Tytuł: Przyszłość Retail w epoce cyfrowej: optymalizacja, innowacje i strategie budowania lojalności klienta

23 października 2023 r. w hotelu Sofitel Warsaw Victoria odbyła się [**5. edycja RetailTec Congress**](https://retailteccongress.pl/). Podczas wydarzenia ponad 400 uczestników wysłuchało wystąpień oraz debat z udziałem najbardziej cenionych ekspertów w branży retail – prezesów i członków zarządu kluczowych dla rynku podmiotów, przedstawicieli firm technologicznych oraz instytucji doradczych.

Kongres uroczyście otworzyły Współprzewodniczące [Rady Programowej](https://retailteccongress.pl/rada-programowa/): Renata Juszkiewicz, Prezes Zarządu POHiD, Wiceprezydent EuroCommerce oraz Agnieszka Kubera, Country Managing Director, Accenture Poland. Podczas debaty inauguracyjnej prezesi sieci handlowych i eksperci branży retail rozmawiali o znaczeniu optymalizacji w biznesie, rozważając jednocześnie pułapki jakie wiążą się z jej nadmiernym stosowaniem. Podkreślono, że kluczem jest znalezienie równowagi między optymalizacją a inwestycjami i innowacjami. Zwrócono uwagę na nowe modele biznesowe i wyzwania branży w trudnych czasach, optymalizację kosztową, długookresowe działania w procesach biznesowych prowadzące do budowania wartości firmy oraz racjonalizację kosztów przy wykorzystaniu technologii.

“*Technologia i ludzie to nie są rzeczy konkurencyjne, one są super komplementarne i bardzo się cieszę, że w tym kontekście padło ze sceny sporo informacji na temat tego jak ważna jest kultura przedsiębiorstw i jak ważna jest praca nad wypracowaniem odpowiednich wzorców, czyli takich jak brak obawy przed porażką, eksperymentowanie, testowanie nowych rozwiązań.*” - skomentował Jacek Palec, CEO, Frisco.pl.

Myślą przewodnią kongresu była szeroko rozumiana optymalizacja: zarówno w zakresie racjonalizacji kosztów, usprawnienia procesu doświadczenia zakupowego, jak i inwestycji    w przyszłość, jaką są technologie i innowacje. Kolejne panele agendy kongresu podzielone zostały właśnie na te trzy obszary tematyczne:

1. Zwiększenie konkurencyjności dzięki optymalizacji
2. Focus na klienta i jego lojalizację
3. Kierunek - innowacje

Dyskusję w ramach pierwszego obszaru rozpoczęto od tematu zarządzania cenami i optymalizacji marży. Debata ekspertów koncentrowała się na wykorzystaniu automatyzacji w celu zwiększenia zysków w firmie, ze szczególnym uwzględnieniem praktyk cenowych, strategii optymalizacji cen i integracji kanałów handlu stacjonarnego i online. Przeanalizowano również znaczenie analizy ścieżki zakupowej klienta, korzyści i wyzwania związane z wejściem na rynek Marketplace, kluczowe procesy do automatyzacji oraz wyzwania związane z transformacją cyfrową.

*“Przede wszystkim należy się skupić na automatyzowaniu procesów służących promowaniu oferty (...) po to, żeby lepiej dostosować content do potrzeb klienta.*” - mówiła Ewa Starkiewicz, Heaf od Digital, Leroy Merlin.

Następnie prelegenci skupili się na zagadnieniach związanych z budowaniem i zarządzaniem relacjami z klientem w dobie cyfryzacji. Skomentowali potrzeby klienta  w  erze cyfrowej, ze szczególnym naciskiem na dostosowywanie doświadczenia klienta (CX) i personalizację zakupów. Rozmawiali też o tym jak technologia może zwiększać wartość koszyka zakupowego, maksymalizować marże i budować lojalność klienta. Dodatkowo, eksperci omówili znaczenie bezpieczeństwa w cyfrowym procesie zakupowym oraz jak rozwijające się metody płatności wpływają na komfort i pewność klienta podczas zakupów online.

W ramach bloku poświęconego innowacjom, prelegenci pochylili się nad rolą technologii w poprawie wydajności operacyjnej w handlu detalicznym oraz innowacjach kształtujących przyszłość tej branży. Dyskutowano o znaczeniu budowania kultury innowacyjności w firmie i wykorzystywaniu nowych technologii, takich jak AI, VR, Chat GPT czy blockchain, w celu przyspieszenia rozwoju handlu.

*“Potencjał technologii można wykorzystać przede wszystkim w kilku obszarach: do redukcji kosztów prowadzenia naszej działalności biznesowej, do redukcji czasu jakiego potrzebujemy do tego, aby wypuścić na rynek nowe rozwiązania tudzież poprawić nowe doświadczenia klienta, żeby zwiększyć sprzedaż i zwiększyć produktywność naszych pracowników”* - mówił Dawid Szymula, Field Sales Representative, Google Cloud.

Podkreślono również wagę zielonej transformacji, obejmującej efektywność energetyczną i odpowiedzialne zarządzanie dostawami, jako kluczowego elementu współczesnej strategii biznesowej. Nie zabrakło wątku związanego z zarządzaniem szeroko rozumianym supply chainem m.in. optymalizacją zarządzania dostawami, integrowaniem całych łańcuchów wartkości oraz perspektywami przemysłu logistycznego.

Praktycznym odniesieniem do omówionej przez prelegentów tematyki była sesja *Best practice sharing*, obrazująca przykłady zastosowania strategii i narzędzi w praktyce. Eksperci zaprezentowali *case studies* rozwiązań zastosowanych w polskim handlu, których efektem jest optymalizacja kosztów, skuteczne budowanie lojalizacji klienta oraz zwiększenie konkurencyjności poprzez wykorzystanie innowacji. Rozmawiali także na temat automatyzacji procesów dzięki wykorzystaniu danych oraz wskazali kierunki działania do utrzymania długofalowych relacji z klientem.

W gronie [prelegentów 5. RetailTec Congress](https://retailteccongress.pl/prelegenci/) wystąpili m.in.:

* Jacek Palec, CEO, Frisco.pl
* Edyta Tkaczyk, Prezes, E.Leclerc Lublin
* Marcin Walendowski, Managing Director Finance, Board Member, Media Saturn Holding Polska
* Janusz Włodarczyk, Członek Zarządu ds. Sprzedaży, Lidl Polska
* Kinga Wyganowska, Senior Account Executive, RELEX Solutions
* Maciej Wypych, Dyrektor ds. Projektów Strategicznych Działu Handlowego, Castorama Polska
* Rafal Reif, Head of Fashion & Retail Poland, Director, Accenture
* Jacek Żurowski, Dyrektor Regionalny na Europę Środkową, Zebra Technologies
* Karol Półtorak, Wiceprezes Zarządu ds. Rozwoju, Klienta i Digital, CCC
* Małgorzata Bochenek, Country Business Development & Digital Manager, IKEA Retail Polska
* Piotr Truszkowski, Head of B2B, Allegro
* Szymon Wałach, Wiceprezes Zarządu, InPost
* Andrzej Grochowalski, CIO, Leroy Merlin
* Adrian Kurowski, Dyrektor Generalny Visa w Polsce
* Piotr Dopierała, Dyrektor Łańcucha Dostaw i Logistyki, Auchan Retail Polska
* Karim Sylla, Dyrektor Analityki & Data Science, Grupa Żabka
* Wojciech Wieroński, Group CFO, Członek Zarządu, OTCF

Pełna lista prelegentów: https://retailteccongress.pl/prelegenci/

Partnerzy Strategiczni: Accenture, Limitless Technologies, VISA

Partnerzy: Grupa BIK, Fast White Cat, google cloud, Nielsen IQ, Service Now, Relex, Unity Group, Zebra, Abak, Profescapital

Partner merytoryczny: POHiD
Partner Multimedów: m-sound

Kongres jest realizowany w ramach działalności MMC Polska organizującej prestiżowe kongresy, konferencje, warsztaty i szkolenia biznesowe dedykowane kadrze menadżerskiej oraz zarządom firm. Więcej na [www.mmcpolska.pl](http://www.mmcpolska.pl).

Zapraszamy do zapoznania się z [fotorelacją 5. RetailTec Congress.](https://retailteccongress.pl/retailtec-congress-23-10-2023/)