Konferencja E-commerce B2B z rekordową frekwencją

Dnia 19.11.2024 firma Promedia Jerzy Osika zorganizowała w Sound Garden Hotel w Warszawie konferencję E-commerce B2B. W wydarzeniu wzięło udział prawie 200 osób. Odbyło się 10 wykładów i paneli dyskusyjnych, udzielano indywidualnych porad na 15 stoiskach konsultacyjnych.

Szukanie przewag konkurencyjnych dzięki większej wydajności, sprawniejszym procesom i niższym kosztom, sprawia, że coraz częściej korzystamy z cyfryzacji biznesu, a co za tym idzie również z e-commerce B2B. O zakupach w firmach coraz częściej decydują przedstawiciele młodszych pokoleń. Przyzwyczajeni w prywatnym życiu do zakupów online, chcą z nich korzystać również w życiu zawodowym. Zamiast zatrudnić kolejnego dobrego handlowca, co nie jest ani łatwe, ani tanie, firmy coraz chętniej wspierają swój zespół handlowy platformami B2B.

Nie dziwi więc fakt, że według danych Izby Gospodarki Elektronicznej już 41 proc. firm działa na rynku e-commerce B2B i oceniło wejście w ten obszar jako sukces. Dla 84 proc. przedsiębiorców e-commerce jest szansą na rozwój eksportu online, a już co czwarty korzysta z tej możliwości. Trzy na cztery firmy posiadające przychód pomiędzy 6 a 10 milionów złotych deklaruje posiadanie e-sklepu. Dla jednej z czterech firm udział e-commerce B2B w całej sprzedaży firmy wynosi ponad 80 proc. Według badań, 25 proc. firm, które nie działają jeszcze w e-commerce B2B, rozważa wejście w ten obszar działalności, a 54 proc. firm deklaruje, że ich konkurencja działa w już e-commerce B2B.

Jednym z powodów, dla których firmy jeszcze nie rozpoczęły działań e-commerce B2B lub nie są z nich w pełni zadowolone, jest brak wystarczającej wiedzy o najlepszych rozwiązaniach i brak dostępu do ekspertów, którzy mogą pomóc w ich realizacji. Celem konferencji było wsparcie przedsiębiorców zarówno wiedzą, jak i cennymi kontaktami. Jakie zagadnienia znalazły się w agendzie wydarzenia?

Konferencję rozpoczął panel dyskusyjny „Sprzedawaj w Internecie albo giń. Jak cyfryzacja buduje przewagę konkurencyjną", w którym udział wzięli: Kamil Niedziewicz, Menedżer ds. Rozwoju Biznesu, Ergonode, Damian Sinior, Head of Growth, Strix Poland, Piotr Michalak, Head of SEO & GA, Harbingers i Magda Staszczyk, Marketing & eCommerce Director, Biuro Paczka. Po dyskusji nastąpił wykład pt. „Odkryj potencjał e-commerce B2B i sprawdź, czym kierować się przy wyborze platformy", który poprowadziły wspólnie: Agnieszka Lipka, Senior New Bussines Manager, AtomStore i Gabriela Gil, Marketing & Communications Manager, AtomStore.

O customizacji projektów e-commerce B2B oraz o tym, jak sprostać wyzwaniom i czy warto inwestować w dedykowane rozwiązania, opowiedzieli Przemysław Połeć, Strategic Partnerships Manager, Sylius i Radosław Żurawski, eCommerce Consultant/CSO, BitBag. Konfiguratory w e-commerce B2B – ryzyko czy game changer? Odpowiedzi na to pytanie udzielił Błażej Łukomski, CEO, Hummerce & Best.net, opowiadając o optymalizacji sprzedaży za pomocą konfiguratorów w 3 krokach.

O tym jak optymalnie wykorzystać marketing i technologie można było dowiedzieć się dzięki wykładowi „Technologia i marketing idą w parze. MarTech na przykładzie case studies", który poprowadzili Wojciech Szymański, Prezes Zarządu, Ideo Force i Marcin Lipiec, E-commerce Manager, Ideo. Czy w e-commerce B2B opinie są potrzebne? Na to pytanie odpowiedział w swej prelekcji Sebastian Horoszko, CEO, Zaufane.pl. Jak efektywnie wystartować i skalować e-commerce B2B, jak też o strategiach wejścia, optymalizacji i zwiększania sprzedaży opowiedziała Żaneta Hofmann-Delbor, Account Manager, IdoSell.

Sławomir Spyra, Head of Communications, merce.com, w swoim wykładzie zwrócił uwagę na aplikacje mobilne, personalizację i UX oraz przedstawił na przykładach, jak standardy z B2C napędzają przyszłość B2B. Tomasz Puszczyk, IT Business Development Manager w SpyroSoft Ecommerce, w wystąpieniu „E-commerce B2B nie gryzie: Dlaczego handlowcy nie powinni obawiać się digitalizacji?" rozwiał powszechne obawy związane z wprowadzaniem e-commerce B2B w firmach. „Efektywna logistyka i obsługa klienta w e-commerce B2B. Miary skuteczności" – to temat, wieńczącego konferencję wykładu, który poprowadził Piotr Skobało, Managing Partner, Magna Valor.

Po części wykładowej miał miejsce konkurs, w którym cenne nagrody (wartościowe książki i konsultacje) ufundowała Barbara Tatar – Partner Merytoryczny Konferencji.

Prowadzący konferencję Jerzy Osika – prezes firmy Promedia, podziękował Uczestnikom, Partnerom i Patronom za udział w Konferencji i jej wsparcie oraz zaprosił na wydarzenia dla e-commerce w 2025 roku.

Partnerami konferencji E-commerce B2B byli: Ergonode PIM, AtomStore, Ideo Force, IdoSell, Zaufane.pl, Sylius, Hummerce, ONe Company B2B Platform, Waynet eCommerce, merce.com: eCommerce platform, Spyrosoft, Magna Valor, Ideo Software, Peoplefone Polska SA, E-handel w praktyce.

Patroni Honorowi: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Polish Investment and Trade Agency (PAIH) , Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie, Krajowa Izba Gospodarcza (Polish Chamber of Commerce), Polska Izba Handlu, Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli, Polska Izba Budownictwa, IPBBS, Polska Izba Gospodarcza Elektrotechniki, APPLiA Polska - Związek Producentów AGD i HVAC, Związek Przedsiębiorców Przemysłu Mody Lewiatan, Polska Izba Odzieżowo Tekstylna, ITRO Export Solutions, Zentrada, Silmo.

Patroni Medialni: E-commerce w Praktyce , Marketer+, Meblarstwo Komponenty i Technologie, Lider Biznesu , Fashionbusiness.pl, Ambiente.info.pl, Gazeta Narzędziowa, Portalnarzedzi.pl, Modna Bielizna.

Wydarzenia dla e-commerce w 2025 roku, na które zaprasza Promedia Jerzy Osika:

➡️ 18.03.2025 Home&Garden Congress: E-commerce dla branży Dom i Ogród
➡️ 13.05.2025 Cross-Border E-commerce: Jak osiągnąć wzrost sprzedaży na rynkach zagranicznych
➡️ 17.09.2025, Fashion Business Congress: E-commerce dla branży mody
➡️ 20.11.2025 E-commerce B2B: Jak usprawnić i ponieść sprzedaż B2B