprawnie dostarczać towary do klientów zagranicznych?

 Mateusz Suchocki, Strategic Customer Manager, DHL eCommerce Polska

- trendy - logistyka na rynkach europejskich
- branża e - commerce - rozwiązania logistyczne dla rozwoju biznesu
- mocna sieć out of home delivery (OOH) - obsługa ostatniej mili w Polsce i zagranicą



13:40 - 14:10

Przerwa

CASE STUDY #2

14:10 - 14:40

It's so cool to be mama! Case study firmy Cool Mama

 *Katarzyna Barabasz, założycielka, Cool Mama Maternity Wear*

COOL mama to firma, która od 10 lat produkuje i sprzedaje ubrania dla kobiet w ciąży i karmiących piersią. Działa na 11 rynkach europejskich. Poza Polską najwięcej produktów sprzedaje w Niemczech, Austrii i Belgii przez marketplace'y Zalando i Limango. W latach 2019-2023 firma notowała co roku wzrost przychodu średnio o 55 proc., przy czym między rokiem 2022 i 2023 zanotowała 100 proc. wzrostu.

CASE STUDY #3

14:45 - 15:15

Jak wygrać Wielki Szlem w e-commerce. Rozwój tenisowych sklepów Strefa Tenisa i Tennis Zone

 *Piotr Kiljański, dyrektor e-commerce, Strefa Tenisa*

Strategia ekspansji zagranicznej sklepów Strefa Tenisa i Tennis Zone została zapoczątkowana w 2018 roku. Pierwsze znaczące kroki na międzynarodowej arenie podjęto w 2019 roku, otwierając sklep online na rynku litewskim. Od tego czasu marka Tennis Zone dynamicznie rozwijała swoją działalność, uruchamiając sklepy online w 15 krajach europejskich. Obecnie 45 proc. przychodów firmy pochodzi z rynków zagranicznych, co świadczy o skuteczności tej strategii. Ambicją firmy jest dalsze poszerzanie swojego globalnego zasięgu.

15:20 - 15:30

Zakończenie konferencji

 *Kinga Jurga, dziennikarz, Puls Biznesu*

 *Łukasz Korycki, zastępca redaktora naczelnego, Puls Biznesu*





PRELEGENCI



Olga Pijanowska

manager ds. sprzedaży i ekspansji zagranicznej MakesYouLocal, Izba Gospodarki Elektronicznej

Jest absolwentką Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz Uniwersytetu La Coruña w Hiszpanii, gdzie przez 9 lat zdobywała doświadczenie w dziedzinie marketingu i turystyki. Po powrocie do Polski zaangażowała się w branżę e-commerce, wspierając polskie firmy w ich ekspansji na rynki zagraniczne. Specjalizuje się w doradztwie dotyczącym strategii ekspansji, pomagając we wdrażaniu i rozwijaniu strategii cross-border oraz udzielając wsparcia w procesie tworzenia lokalnej obsługi klienta na zagranicznych rynkach.



Damian Wiszowaty

CEO Gonito

Ekspert Amazon z ponad 7-letnim doświadczeniem, prawnik, znawca tematyki prawa własności intelektualnej i nowych technologii. Specjalizuje się w skalowaniu sprzedaży w modelu multichannel cross-border. Prelegent z dziedziny e-commerce na najważniejszych wydarzeniach gospodarczych jak Europejski Kongres Gospodarczy w Katowicach czy Europejskie Forum Nowych Idei w Sopocie. Założyciel Gonito – lidera rynku w zakresie kompleksowej obsługi na światowych rynkach sprzedażowych, jednej z największych europejskich agencji specjalizujących się w dziedzinie marketplaces. Współzałożyciel platformy cross-border.pl wspierającej polskich producentów i dystrybutorów w ekspansji na rynki zagraniczne.



Daria Auguścik

dyrektorka ds. rozwoju biznesu e-commerce Mastercard Europe





Paulina Kupisz

account manager CEE, ekspert ds. lokalnych metod płatności Adyen

Z ponad 10-letnim doświadczeniem w relacjach z partnerami biznesowymi z różnych sektorów, Paulina wspiera klientów w rozwijaniu globalnego zasięgu i optymalizacji procesów finalizacji zakupów. Specjalizuje się w obszarze lokalnych metod płatności i ich roli w budowaniu doświadczeń użytkowników. Prywatnie entuzjastka hikingu i zdrowej kuchni.



Marta Bruske

menedżerka ds. usług handlowych Amazon.pl

Marta Bruske to doświadczona specjalistka ds. biznesu i e-commerce z ponad 18-letnim doświadczeniem w zarządzaniu i rozwoju organizacji. Obecnie odpowiada za rozwój marketplace w Amazon, gdzie wraz ze swoim zespołem zajmuje się wdrażaniem i rozwojem strategicznych partnerów sprzedaży na Amazon.pl oraz ich ekspansją w europejskich serwisach. Przed dołączeniem do Amazon zajmowała się ekspansją międzynarodową, projektami optymalizacyjnymi i wdrożeniami technicznymi w różnych branżach, w tym w handlu detalicznym, logistyce, telekomunikacji, energetyce i organizacjach pozarządowych. Jej różnorodne doświadczenie zapewniło jej doskonałe zrozumienie różnych funkcji biznesowych oraz umiejętność skutecznego przekładania złożonych pomysłów i strategii na praktyczne rozwiązania.



Tomasz Bryja

prezes Domator24

Prezes DOMATOR24, właściciela marek Diablo Chairs i Jan Nowak. Ma kompleksowe, wieloletnie doświadczenie w biznesie internetowym, mediach i e-commerce. Odpowiadał za spółki, produkty i projekty o różnej skali - od startu nowych usług, po produkt mediowy, który sięgał 100 mln MAU. O sobie mówi: Kręcą mnie nowe technologie. Imponują mi ludzie, którzy potrafią połączyć wizję z egzekucją. Skutecznie motywuję ludzi i zespoły, potrafię pracować pod presją i nie boję się trudnych wyzwań. Zawsze szukam graczy lepszych od siebie, na korcie i poza nim.



Piotr Kiljański

dyrektor e-commerce Strefa Tenisa

Dyrektor e-commerce odpowiedzialny za strategię firmy Strefa Tenisa, specjalizującej się w sprzedaży produktów do tenisa. Uczynił tę markę liderem na polskim rynku i obecnie skupia się na ekspansji brandu Tennis Zone na 15 rynkach europejskich. Jego działania koncentrują się na rozwijaniu obecności marki, wprowadzaniu innowacyjnych rozwiązań e-commerce i koordynowaniu działań między różnymi działami, aby zwiększyć efektywność operacyjną i wzrost przychodów. Jest absolwentem Akademii Leona Koźmińskiego, gdzie studiował zarządzanie w wirtualnym środowisku.





Mateusz Suchocki

Strategic Customer Manager DHL eCommerce Polska

Jest związany z branżą logistyczną i transportową od prawie 10 lat, zdobywając w tym czasie bogate doświadczenie i wiedzę. Specjalizuje się w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań logistycznych, szczególnie w obszarze cross-border, które umożliwiają efektywną i skuteczną obsługę międzynarodowych przesyłek. Praca nad nowymi projektami i ich wdrażanie we współpracy z klientami stanowi dla niego ogromne źródło motywacji i napędza go do działania każdego dnia. W swojej karierze Mateusz kładzie duży nacisk na budowanie trwałych relacji z klientami oraz dostosowywanie rozwiązań do ich indywidualnych potrzeb. Jego zaangażowanie i pasja do pracy przekładają się na ciągłe doskonalenie procesów logistycznych, co pozwala na zwiększenie efektywności i satysfakcji klientów. W wolnym czasie Mateusz ładuje baterie, uprawiając kolarstwo górskie.



Katarzyna Barabasz

założycielka Cool Mama Maternity Wear

Ukończyła studia na Uniwersytecie Warszawskim. Po 6 latach pracy w Towarzystwie Funduszy Inwestycyjnych, macierzyństwo zainspirowało ją do założenia własnego biznesu. Na pytania o rozwój firmy, Kasia odpowiada: Tempo rozwoju COOL mamy było zaskakujące, zwłaszcza przy sprzedaży tak niszowego produktu. 10 lat temu samodzielnie nadawałam jedną paczkę dziennie, a dzisiaj ubieram tysiące klientek miesięcznie, w 11 krajach Unii Europejskiej.



Kinga Jurga

dziennikarz Puls Biznesu



Łukasz Korycki

zastępca redaktora naczelnego Puls Biznesu





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Kinga Jurga

Project Manager ds. projektów
multimedialnych

☎ +48728926937

✉ k.jurga@pb.pl

Współpraca



Katarzyna Dziedzic

Marketing Manager

☎ 600 013 343

✉ k.dziedzic@pb.pl

Szczegółowa lokalizacja wkrótce

online

Partner Strategiczny



Partner



22 333 98 25



konferencje@pb.pl

(52205)



Mastercard

Mastercard jest globalną firmą technologiczną działającą w obszarze płatności. Wprowadzamy innowacje, dzięki którym transakcje są bezpieczniejsze, prostsze i bardziej inteligentne. W efekcie włączamy się w rozwój cyfrowej gospodarki, która wyrównuje szanse i przynosi korzyści wszystkim. Dzięki bezpiecznemu wykorzystaniu danych oraz możliwościom naszej sieci, usługi i rozwiązania Mastercard pomagają konsumentom, instytucjom finansowym, przedsiębiorstwom i sektorowi publicznemu wykorzystać w pełni swój potencjał. Łącząc sieć Mastercard ponad 210 krajów i terytoriów, realizujemy wizję zrównoważonego świata, który otwiera przed każdym wyjątkowe, bezcenne możliwości. Mastercard wspiera również e-przedsiębiorców w budowaniu przewagi konkurencyjnej, oferując im rozwiązania upraszczające proces płatności, m.in. rozwiązanie typu Card on File, dzięki któremu można w bezpieczny sposób zapisać kartę i później korzystać z niej przy kolejnych zakupach internetowych w tym samym sklepie. Mając na uwadze preferencje e-konsumentów Mastercard rozwija również branżowy standard płatności Click to Pay - oparty o EMV, jednolity system zapisywania karty do płatności online.

Amazon

Amazon działa w Polsce od 2014 roku, tworząc ponad 70 000 bezpośrednich i pośrednich miejsc pracy. Dziś Amazon to dziesięć nowoczesnych centrów logistycznych w całym kraju, sklep Amazon.pl, usługi Amazon Web Services oraz Centra Rozwoju Technologii Amazon w Gdańsku, Krakowie i Warszawie.

Adyen

Adyen to nowoczesna platforma finansowa wybierana przez rynkowych liderów. Dzięki kompleksowym usługom płatniczym, analityce opartej na danych oraz produktom finansowym oferowanym w ramach jednego globalnego rozwiązania, Adyen pomaga firmom szybciej osiągać założone cele. Posiadając biura na całym świecie, Adyen współpracuje z takimi firmami jak Żabka, Uber, H&M, Zalando, Notino i Pyszne.pl.

DHL eCommerce Polska

DHL eCommerce Polska – ekspert polskiego rynku przesyłek krajowych, globalny partner logistyczny i prekursor innowacyjnych rozwiązań e-commerce, dla klientów w Polsce i w Europie. To firma z zespołem profesjonalistów, która tworzy przestrzeń do rozwoju pracowników i klientów. Posiada nowoczesną infrastrukturę – krajowe centra sortowania i terminale oraz mocną sieć 18 000 punktów partnerskich i automatów paczkowych, w których szybko i wygodnie można nadać lub odebrać przesyłkę. DHL to również operator największej europejskiej sieci OOH, która liczy sobie już ponad 100 tysięcy lokalizacji. W 2023 roku firma otrzymała prestiżową nagrodę Fundament, przyznaną innowacyjnym i prężnie rozwijającym się instytucjom, mającym duży wpływ na polską gospodarkę. DHL eCommerce Polska został nagrodzony także wyróżnieniem „Złote Innowacje” za nowoczesne i zaawansowane technologicznie Międzynarodowe Centrum Logistyczne DHL. Firma znalazła się na czele listy Najlepszych Miejsc Pracy w Polsce w rankingu Great Place to Work 2023. Jest również wielokrotnym laureatem wyjątkowego wyróżnienia Quality International.

