

online

Udział bezpłatny

23 września 2025

CROSS-BORDER E-COMMERCE

wstęp bezpłatny



CEL

Według dostępnych danych, w **2024 roku sprzedaż transgraniczna stanowiła już ok. 17 proc. całkowitej sprzedaży polskich sprzedawców internetowych**, co oznacza wzrost o blisko 14 proc. rok do roku. Prognozy na najbliższe lata wskazują na dalszy dynamiczny rozwój, szczególnie na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej oraz krajów skandynawskich. Ekspansję napędzać będą rosnące zaufanie konsumentów, rozwój logistyki oraz automatyzacja obsługi klienta. Te statystyki pokazują rosnącą rolę sprzedaży międzynarodowej w polskim e-commerce i podkreślają znaczenie strategii cross-border dla dalszego rozwoju sektora.

Zapraszamy do udziału w konferencji poświęconej cross-border e-commerce, która stanowi platformę wymiany wiedzy, doświadczeń i inspiracji dla firm rozwijających sprzedaż zagraniczną. Podczas konferencji **porozmawiamy o szansach, wyzwaniach i strategiach skutecznej ekspansji międzynarodowej**.

Do udziału w wydarzeniu zachęcamy:

- właścicieli sklepów internetowych planujących ekspansję zagraniczną
- 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

Wtorek, 23 września

SKUTECZNA STRATEGIA CROSS-BORDER. Jak zacząć?

09:45 - 09:55

Otwarcie kongresu

 Kinga Jurga, moderator, Puls Biznesu

 Beata Tomaszewicz, moderator, Puls Biznesu

10:00 - 10:25

Deglobalizacja i wojna celna - z kim najbardziej dziś optaca się handlować?

 Kamil Bąkowski, Lead Generation & Performance Marketing Manager, IdoSell

- Jak wybrać odpowiedni rynek zagraniczny dla swojego biznesu w warunkach coraz większych ograniczeń dla wolnego handlu?
- Najbardziej popularne kierunki ekspansji dla polskiego e-commerce w 2025
- Analiza przyszłych klientów i konkurencji

10:30 - 10:55

Jak skutecznie wejść na rynki zagraniczne - obsługa klienta w praktyce

 Kamil Grabowski, Key Account Manager, IdoSell

- Jak zyskać zaufanie klientów w innym kraju - prawo, zwroty, płatności i logistyka jako fundament cross-border
- Nowoczesne narzędzia AI dla tłumaczeń, personalizacji i automatyzacji
- Kluczowe aspekty wejścia na nowe rynki i obsługi zagranicznych klientów - kontakt, SEO, dopasowany marketing

11:00 - 11:25

Sprzedaż na marketplace - Europa w zasięgu kilku kliknięć

 Agata Jasińska, menedżerka ds. usług handlowych, Amazon.pl

- Jeden adres, setki milionów klientów - strategia skutecznej sprzedaży w e-handlu
- E-eksport made by polskie marki na Amazon, czyli case study rodzimych przedsiębiorców
- Fulfilment by Amazon - oferta „all inclusive” dla sprzedawców w e-commerce



CASE STUDY #1

11:30 - 12:00

SAVICKI - nowoczesna marka jubilerska łącząca tradycję z innowacyjnością

 *Tomasz Osman, prezes zarządu, SAVICKI*

Druga próba ekspansji SAVICKI zaczęła się nie od planu sprzedaży, ale od słuchania klientów, rynku i lokalnych partnerów. Dziś marka jubilerska z Polski działa na 8 rynkach Europy Środkowo-Wschodniej, stawiając na relacje, emocje i zaufanie, które w tej branży znaczą więcej niż najlepsza automatyzacja. Za sukcesem stoją lokalne zespoły i decyzje oparte na danych, ale też odwaga, by przyznać, że jeden model nie działa wszędzie. To historia skalowania z wyczuciem i zrozumieniem, że w e-commerce zagranicznym „globalne” zawsze zaczyna się od „lokalnego”.

12:00 - 12:10

PRZERWA

ROZWIJAJ SPRZEDAŻ ZAGRANICZNĄ. Sprawne płatności i przesyłki, potencjał SoMe

12:10 - 12:35

Rola płatności w skutecznej strategii e-commerce

 *Daniel Blumczyński, Head of SMB Sales Development and Partnerships, członek zarządu, PayU*

- Największe wyzwania związane z obsługą transgranicznych płatności z perspektywy merchanta
- Rozwiązania płatnicze ułatwiające sprzedaż cross-border
- Jak optymalizować płatności, aby mieć więcej pozytywnie zakończonych transakcji cross-border

12:40 - 13:05

Piękny e-commerce - jak sprzedawać fashion i beauty w internecie

 *Kamila Gębik, założycielka, KAMMEDIA.PL*

- Trendy dla branży fashion & beauty
- Popularność polskich marek modowych i kosmetycznych poza Polską
- Strategie sprzedaży w SoMe

13:10 - 13:35

Dobra logistyka w modelu cross-border

 *Cezary Falkiewicz, Crossborder Sales and Network Manager, GlobKurier*

- Cross-border w praktyce: szybka dostawa i skuteczne zarządzanie zwrotami w e-commerce
- Wyzwania przesyłek transatlantyckich - jak nowa polityka celna USA wpływa na e-commerce w Polsce?



CASE STUDY #2

13:40 - 14:10

Wszystko dla motocykli - z Łańcuta do ponad 20 krajów

 Sławomir Cebulak, partner, Gmoto.pl

Gmoto.pl to sklep motocyklowy, który od 15 lat sprzedaje w Polsce części, odzież, kaski i opony dla jednośladów i ich kierowców.

Po 2-letnich przygotowaniach do cross-border, w 2023 roku firma uruchomiła sprzedaż w ponad 20 krajach Europy.

POWER SPEECH

14:15 - 14:45

Live Commerce: globalny trend dla tych, którzy mają dobrą reputację... pracowników

 Marcin Banaszkiewicz, CEO, my logo

CASE STUDY #3

14:50 - 15:20

Wyjście na 14 rynków zagranicznych - błędy, które kosztowały ich setki tysięcy złotych.

 Piotr Szyszka, założyciel i współwłaściciel, Tortli.pl

 Michał Broś, założyciel i współwłaściciel, Tortli.pl

Tortli.pl to e-commerce, który sprzedaje i produkuje personalizowane prezenty w Polsce i na rynkach zagranicznych. W 4 lata Tortli.pl pozyskało blisko 400 000 klientów.

15:20 - 15:30

Zakończenie kongresu

 Beata Tomaszek, moderator, Puls Biznesu

 Kinga Jurga, moderator, Puls Biznesu





PRELEGENCI



Tomasz Osman

prezes zarządu SAVICKI

Tomasz Osman to prezes zarządu i współwłaściciel marki SAVICKI, renomowanej firmy jubilerskiej, która z powodzeniem łączy e-commerce, retail oraz emocje, tworząc jednocześnie unikalne doświadczenia zakupowe. Jego doświadczenie, również w strategiach online, przyczyniło się do transformacji SAVICKI w nowoczesną markę jubilerską, łączącą tradycję z innowacyjnością. Pod jego kierownictwem firma rozszerzyła działalność na rynki międzynarodowe, wprowadzając przełomowe rozwiązania, takie jak stół TryOn, umożliwiający klientom przymierzanie biżuterii bez udziału konsultantów. Specjalizuje się w tworzeniu strategii sprzedaży i optymalizacji procesów biznesowych, a jego decyzje zawsze opierają się na rzetelnych danych, ponieważ to fakty, a nie opinie, mają największe znaczenie. Jest absolwentem Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.



Kinga Jurga

moderator Puls Biznesu



Agata Jasińska

menedżerka ds. usług handlowych Amazon.pl





Beata Tomasziewicz

moderator Puls Biznesu



Sławomir Cebulak

partner Gmoto.pl

marketingowiec, programista, od 12 lat partner sklepu motocyklowego Gmoto.pl



Kamila Gębik

założycielka KAMMEDIA.PL

Ekspertka w zakresie szkoleń, strategii marketingowej, audytu, analizy danych i rekomendacji narzędzi sprzedażowych dla e-sklepów. W ramach swojej działalności zbudowała portfolio i ekosystem składający się z ponad 100 firm. Pomysłodawczyni i organizatorka konferencji: „Zwiększ Sprzedaż E-commerce”, „Przyszłość e-commerce”, „E-commerce na wodzie” i „Napędzamy e-commerce”, a także konkursu i gali „Osobowość e-commerce”. Autorka książek: „Piękny e-commerce. Jak sprzedawać fashion i beauty w Internecie?”; „Przyszłość e-commerce dla fashion i beauty”; „Zwiększ sprzedaż e-commerce. Jak skalować biznes fashion i beauty w Internecie?”. Laureatka nagrody Osobowość Roku 2025 (Certyfikacja Krajowa), Diament Tygrysa Biznesu, 2024 za działalność e-commerce. Laureatka Polskiej Nagrody Inteligentnego Rozwoju 2024 za wyróżniającą się działalność związaną z obsługą e-commerce w branżach fashion, beauty i nowych technologii. Laureatka Polskiej Nagrody Inteligentnego Rozwoju 2023 w kategorii Kobieta Przyszłości.



Kamil Bąkowski

Lead Generation & Performance Marketing Manager IdoSell

Ekspert marketingu i e-commerce, odpowiada za działania marketingowe w IdoSell – wiodącej platformie e-commerce w Polsce. Występuje w odcinkach kanału GOinternational na YouTube, gdzie wspiera polskie sklepy w ekspansji zagranicznej. Prowadzi także podcast „Śniadanie z e-commerce”, gdzie porusza tematy związane z trendami i strategiami w handlu online.





Kamil Grabowski

Key Account Manager IdoSell

Od ponad czterech lat związany z IdoSell – wiodącą platformą e-commerce w Polsce. Jako ekspert ds. e-commerce i Key Account Manager, odpowiada za współpracę z największymi i najbardziej wymagającymi klientami platformy. Wspiera strategicznych partnerów w rozwoju biznesu na rynku krajowym oraz w procesach ekspansji międzynarodowej, zarówno w modelu B2B, jak i B2C, łącząc praktyczną wiedzę o funkcjonowaniu systemów e-commerce z doświadczeniem w marketingu internetowym. Posiada również wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu skutecznych kampanii reklamowych, dzięki czemu pomaga klientom w osiąganiu kluczowych celów biznesowych i marketingowych.



Marcin Banaszkiewicz

CEO my logo

Marcin Banaszkiewicz, Trener LinkedIn. Jest autorem jedyne w Polsce szkolenia z LinkedIn: Strategia Marki Personalnej. Tworzy i wdraża programy Social Selling i Employee Advocacy w największych i najmniejszych firmach na świecie. Jest twórcą Społeczności H2H ♥ i wykładowcą akademickim z zakresu Social Mediów. Na co dzień wspiera osoby, które do ekspozycji swojej reputacji w przestrzeni publicznej chcą wykorzystać portal LinkedIn. Uczy tego, jak szybko i skutecznie zrealizować swoje cele zawodowe, dzięki komunikacji „jeden do wielu”. Pokazuje możliwości portalu LinkedIn w procesach poszukiwania pracy i pozyskiwania najlepszych talentów na rynku. Uczy sprzedawać nawet tych, którzy tego nie lubią. Jest twórcą #SzczytuH2H ♥ i Dnia Wsparcia Osób z Niepełnosprawnościami w Biznesie.



Cezary Falkiewicz

Crossborder Sales and Network Manager GlobKurier

Menedżer sprzedaży z ponad 20-letnim doświadczeniem w logistyce, e-commerce i usługach cross-border. Przez lata rozwijał sprzedaż i zarządzał zespołami w GLS oraz w Bpost Group (Landmark Global), odpowiadając za strategię i ekspansję w regionie CEE. Obecnie pełni funkcję Crossborder Sales and Network Manager w GlobKurier, gdzie odpowiada za rozwój usług transgranicznych dla branży e-commerce.





Daniel Blumczyński

Head of SMB Sales Development and Partnerships, członek zarządu PayU

Daniel Blumczyński związany jest z PayU S.A. od 2014 roku, obecnie jako Członek Zarządu odpowiadający za rozwój sprzedaży, małe i średnie przedsiębiorstwa oraz Program Partnerski. Wcześniej zajmował się także rozwojem usług finansowych i acquiringu PayU. Posiada ponad 17 lat doświadczenia w branży finansowej, będąc zawsze związanym z płatnościami, zarówno od strony wydawcy instrumentów płatniczych, jak i ich akceptacji. Przygodę z bankowością i finansami rozpoczął w GE Money, a następnie Banku BPH, odpowiadając za rozwój produktu i wydawnictwo kart płatniczych. Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu na kierunku Zarządzanie. Ponadto otrzymał dyplom studiów podyplomowych z zakresu Finansów i Rachunkowości. Prywatnie zapalony miłośnik sportu, w szczególności koszykówki, którą uprawiał zawodowo, mając zaszczyt być reprezentantem Polski.



Piotr Szyszka

założyciel i współwłaściciel Tortli.pl



Michał Broś

założyciel i współwłaściciel Tortli.pl





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

online

Online
online

Partner



Amazon

Amazon działa w Polsce od 2014 r. W latach 2012-2023 firma zainwestowała w kraju ponad 30 mld zł, tworząc m.in. ok. 70 tys. bezpośrednich i pośrednich miejsc pracy, 11 centrów logistycznych, biura korporacyjne, Amazon Web Services (AWS), Centra Rozwoju Technologii (ADCP) oraz działalność Amazon.pl.

Idosell.

IdoSell to zaawansowana technologicznie platforma e-commerce dla profesjonalistów. IdoSell oferuje nie tylko gotowe oprogramowanie do prowadzenia sklepu, lecz także kompleksowy ekosystem usług – od integracji z dostawcami i płatnościami, przez narzędzia cross-border i multistore, po wsparcie techniczne i automatyzację. Z IdoSell sprzedają znane marki m.in. Poszetka, 4FIZJO, Foods by Ann, Forever, Karakter, Olivier i tysiące innych. Łączna wartość sprzedaży w IdoSell przekracza 16 mld zł rocznie (GMV).



22 333 98 25



konferencje@pb.pl

(63560)