

JAK UMIEJĘTNIE WYKORZYSTAĆ ZMIANY ZACHOWAŃ ZAKUPOWYCH KONSUMENTÓW W CZASACH KRYZYSU?

14 września 2009, Hotel „Westin”, sala Copernicus, Warszawa

PROGRAM

9.00		OTWARCIE KONFERENCJI
9.15	Piotr Płoszajski	„O przewadze ciszy nad krzykiem: narodziny nowego klienta?”
10.30		PRZERWA NA KAWĘ
10.45	Paco Underhill	„Global State of Retail” – część 1
12.15		PRZERWA NA KAWĘ
12.30	Rafał K. Ohme	„Co robi mózg na zakupach?”
	Tadeusz Żórawski	„Nie myślę, więc kupuję! Jak doprowadzać klientów do zakupu?” Dyskusja
13.45		LUNCH
14.30	Paco Underhill	„Global State of Retail” – część 2
16.00		ZAKOŃCZENIE KONFERENCJI
16.15		ZBIÓRKA UCZESTNIKÓW WARSZTATÓW I PRZEJAZD DO GALERII HANDLOWEJ
16.45	Paco Underhill	Warsztaty
18.00		ZAKOŃCZENIE WARSZTATÓW – PRZEJAZD DO HOTELU

PRELEGENCI

Paco Underhill – światowy pionier i autorytet nauki o kupowaniu. Wnioski z jego wieloletnich obserwacji zachowań zakupowych okazały się przełomowe dla handlu detalicznego jak również segmentu sprzedaży usług. Wskazówki dotyczące wykorzystania tej wiedzy w praktyce przyniosły wymierne efekty poprawiające wielkość sprzedaży oraz jakość obsługi klientów. Zdobyte doświadczenia stały się inspiracją do napisania książek. Pierwsza z nich zatytułowana "Dlaczego kupujemy?" została przetłumaczona na 27 języków i stała się światowym bestsellerem. Paco Underhill jest założycielem firmy Envirosell specjalizującej się w badaniu zachowań zakupowych oraz konsultingu. Doradzał znanym koncernom, jak np. Coca-Cola, McDonald's, Sony Corp., Citibank, Microsoft, Starwood.

Piotr Płoszajski - absolwent zarządzania na Uniwersytecie Łódzkim i Harvard Business School, do roku 2008 pracownik naukowy w Polskiej Akademii Nauk, od 1994 Profesor i kierownik Katedry Teorii Zarządzania w Szkole Głównej Handlowej. W roku 2005 wybrany "Najwyższ Ocenianym Wykładowcą SGH". Autor ponad 200 publikacji, ostatnio zajmuje się Nową Gospodarką, marketingiem "nowego klienta". Wykładowca na kilkudziesięciu uniwersytetach i centrach badawczych na świecie. Członek wielu rad nadzorczych oraz stowarzyszeń.

Rafał Krzysztof Ohme - profesor nadzwyczajny, wykłada w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej i Instytucie Psychologii PAN. Współpracuje ze Stanford University, Kellogg Graduate School of Management oraz California Institute of Technology. Od 1996 roku prowadzi analizy zachowań konsumenckich. Jest twórcą neuromarketingu w Polsce, założycielem firmy LAB, autorem kilku książek, członkiem m.in. American Academy of Advertising, Association of Consumer Research, NeuroPsychoEconomics.

Tadeusz Żórawski - prezes domu mediowego Universal McCann. Pasjonuje się mediami, komunikacją marketingową, psychologią konsumenta. Pracował dla wielu firm (m.in. Polkomtel, Polpharma, LOT, BZ WBK, Commercial Union, Nestle, General Motors, Coca-Cola). Juror konkursów Effie, Media Trendy. W 2008 roku jeden z dziesięciu sędziów międzynarodowego konkursu reklamowego Eurobest w kategorii Media. Wykładowca Harvard Business Review Polska / ICAN. Wielokrotny prezyder na konferencjach poświęconych neuromarketingowi, reklamie i nowym metodom badań konsumenta.

Partner:

