

AGENDA 5. RETAILTEC CONGRESS **

HARMONOGRAM DNIA	
8:30-9:00	Rejestracja Gości
9:00-9:10	Otwarcie Kongresu
9:10 - 10:20	OPTYMALIZACJA CZYLI NOWE OBLICZE PRZYSZŁOŚCI HANDLU
10:20 -11:25	Part 1 ZWIĘKSZENIE KONKURENCYJNOŚCI DZIĘKI OPTYMALIZACJI KOSZTÓW
11:25-12:00	PRZERWA KAWOWA
12:00-13:00	Part 2 FOCUS NA KLIENTA I JEGO LOJALIZACJĘ
13:00-14:25	Part 3 KIERUNEK - INNOWACJE
14:25-15:10	LUNCH
15:10-16:50	BEST PRACTICE SHARING SESSION
16:50	ZAKOŃCZENIE KONGRESU

Szczegółowy program

8:30-9:00 Rejestracja Gości

9:00-9:10 Otwarcie kongresu

OPTYMALIZACJA CZYLI NOWE OBLICZE PRZYSZŁOŚCI HANDLU

9:10-9:20 Uroczyste wystąpienie Współprzewodniczących RetailTec Congress

- **Renata Juszkiwicz**, Prezes Zarządu POHiD, Wiceprezydent EuroCommerce
- **Agnieszka Kubera**, Country Managing Director, Accenture Poland

9:20-10:20 Jak nie wpaść w pułapki optymalizacji?

Debata CEOs:

- Rozwój przez optymalizację

- Jak nie wpaść w pułapki optymalizacji jednocześnie zapewniając ciągłość biznesu i dbać o jego rozwój np. poprzez inwestycje lub innowacje?
- Nowe modele biznesowe i wyzwania. Jak zachować odporność i jak budować wartość w branży w trudnych czasach? W jakim kierunku idzie rynek handlu?
- Jak identyfikować czynniki kosztowe. Jakie działania powinny podejmować sieci, aby być bardziej optymalne kosztowo?
- Jak wdrożyć długookresowe działania w procesach biznesowych i dzięki temu budować wartość firmy i osiągać zamierzony cel?
- Jak technologia pozwala racjonalizować koszty?

Prelegenci:

- **Wojciech Czernek**, Prezes Zarządu, PHZ Baltona
- **Marek Moczulski**, Prezes Zarządu BAKALLAND w latach 2014-2019, Prezes Zarządu, DG Marek Moczulski
- **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

Moderator:

- **Piotr Mazurkiewicz**, Dziennikarz, Rzeczpospolita

Part 1:**ZWIĘKSZENIE KONKURENCYJNOŚCI DZIĘKI OPTYMALIZACJI KOSZTÓW****10:20-10:35 Uwolnij potencjał drzemiący w optymalizacji działań operacyjnych**

- Jak zwiększyć konkurencyjność dzięki optymalizacji kosztów? Omawiamy racjonalne wprowadzanie usprawnień w 4 obszarach:
 - Łańcuch dostaw - case: Franprix, Douglas
 - Promocje - case: Coop
 - Przestrzeń handlowa - case: One-Stop
 - Koszty pracy - case: Coop

Case:

- **Kinga Wyganowska**, Senior Account Executive, RELEX Solutions

10:35-10:45 Zarządzanie cenami i optymalizacja marży**Wprowadzenie do debaty:**

- **Anna Krawczyk**, Senior Commercial Executive, NielsenIQ

10:45-11:25 Zarządzanie cenami i optymalizacja marży**Debata:**

- Jak za pomocą automatyzacji zwiększyć zyski w firmie? Praktyki cenowe
- Jakie czynniki wpływają na strategię optymalizacji cen?
- Tworzenie i wykorzystanie nowych miejsc styku klienta z marką sieci handlowej w X-commerce, sieci stacjonarnej na podstawie analizy ścieżki zakupowej klienta
- Co daje posiadanie zarówno sklepów stacjonarnych jak i X-commerce - narzędzia real time zarówno w sklepach stacjonarnych jak i w kanałach online (w obszarze supply chain, komunikacji z klientem)
- Wejście do Marketplace – czy to usprawnienie dla każdego?

- Jakie procesy należy automatyzować, jakich efektów powinniśmy oczekiwać od automatyzacji?
- Transformacja Digital. Czy i kiedy warto postawić na rozwiązania ootb – kiedy budować własne? Największe wyzwania napotykane w transformacjach

Prelegenci:

- **Anna Krawczyk**, Senior Commercial Executive, NielsenIQ
- **Patrycja Sass-Staniszevska**, Prezes, Izba Gospodarki Elektronicznej
- **Ewa Starkiewicz**, Head of Digital, Leroy Merlin
- **Maciej Wypych**, Dyrektor ds. Projektów Strategicznych Działu Handlowego, Castorama Polska

Moderator:

- **Rafal Reif**, Head of Fashion & Retail Poland, Director, Accenture

11:25-12:00 PRZERWA NETWORKINGOWA

Part 2:

FOCUS NA KLIENTA I JEGO LOJALIZACJA

12:00-12:10 Efektywna technologia i dedykowany marketplace dla przedsiębiorców, czyli projekt Vendra od Credit Agricole Group

Case:

- **Marcin Bukowski**, Head of Development, Member of the Board, Fast White Cat

12:10-12:20 Spersonalizowana, personalna, ludzka. Dlaczego i jak technologia pogłębia doświadczenia konsumentów

Case:

- **Maciej Kamiński**, Communications Capability Lead, Accenture Song
- **Michał Pawłowski**, Executive Creative Director, Accenture Song

12:20-13:00 I że cię nie opuszczę... budowanie i zarządzanie relacjami z klientem w dobie cyfryzacji

Debata:

- Jak zrozumieć potrzeby klienta? Jak dostosowywać CX do zmieniających się potrzeb klientów w epoce cyfrowej?
- Optymalizacja klientów czyli myślenie w kontekście inwestycji a nie w kontekście kosztów. Jak się przyczynić do wzrostu klientów i strategii retencji klienta?
- Inclusive Customer Experience nie tylko w optymalizacji procesu zakupowego klienta, ale jako zwiększanie jego wartości i zwiększanie koszyka zakupowego
- Segmentacja i personalizacja klientów. Jak poprawiać doświadczenia klienckie
- Personalizacja zakupów – w jaki sposób technologia pomaga zwiększać wielkość obecnych i przyszłych koszyków zakupowych, maksymalizować marże oraz wzmacniać lojalność klientów?
- Budowanie poczucia bezpieczeństwa klienta w cyfrowym procesie zakupowym?
- Seamless payments - czyli jak rozwój płatności ma zaspakajać rosnące wymagania wygody i bezpieczeństwa klientów w zakresie całej ścieżki zakupowej?

Prelegenci:

- **Jacek Żurowski**, Dyrektor Regionalny na Europę Środkową, Zebra Technologies
- **Karol Półtorak**, Wiceprezes Zarządu ds. Rozwoju, Klienta i Digital, CCC
- **Piotr Truszkowski**, Head of B2B, Allegro

→ **Szymon Wałach**, Wiceprezes Zarządu, InPost

Moderator:

→ **Katarzyna Zubrzycka**, Dyrektorka działu detalistów i agentów rozliczeniowych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, Visa

Part 3:

KIERUNEK - INNOWACJA

13:00-13:45 Czas na smart retail czyli jakie technologie zmieniają branżę?

Debata:

- Jak technologia wspiera wydajność operacyjną i przyczynia się do jej rozwoju?
- Które innowacje będą miały największy wpływ na krajobraz handlu detalicznego?
- DNA innowacyjności - jak stworzyć kulturę innowacyjności w firmie? Jak firmy mogą sobie z tym poradzić?
- Wykorzystanie potencjału technologii w rozwoju handlu - AI, VR, Chat GPT, blockchain. Co już działa i z czego korzystają firmy w PL?
- Zielona transformacja jako strategia i sposób na pozytywny biznes (efektywność energetyczna, optymalizacja zarządzania dostawami, redukcja plastiku i odpowiedzialność producentów)

Prelegenci:

- **Aneta Ciszewska**, Manager ds. ochrony środowiska, Jeronimo Martins Polska
- **Andrzej Grochowalski**, CIO, Leroy Merlin
- **Adrian Kurowski**, Dyrektor Generalny Visa w Polsce
- **Konrad Synoradzki**, Senior Manager, Product & Engineering, Allegro
- **Dawid Szymula**, Field Sales Representative, Google Cloud

Moderator:

- **Karol Tokarczyk**, Analityk ds. gospodarki cyfrowej, Polityka Insight

13:45-13:55 Zarządzanie danymi klientów – jak robić to dobrze, przechodząc na omnichannel?

Case:

- **Katarzyna Manios**, Business & Commerce Transformation Consultant, Unity Group

13:55-14:25 Zarządzanie szeroko rozumianym supply chainem z punktu widzenia technologii

Debata:

- Optymalizacja zarządzania dostawami. W czym tkwi prawdziwa wartość optymalizacji łańcucha dostaw?
- Jak integrować całe łańcuchy wartości - od automatyzacji do czasu dostawy i działań wewnętrznych pracowników?
- Magazynowe strategie inwestycyjne
- Perspektywy przemysłu logistycznego

Prelegenci:

- **Piotr Dopierała**, Dyrektor Łańcucha Dostaw i Logistyki, Auchan Retail Polska
- **Igor Matus**, Wiceprezes Zarządu ds. Zarządzania Łańcuchem Dostaw, CCC
- **Piotr Zastocki**, Dyrektor Operacyjny, Kaufland Polska

Moderator:

- **Łukasz Wysokiński**, Dyrektor Zarządzający Fulfillment, InPost

14:25-15:10 LUNCH**BEST PRACTICE SHARING SESSION****15:10-15:25 Wiarygodność finansowa franczyzobiorcy – jak ją potwierdzić**

- Dlaczego sprawdzanie franczyzobiorcy jest ważne – ryzyka
- Jak franczyzodawcy sprawdzają wiarygodność swoich kontrahentów
- Jakie narzędzia wspierają proces sprawdzania wiarygodności franczyzobiorcy i jak z nich korzystać

Case:

→ **Izabela Gutowiec**, Manager ds. Klienta Strategicznego, Biuro Informacji Kredytowej**15:25-15:40 W jaki sposób rozwiązanie ServiceNow zmienia branżę Retail stawiając czoła jej wyzwaniom?**

- Jedna platforma (od no-code do pro-code), jeden model danych dla wsparcia klientów, pracowników i dostawców. Które obszary są najważniejsze i najbardziej wartościowe dla naszych klientów?
- Łańcuch wartości wspierany przez platformę
- Szybsza automatyzacja i innowacja jako odpowiedź na zmiany, nowości technologiczne i rosnące oczekiwania klientów
- W jaki sposób klienci ServiceNow zwiększają produktywność i efektywność pracowników?

Case study:

→ **Paweł Kusz**, Advisory Solution Consultant, ServiceNow→ **Paweł Pietryka**, Senior Manager - Cloud First ServiceNow Practice Lead, Accenture**15:40-16:10 Automatyzacja procesów dzięki wykorzystaniu danych**

Debata:

- Data Technology. Jakie to niesie szanse dla sieci handlowych?
- Analiza danych i wykorzystanie algorytmów - jak śledzić ruchy klientów?
- Optymalizacja danych, ich egzekwowanie oraz wykorzystanie
- Cyberbezpieczeństwo i jak skutecznie uchronić się przed zagrożeniami płynącymi z tej strony?

Prelegenci:

→ **Maciej Czajkowski**, Agile PMO & OpEx Director, Frisco.pl→ **Artur Drobiecki**, Head of Sales, Limitless Technologies→ **Karim Sylla**, Dyrektor Analityki & Data Science, Grupa Żabka

Moderator:

→ **Joanna Kowal**, Data Science Manager, Allegro Pay**16:10-16:50 Jak utrzymać długofalowe relacje z klientem?**

Debata:

- Skuteczna optymalizacja obsługi klienta
- Cyfryzacja w praktyce. Jak zapewnić wyjątkowe doświadczenie zakupowe klienta w dobie rosnącej automatyzacji i dehumanizacji operacji sklepowych
- Hiperpersonalizacja. Wykorzystanie technologii do tworzenia połączonych i spersonalizowanych doświadczeń zakupowych

Prelegenci:

- **Małgorzata Bochenek**, Country Business Development & Digital Manager, IKEA Retail Polska
- **Piotr Lubiewa-Wieleżyński**, Dyrektor Działu Formatów i Konceptów Handlowych Carrefour Polska
- **Wojciech Wieroński**, Group CFO, Członek Zarządu, OTCF

Moderator:

- **Magdalena Czackowska**, COO, Head of Strategy & Communication, Omnisense

16:50 ZAKOŃCZENIE KONGRESU

**Osoby w trakcie potwierdzania*

*** Organizator zastrzega sobie możliwość zmian w programie.*