

Online

Udział bezpłatny!

27 września 2022

Marka w digitalowej rzeczywistości

wstęp bezpłatny



CEL

Konsumenci wymagają od marek wzniesienia się na nowy poziom dojrzałości cyfrowej, by lepiej rozumieć ich potrzeby i szybciej na nie reagować. Szybko zmieniające się otoczenie, a wraz z nim wymagania klientów w sieci, stawiają przed szefami marketingu coraz więcej wyzwań. Przewagę konkurencyjną w takiej cyfrowej rzeczywistości buduje się dziś najskuteczniej w oparciu o doskonalenie doświadczeń klientów z marką.

<p>01</p> <p>Co sprawia, że jedne marki podbijają serca i portfele cyfrowych konsumentów w sieci, a innym to się nie udaje?</p>	<p>02</p> <p>Co konsumenci cenią w komunikacji digitalowej marek?</p>	<p>03</p> <p>Co sprawia, że konsumenci chcą częstszych interakcji z markami, a w których przypadkach komunikacja cyfrowa osiąga efekt odwrotny - nie budzi zaufania lub jest zbyt natrączywa?</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Na te pytania odpowiemy wraz z ekspertami w dziedzinie komunikacji digital marketingowej podczas naszej konferencji, **na którą zapraszamy szefów marketingu marek konsumenckich.**

Spotkanie będzie ogólnopolską premierą badania i rankingu Digital Friendly Brand Index.

Badanie zostało zrealizowane przez DELVE Partners - międzynarodową firmę doradczą wyspecjalizowaną w digital marketingu oraz polską agencję badawczą PBS. Celem tego unikalnego w skali kraju badania było zrozumienie, co konsumenci cenią dziś najbardziej w komunikacji cyfrowej z markami, a co zwyczajnie im się nie podoba. Na podstawie tej wiedzy powstała definicja marki „digital friendly”, czyli takiej, która cieszy się sympatią, a co za tym idzie, również lojalnością swoich klientów.

Marka w digitalowej rzeczywistości - jak budować skuteczną komunikację z klientami

Raport podsumowujący badanie zawiera ranking firm, które konsumenci ocenili jako najbardziej przyjazne w wielokanałowej komunikacji cyfrowej - Digital Friendly Brand Index.

Program konferencji dla **Liderów Marketingu** marek konsumenckich



01

Ogólnopolska premiera
raportu i rankingu
Digital Friendly Brand Index

02

Co to znaczy być "digital friendly" -
perspektywa konsumentów i marek
liderów rankingu TOP 10
Digital Friendly Brand Index

03

Fakty i mity: personalizacja okiem
konsumenta - jak spersonalizować
działania marketingowe, by odpowiadać
na potrzeby konsumentów i przełożyć
je na lojalność

04

Dane i technologia
w służbie budowania wizerunku marki
"digital friendly" i skutecznej
personalizacji

Zgłoś udział ▶



22 333 98 25



konferencje@pb.pl

(12987)

Premiera raportu i rankingu marek,
które podbiły serca konsumentów
w digitalowej rzeczywistości

2000 ankietowanych
TOP 10 liderów marketingu



O raporcie



Marka w digitalowej rzeczywistości - jak budować skuteczną komunikację z klientami



PROGRAM

Wtorek, 27 września

09:55 - 10:00


Otwarcie konferencji

 *Prowadząca: Beata Tomasziewicz, dziennikarka, Puls Biznesu*

- prezentacja przebiegu konferencji
- przedstawienie ekspertów

10:00 - 10:30

[PANEL DYSKUSYJNY] Marka w digitalowej rzeczywistości - jak budować skuteczną komunikację z cyfrowymi klientami

 *Beata Tomasziewicz, dziennikarka, Puls Biznesu*

 *Rafał Borkowski, Zastępca Dyrektora Marketingu Bankowości Detalicznej, mBank*

 *Wojciech Pawlik, Chief Marketing Officer, morele.net*

 *Daniel Przemęcki, Head of Category, Brand and Media Marketing Poland, AVON*

10:30 - 11:00

Które marki na polskim rynku są digital friendly i podbijają serca konsumentów? [RAPORT Digital Friendly Brand Index]

 *Prelegentka: Anna Sierakowska, Global Head of Marketing, DELVE Partners*

 *Prelegentka: Aleksandra Morawska-Wagner, Key Account Manager, PBS Sp. z o.o.*

- ogólnopolska premiera raportu Digital Friendly Brand Index
- co charakteryzuje marki digital friendly wg polskich konsumentów?
- ile komunikatów marketingowych dla klienta tygodniowo to za dużo, czyli co robią, a czego unikają marki uznane przez konsumentów za przyjazne cyfrowo?
- dlaczego personalizacja to już nie tylko trend rynkowy, a realne oczekiwanie konsumentów?

11:00 - 11:15

[KEYNOTE SPEECH] Digital friendly brand w praktyce - jak rozpędzić maszynę marketingową zorientowaną na większy wzrost i przychody?

 *Greg Sobiech, Global CEO and Founder, DELVE Partners*

- personalizacja komunikacji marketingowej - światowe trendy vs. polska rzeczywistość
- personalizacja w świecie bez cookies, czyli rola 1st party data w digital marketingu
- od klientocentryczności do personalizacji - jak dane i technologia współpracują na rzecz udoskonalania podróży klienta z marką?



22 333 98 25



konferencje@pb.pl


(12987)

Marka w digitalowej rzeczywistości - jak budować skuteczną komunikację z klientami

- jakie korzyści biznesowe odnoszą firmy skutecznie personalizujące komunikację z konsumentami i klientami?

11:15 - 11:30


Jak dane własne napędzają skuteczne strategie marketingowe? Cyfrowa transformacja marketingu dzięki Customer Data Platform

 *Michał Wrąbel, Data Science Team Lead, DELVE Partners*

- wszystko, co musisz wiedzieć o swoich klientach: czym są Customer Data Platforms i dlaczego to najlepszy punkt cyfrowej transformacji marketingu?
- jakiego rodzaju wiedzę możesz uzyskać z połączenia danych marketingowych w chmurze?
- mikrosegmentacja, personalizacja i sztuczna inteligencja w służbie optymalizacji cyklu życia klienta - jakiego rodzaju projekty możesz uruchomić, posiadając CDP?
- w jaki sposób zbierać i aktywować dane w chmurze - od czego zacząć i jakich korzyści biznesowych się spodziewać?

11:30 - 12:00

Jak skuteczna personalizacja zwiększa przychody ze sprzedaży w ecommerce? [CASE STUDY morele.net]

 *Michał Wrąbel, Data Science Team Lead, DELVE Partners*

 *Marcin Adamowski, Sales Executive, Chmura Krajowa*

12:00 - 13:00

Marka digital friendly - perspektywa liderów rynku

 *Prowadząca: Anna Sierakowska, Global Head of Marketing, DELVE Partners*

 *Adam Jankowski, E-Commerce Integration Manager, IKEA Retail Polska*


 *Małgorzata Półjanowicz, Head of B2B, Europa Ubezpieczenia*

 *Maciek Jędrychowski, KFC Digital & Marketing Director, AmRest*

 *Wioletta Łada-Szewczenko, Dyrektor ds. digital marketingu oraz badań, PZU*

13:00 - 13:15

Podsumowanie konferencji

 *Beata Tomaszekiewicz, dziennikarka, Puls Biznesu*





PRELEGENCI



Rafał Borkowski

Zastępca Dyrektora Marketingu Bankowości Detalicznej mBank

Menedżer z ponad 20-letnim doświadczeniem w branży finansowej, odpowiedzialny za działania związane z komunikacją i budową marki, skierowanymi do segmentu klienta młodego i zamożnego. Zarządza również programem rabatowym mOkazje.



Adam Jankowski

E-Commerce Integration Manager IKEA Retail Polska

Z kategorią marketingu oraz e-commerce związany od 18 lat. Posiada doświadczenie w pracy po obu stronach barykady, zarówno w sieciowych agencjach reklamowych (TBWA, EURO RSCG), jak i po stronie klienta (T-Mobile, Play, PZU). Jego głównym wyzwaniem, było i jest nadal, budowanie pozycjonowania, monetyzacja oraz rozwój kanału online jako kluczowego komponentu całościowego ekosystemu marki. Od 7 lat realizuje się w pracy dla IKEA Polska na stanowiskach managerskich, zarówno w marketingu jak i e-commerce. W trakcie tego okresu był odpowiedzialny za wiele przełomowych projektów, które w ostatnich latach przyczyniły się do sukcesu marki na naszym rynku. Znalazły one również uznanie w branżowych konkursach i wydarzeniach: o Złote Effie 2018 / MARKETING & BUSINESS SOLUTIONS – Cyfrowa transformacja marki; o Srebrne Effie 2018 / PERFORMANCE MARKETING - IKEA Family Kampanie eCommerce; o Złote Effie 2016 / BRAND EXPERIENCE - Kuchnia Spotkań IKEA; o Brązowe Effie 2016 / RETAIL - Balkon magiczny i praktyczny (Kampania); o Brązowe Effie 2016 / TECHNOLOGY & INNOVATION - Program lojalnościowy IKEA Family; o Złote MIXX 2016 / SOCIAL COMMUNITY BUILDING - Kuchnia Spotkań IKEA. Prywatnie uwielbia żeglować, gra w ligowych rozgrywkach tenisa ziemnego. Jest szczęśliwym ojcem dwóch córek oraz opiekunem dwóch psiaków.



Maciek Jędrzychowski

KFC Digital & Marketing Director AmRest

Jest związany z AmRest od 2007 roku. Od 2013 roku, w roli Marketing Project Managera, zaangażowany w stworzenie oraz rozwój biznesu KFC Delivery. Od 2015 roku Digital Manager, a następnie KFC Digital Director, odpowiedzialny za budowę i umacnianie pozycji marki KFC jako restauracyjnego lidera w segmencie e-commerce & self-ordering w regionie CEE.





Daniel Przemęcki

Head of Category, Brand and Media Marketing Poland AVON

Daniel Przemęcki jest marketingowcem i liderem biznesu z 15-letnią praktyką w branży FMCG. Karierę rozpoczął w Unilever, w dziale marketingu kategorii Foods, a następnie Home oraz Personal Care. Pełnił także funkcję Key Account Managera zdobywając szerokie i cross-funkcyjne doświadczenie w komercyjnych obszarach biznesu. Po Unilever, kolejne 11 lat Daniel spędził w Danone, gdzie przeszedł pełną ścieżkę kariery od Junior Brand Managera do Dyrektora Marketingu. Przez ostatnie 2 lata w firmie, Daniel zbudował silny lokalny zespół marketingu, który skupiając się na priorytetowych markach przywrócił biznes Danone na ścieżkę wzrostu. Pracował z międzynarodowymi liniami produktów (Activia, Actimel i Alpro) oraz liderami rynku polskiego (Danio, Fantasia), a także odpowiadał za prowadzenie marki Activia w regionie Europa Centralna i Kraje Nordyckie. W marcu 2022 Daniel dołączył do Avon Cosmetics Poland na stanowisko Head of Category, Brand and Media Marketing Poland. Z ogromną pasją zarządza kategorią Beauty, odpowiadając za brand marketing i strategię mediowa, tworząc wraz z zespołem nowy rozdział w historii rozwoju wizerunku Avon – firmy, która nieustannie od 30 lat w Polsce stoi po stronie kobiet. Jak ojciec dwóch córek, Danie czuje się szczególnie związany z misją Avon, którą jest tworzenie lepszego świata dla kobiet, a tym samym dla nas wszystkich.



Wojciech Pawlik

Chief Marketing Officer morele.net



Małgorzata Półjanowicz

Head of B2B Europa Ubezpieczenia

Jest związana z branżą finansową od ponad 15 lat. Przed dołączeniem do Europy kierowała sprzedażą B2B w Metlife Polska. Wcześniej jako dyrektor departamentu sprzedaży do kluczowych klientów instytucjonalnych, odpowiadała za współpracę Metlife z kluczowymi partnerami w segmentach affinity i bancassurance. W latach 2011-2013 pracowała dla BGŻ Optima, gdzie jako menadżer odpowiedzialny za sprzedaż bezpośrednią i obsługę klientów, przygotowała start bankowego start-upu, a następnie realizowała projekty sprzedażowe i obsługowe. Wcześniej była związana z Toyota Bankiem. Jest absolwentką Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Ukończyła także podyplomowe studia Zarządzania Projektami.





Wioletta Łada-Szewczenko

Dyrektor ds. digital marketingu oraz badań PZU

Specjalizuje się w analizowaniu i budowaniu strategii biznesowych oraz wyborze optymalnych rozwiązań wspierających rozwój firm poprzez łączenie mediów, technologii i danych. Ekspert nowych mediów i diagnosta potrzeb analitycznych z obszaru digital z wieloletnim doświadczeniem w branży. Absolwentka programu MBA Digital Transformation w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. Obecnie Dyrektor ds. digital marketingu i badań w Grupie PZU, gdzie odpowiada za obszar badań marketingowych marki oraz badań rynku, strategii rozwoju sprzedaży produktów PZU online oraz kreacji marki. Wcześniej m.in. Head of Data Business Intelligence Poland w Havas Group oraz Performance Marketing Director w Starcom Mediavest Group (Publicis Group). Autorka artykułów i komentarzy oraz prelegent wydarzeń branżowych. Prywatnie zaangażowana w kreatywne wychowywanie swojej czwórki dzieci.



Greg Sobiech

Global CEO and Founder DELVE Partners

Założyciel i CEO Delve Partners - globalnej firmy doradczej wyspecjalizowanej w digitalizacji działań marketingowych w oparciu o dane i technologię. Ekspert i entuzjasta digital marketingu z ponad 20-letnim doświadczeniem w pracy zarówno w roli szefa marketingu amerykańskiego oddziału Bath & Body Works czy po stronie amerykańskich agencji marketingowych takich jak Digitas czy Interactive One. Świadomy znaczenia danych i technologii w marketingu i mediach ostatnie 10 lat rozwija własną firmę doradczą, w której pomaga klientom z różnych branż aktywizować dane i technologię w procesach transformacji marketingu.



Anna Sierakowska

Global Head of Marketing DELVE Partners

Szefowa globalnego marketingu w firmie DELVE Partners, firmy doradczej wyspecjalizowanej w cyfrowej transformacji marketingu w oparciu o dane i technologię. Ekspertka z 10 letnim doświadczeniem w budowaniu i realizowaniu strategii marketingowych dla międzynarodowych firm doradczych takich jak Simon-Kucher & Partners czy OC&C Strategy Consultants. W pracy skutecznie łączy swoją wiedzę z zakresu marketingu B2B z najbardziej aktualną wiedzą konsumencką budowaną przez firmy, które wspiera.





Aleksandra Morawska-Wagner

Key Account Manager PBS Sp. z o.o.

Od 16 lat związana zawodowo z badaniami marketingowymi. Swoje doświadczenie zdobywała jako badacz potem jako kierownik zespołu, specjalizującego się w badaniach standardów obsługi klientów. Obecnie pełni rolę Key Account Managera w PBS prowadząc strategiczne projekty dla spółki. Prowadzi zarówno projekty ilościowe, jak i jakościowe dotyczące szeroko rozumianego Customer Experience. Autorka m.in. takich wystąpień jak „Z czym do Klienta? Czyli o dwubiegowości CEX” oraz „Need4shopping – analiza doświadczeń klientów”. Jej główni klienci działają w sektorze telekomunikacyjnym, finansowym, odzieżowym, FMCG oraz energetycznym. Obszarem jej szczególnych zainteresowań pozostają badania jakości obsługi klienta oraz satysfakcji klientów, gdzie ciągle odkrywa nowe obszary do analiz. Absolwentka UG na kierunkach Socjologia oraz Filozofia. Certyfikowany trener na kierunku Train the Trainers. Prywatnie entuzjastka sportów wodnych ze szczególnym naciskiem na pływanie stylem klasycznym.



Michał Wrąbel

Data Science Team Lead DELVE Partners

Ekspert DELVE w obszarze aktywacji danych w marketingu, szczególnie w obszarze digital. Na co dzień łączy zaawansowaną wiedzę analityczną i IT z praktycznymi rozwiązaniami biznesowymi dla klientów, pomagając im osiągać mierzalne cele, takie jak wyższy ROI, ROAS, czy wzrost przychodów z działań marketingowych. Michał specjalizuje się w planowaniu i wdrażaniu rozwiązań wykorzystujących sztuczną inteligencję w marketingu i w e-commerce. Certyfikowany Google Cloud Professional Data Engineer.



Marcin Adamowski

Sales Executive Chmura Krajowa

Pracuje na styku biznesu i technologii. Z Chmurą Krajową związany od 2020 r. Współpracuje z różnymi typami organizacji – od startupów, przez małe i średnie firmy po duże przedsiębiorstwa, pomagając klientom w przekształcaniu, rozwijaniu i ulepszaniu modeli biznesowych, dzięki technologii dostępnej w chmurze obliczeniowej.



Beata Tomasziewicz

dziennikarka Puls Biznesu



Marka w digitalowej rzeczywistości - jak budować skuteczną komunikację z klientami



KONTAKT




MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Beata Tomasziewicz

Project Manager - dziennikarz

 48223339751


 b.tomaszkiewicz@pb.pl

Współpraca



Katarzyna Dzedzic

Marketing Manager

 22 333 98 26

 k.dzedzic@pb.pl

Szczegółowa lokalizacja wkrótce

Online

Organizator



Współorganizator



22 333 98 25



konferencje@pb.pl

(12987)

DELVE

Partner



Partner badawczy



Patron





DELVE Partners

“From data and technology to customer centric marketing strategy”. Międzynarodowa firma doradcza wyspecjalizowana w łączeniu danych i technologii w cyfrowym marketingu i reklamie. Firma dzięki hybrydowemu modelowi doradztwa pomaga globalnym markom, takim jak Gerber Life Insurance, UNICEF, Generali USA, Tupperware czy Hebe w Polsce łączyć 3 kluczowe w transformacji marketingu kompetencje: data science, integrację technologii oraz digital marketing i reklamę, aby zoptymalizować działania marketingowe i odkrywać nowe możliwości uzyskania wysokich przychodów. DELVE specjalizuje się w strategiach aktywizacji danych własnych w marketingu, czy rozwiązaniach typu cloud for marketing. Jest certyfikowanym partnerem Google Marketing Platform, partnerem Google Cloud Certified Services. Tylko w tym roku firma zdobyła tytuł Google Cloud Partner of The Year in Marketing Analytics w USA.

Chmura krajowa

Chmura Krajowa jest dziś najbardziej wyspecjalizowanym dostawcą rozwiązań chmurowych na polskim rynku. Działa w modelu multicloud oferując zarówno własne produkty i usługi w ramach Platformy Chmury Krajowej, jak i rozwiązania swoich strategicznych partnerów, globalnych dostawców chmury publicznej, m.in. Google. Więcej informacji: chmurakrajowa.pl

