

Fashion Retail Forum 2010

Termin: 02.03.2010

Miejsce: Międzynarodowe Targi Poznańskie, pawilon 9, Poznań

Partner Główny:



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

Organizator: Promedia Jerzy Osika

tel. +48 22 559 39 61, fax +48 22 559 39 62, biuro@promedia.biz.pl, www.promedia.biz.pl

Agenda Forum

Od godz.	Do godz.	Temat	Wykładowca
10:30	10:50	Rejestracja gości, kawa, herbata	
10:50	11:00	Powitanie gości	Jerzy Osika, Prezes firmy Promedia
11:00	11:45	Moda w kryzysie? Prezentacja wyników badań	Jacek Młynarski, Dyrektor ds. badań, PBS DGA
11:45	12:15	Rynek centrów handlowych w Polsce w 2010 roku - prognozy i trendy	Dagmara Filipiak, Senior Consultant, Jones Lang LaSalle
12:15	12:30	Ceremonia wręczenia nagród w konkursie Fashion Website Awards 2010	Prowadzący - Jerzy Osika, Prezes firmy Promedia
12:30	13:30	Przerwa na poczęstunek	
13:30	14:00	Nowa wizja Visual Merchandisingu	Dr Marek Borowiński, Właściciel portalu www.VisualMerchandising.biz
14:00	14:30	Nowoczesne technologie promocji w miejscu sprzedaży	Tomasz Rzeźnik, Specjalista ds. marketingu, EMTRONET Digital Signage & Internet
14:30	15:00	Jak podnieść jakość obsługi klientów poprzez skuteczne szkolenia sprzedawców?	Jerzy Osika, Prezes firmy Promedia
15:00	15:30	Podsumowanie, loteria wizytówkowa, zakończenie	

Uwaga: Organizator zastrzega sobie prawo zmiany agendy.
Więcej informacji na www.promedia.biz.pl.

Temat prelekcji:

Moda w kryzysie? Prezentacja wyników badań

Zakres prelekcji:

Prezentacja wyników badań przeprowadzonych w styczniu br. na reprezentatywnej próbie polskich konsumentów, dotyczyć będzie zachowań i planów związanych z zakupem odzieży, obuwia i bielizny.

Analizie poddane będą preferencje konsumentów w zakresie sposobów i miejsc zakupu w zależności od asortymentu i przeznaczenia zakupionych artykułów, a także uwarunkowania decyzji zakupowych, w szczególności rola marki w procesie decyzyjnym. Deklaracje respondentów będą prezentowane z uwzględnieniem różnicowań demograficznych i socjoekonomicznych.

W badaniu zostaną uwzględnione zarówno tradycyjne jak i nowe możliwości dokonywania zakupów (outlety, sklepy internetowe i portale aukcyjne). Analizowany będzie także wpływ kryzysu na zachowania zakupowe, a w szczególności ewentualne strategie redukowania wydatków. Analiza obejmie również elastyczność cenową popytu, skorelowaną z cechami nabywców.

Prelegent:



Jacek Młynarski

Dyrektor ds. badań w PBS DGA. Absolwent socjologii KUL. Posiada ponad 15-letnie doświadczenie w realizacji zarówno badań jakościowych, jak też ilościowych. Pracował w CBOS, Instytucie Pentor oraz GfK Polonia jako kierownik Działu Badań Rynku Dóbr Trwałych i Mediów. Obecnie Członek Zarządu i Dyrektor ds. badań w PBS DGA. Prowadził seminarium dla studiów podyplomowych przy Wydziale Psychologii UW. Autor publikacji w prasie branżowej, prelekcji i wykładów szkoleniowych.

Firma:



PBS DGA

Instytut PBS DGA został założony w 1990 roku i należy do czołówki firm badawczych działających na polskim rynku. Oferuje pełny zakres badań opinii i rynku. W 2006 roku wzbogaciliśmy naszą ofertę o usługi doradcze, korzystając ze wsparcia firmy konsultingowej DGA, która zakupiła część udziałów PBS.

PBS DGA jest członkiem założycielem Organizacji Firm Badania Opinii i Rynku (OFBOR) – branżowej organizacji zrzeszającej czołowe polskie firmy badawcze. Od początku uczestniczy w najważniejszej inicjatywie OFBOR – Programie Kontroli Jakości Pracy Ankieterów skupionej na określeniu i egzekwowaniu najwyższych standardów realizacji badań. PBS DGA posiada certyfikaty PKJPA we wszystkich kategoriach. PBS DGA jest także członkiem Business Centre Club (BCC) i posiada rekomendację tej organizacji.

Temat prelekcji:

Rynek centrów handlowych w Polsce w 2010 roku - prognozy i trendy

Zakres prelekcji:

1. Czynniki makroekonomiczne wpływające na rynek powierzchni handlowych.
 - wzrost gospodarczy w Polsce,
 - wahania kursu walut,
 - sprzedaż detaliczna w Polsce.
2. Aktualna sytuacja na rynku powierzchni handlowych w Polsce.
 - rozwój rynku powierzchni handlowych w Polsce, zarys historyczny,
 - kierunki rozwoju,
 - prezentacja wybranych centrów handlowych,
 - dane statystyczne dotyczące rynku powierzchni handlowych w Polsce,
 - Polska na tle innych krajów Europy.
3. Prognozy dotyczące rynku powierzchni handlowych w Polsce.
 - podaż powierzchni handlowej,
 - popyt na powierzchnię handlową, możliwy scenariusz.

Prelegent:



Dagmara Filipiak

Rozpoczęła pracę w Jones Lang LaSalle w maju 2006 roku jako Junior Consultant w dziale wynajmu powierzchni handlowych. Obecnie pełni funkcję Senior Consultant. Dagmara jest odpowiedzialna za komercjalizację nowych i istniejących centrów handlowych w Polsce oraz reprezentuje wybranych najemców w poszukiwaniu dla nich lokali jak i w rozmowach z deweloperami. Poprzednio Dagmara pracowała w Ober-Haus w dziale najmu powierzchni komercyjnych. Dagmara jest absolwentką Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, specjalizacji zarządzanie inwestycjami i nieruchomościami.

Firma:



Jones Lang LaSalle

Jones Lang LaSalle (NYSE: JLL) jest międzynarodową firmą doradcą świadczącą kompleksowe, w tym finansowe, usługi na rynku nieruchomości. Doświadczony zespół ekspertów Jones Lang LaSalle oferuje kompleksowe usługi z zakresu nieruchomości umożliwiając wzrost wartości klientom zainteresowanym najmem, obrotem lub inwestowaniem w nieruchomości. Jones Lang LaSalle obsługuje klientów w 60 krajach w 750 lokalizacjach na świecie, w tym posiadając sieć 180 biur korporacyjnych. Dochód firmy w 2008 roku wyniósł 2,7 mld USD. Jones Lang LaSalle jest liderem na rynku zarządzania nieruchomościami i zarządza obiektami o łącznej powierzchni ponad 130 mln mkw. na świecie. Dział specjalizujący się w zarządzaniu inwestycjami, LaSalle Investment Management (firma w ramach grupy Jones Lang LaSalle), zarządzając aktywami o łącznej wartości ponad 37 mld USD, należy do największych tego typu firm na światowym rynku nieruchomości. W celu uzyskania dodatkowych informacji, prosimy odwiedzić naszą stronę internetową: www.joneslanglasalle.com

Temat prelekcji:

Nowa wizja Visual Merchandisingu

Zakres prelekcji:

- nowe spojrzenie na prezentowanie produktu
- nowe trendy w Visual Merchandisingu

Prelegent:



dr Marek Borowiński

Specjalista od Visual Merchandisingu. Konsultant, doradca i szkoleniowiec wielu firm. Autor licznych publikacji z tej dziedziny. Szczególnym uznaniem cieszą się audyty sklepów, które przeprowadza i dzięki którym poprawia ich funkcjonowanie. Dr Marek Borowiński rozumie i zna specyfikę punktu sprzedaży, parząc na niego oczami klientów. Specjalizuje się w psychofizjologii widzenia, czyli uświadamia właścicielom jak mózg klienta patrzy i odbiera ich sklep. Z pasją zajmuje się kolorem (www.psychologiakoloru.pl) i jego oddziaływaniem na klienta w miejscu sprzedaży, łącząc go z zapachem i muzyką. Obecnie przeprowadza badania nad doбором właściwego zapachu do koloru w sklepie. Wszystkie swoje doświadczenia łączy w autorski program synergii zmysłów w punkcie sprzedaży. www.visualmerchandising.biz

Firma:



MarekBorowski.com

Firma MarekBorowski.com zajmuje się doradztwem i consultingiem biznesowym. Swoją wiedzą i kompetencjami wspomaga rozwój wielu firm i instytucji.

Temat prelekcji:

Nowoczesne technologie promocji w miejscu sprzedaży

Zakres prelekcji:

1. Sieci cyfrowych wyświetlaczy jako narzędzie promocji w miejscu sprzedaży
2. Istota terminu Digital Signage i zarys działania technologii
3. Zastosowania technologii w branży retail
4. Przykłady praktycznych zastosowań na podstawie istniejących realizacji
5. Interakcja z klientem – kioski z nakładką dotykową i ich zastosowania w centrach handlowych
6. Wyniki dotychczasowych badań i perspektywy rozwoju branży Digital Signage

Prelegent:



Tomasz Rzeźnik

Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu na specjalności Elektroniczny Biznes. Specjalista ds. marketingu w firmie EMTRONET - dostawcy kompleksowych rozwiązań Digital Signage. Od 2006 roku zaangażowany w rozwój polskiej branży Digital Signage, jako autor wielu publikacji prasowych oraz materiałów edukacyjnych oraz członek założyciel stowarzyszenia marketingu w miejscu sprzedaży - POPAI Poland.

Firma:



EMTRONET Digital Signage & Internet

Generalny dystrybutor urządzeń Net-Top-Box marki ONELAN w Polsce, dostawca technologii Digital Signage, agencja interaktywna. EMTRONET działa na Polskim rynku od 2004 roku. Firma świadczy usługi internetowe, w tym projekty stron, aplikacji i systemów sprzedaży internetowej. Jako dostawca technologii Digital Signage, zajmuje się także wdrażaniem i integracją projektów – od pomocy przy zaplanowaniu rozmieszczenia sieci przez dostarczenie sprzętu i oprogramowania, do kreacji zawartości prezentacji i opieki nad siecią.

ONELAN Ltd – brytyjski producent urządzeń Net-Top-Box, dostawca technologii Digital Signage. W 2007 roku laureat nagrody Deloitte Technology Fast 50. Globalna marka posiadająca swoje przedstawicielstwa w blisko 30 krajach na świecie – m.in. w Niemczech, USA, Rosji, Arabii Saudyjskiej. Generalną dystrybucją w kraju zajmuje się firma EMTRONET Digital Signage & Internet. ONELAN buduje swoją przewagę konkurencyjną w oparciu o wysoką jakość produktów oraz brak pobierania opłat za użytkowanie swoich urządzeń (wieczysta licencja i darmowe aktualizacje).

Temat prelekcji:

Jak podnieść jakość obsługi klientów poprzez skuteczne szkolenia sprzedawców?

Zakres prelekcji:

„Jeśli człowiek opróżnia swoją sakiewkę, by napelnić głowę, nikt nie może mu tego odebrać. Inwestowanie w wiedzę zawsze okazuje się najlepszym interesem”. Czy zgodnie z tą opinią Benjamina Franklina właściciele sklepów w branży mody w Polsce inwestują w wiedzę i umiejętności swoich sprzedawców? Czy warto ich szkolić, a jeśli tak, to z czego, by spełnić oczekiwania klientów? Kto powinien szkolić sprzedawców, których z nich, jak często, gdzie, kiedy i jak, by osiągnąć zamierzone efekty sprzedażowe. Jak mierzyć efektywność szkoleń, by upewnić się, że uzyskaliśmy zwrot z inwestycji w wiedzę? To najważniejsze z pytań, na które postaramy się wspólnie odpowiedzieć. Zapraszam na spotkanie podczas Fashion Retail Forum w Poznaniu!

Prelegent:



Jerzy Osika

Od dwunastu lat jest właścicielem i prezesem firmy Promedia, wydawcą i redaktorem naczelnym 8 czasopism branżowych, w tym 5 tytułów z branży mody, jak „Moda Damska”, „Moda Męska”, „Obuwie i Galanteria”, „Producent Odzieży” i „Fashionbusiness.pl”. Jest wykładowcą na międzynarodowych targach i konferencjach poza Polską (m.in. w Las Vegas, Hongkongu, Bombaju, Frankfurcie nad Menem, Lipsku, Walencji, Porto) jak i w kraju (dla uczestników międzynarodowych targów branżowych, zagranicznych misji handlowych, konferencji, forów i kongresów). Prowadzi także szkolenia z zakresu sprzedaży i marketingu. Wiedzę o branży mody poszerza uczestnicząc w licznych seminariach i konferencjach w kraju i na świecie. Jest członkiem jury konkursów w Polsce (Złoty Medal Międzynarodowych Targów Poznańskich, Retail Marketing Awards, Fashion Website Awards) i zagranicą (Global Innovator Award w Chicago).

Firma:

PROMedia
www.promedia.biz.pl

Promedia

Firma PROMEDIA powstała w 1998 roku w celu dostarczania przedsiębiorstwom profesjonalnej informacji przydatnej w pracy i w prowadzeniu biznesu. Założycielem, właścicielem i prezesem firmy jest Jerzy Osika. PROMEDIA wydaje czasopisma branżowe dla profesjonalistów ze świata mody („Moda Męska”, „Moda Damska”, „Obuwie i Galanteria”, „Producent Odzieży”, „Fashionbusiness.pl”), dla fachowców związanych z wyposażeniem wnętrz („Tekstylika w domu”, „Ambiente”) oraz dla decydentów z branży hotelarsko-gastronomicznej („Horecamagazine.pl”). Firma organizuje fachowe kongresy, konferencje i seminaria, w tym cykliczne wydarzenia, jak Retail Marketing Forum, Kongres Mody, Kongres Wyposażenia Wnętrz, czy konferencje Targi Mody, Targi Wyposażenia Wnętrz. Promedia prowadzi szkolenia w zakresie trendów w modzie, technik sprzedaży i obsługi klienta, marketingu, materiałoznawstwa i towaroznawstwa, a także zarządzania sprzedażą. Promedia to także agencja reklamowa i public relations, wydawca czasopism firmowych dla klientów (m.in. Digel News, Select Brands), organizator konkursów (Retail Marketing Awards, Fashion Website Awards, polskiej edycji Global Innovator Award).