



forum

SPRZEDAŻY I OBSŁUGI KLIENTA

ŁUDZIE I TECHNOLOGIA – KLUCZ DO SUKCESU

22-23 września 2005r.

Hotel INTERCONTINENTAL, Warszawa

PARTNERZY MERYTORYCZNI



PARTNERZY



SPONSORZY



PATRONAT MEDIALNY



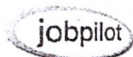
MEDIA WSPÓŁPRACUJĄCE



Handel+Zarządzanie



marketing
praktyce



HARMONOGRAM OGÓLNOPOLSKIEGO FORUM SPRZEDAŻY I OBSŁUGI KLIENTA:

I plenarny dzień konferencji czwartek, 22 września

Godz. 08.30 - 09.15	Rejestracja uczestników Konferencji, pobranie materiałów
Godz. 09.15 - 09.30	Rozpoczęcie Konferencji
Godz. 09.30 - 11.00	Architektura procesu sprzedaży jako kluczowy czynnik zwycięstwa Prowadzenie: GOPAL RAJGURU - Infoteam Sales Process Consulting AG – Szwajcaria
Godz. 11.00 - 11.20	Przerwa Kawowa
Godz. 11.30 - 12.20	Miłość wspomagana komputerowo? Czyli IT w obsłudze klienta Prowadzenie: WOJCIECH MURZYN - Product Line Manager – Siemens
Godz. 12.20 - 12.30	System Perspecto w badaniach opinii klienta metodą Mystery Shopping - badanie jakości obsługi z punktu widzenia klienta. Prowadzenie: ANNA WILK – Dyrektor sprzedaży działu doradztwa personalnego - Instore Solutions Services Polska
Godz. 12.30 - 13.30	Lunch
Godz. 13.30 - 14.20	Przewaga dzięki właściwym ludziom i relacjom - skuteczny przywódca pionu sprzedaży i obsługi klienta Prowadzenie: ROBERT KROOL - Niezależny ekspert w dziedzinie zarządzania sprzedażą i reorganizacji przedsiębiorstw GRZEGORZ WALICKI – Dyrektor Generalny - Sybase Polska PRZEMYSŁAW BARTKOWIAK - Dyrektor ds. sprzedaży w oddziałach Gazety Wyborczej - Agora SA PAWEŁ RYCHLIŃSKI – VP Credit Card Sales - MasterCard
Godz. 14.20 - 15.00	Jak rosnąć w tempie dwukrotnie szybszym niż rynek, czyli Ania i Zespół. Prowadzenie: ANNA RULKIEWICZ – Członek Zarządu, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu - LUX MED z zespołem
Godz. 15.00 - 15.20	Przerwa Kawowa
Godz. 15.20 - 16.00	Coaching: uwolnienie potencjału pracowników i zespołów sprzedaży Prowadzenie: PIOTR ZBARASKI – Corporate and Executive Coach
Godz. 16.00 - 17.00	Sprzedawca jako klient wewnętrzny przedsiębiorstwa. Mechanizmy budowania i pomiarów satysfakcji Prowadzenie: MARCIN BUJNOWICZ - Bujnowicz Konsorcjum
Godz. 19.30	WIECZÓR W LAS VEGAS – SPECJALNY BANKIET W STYLU STOLICY HAZARDU - klub QUO VADIS

22 wrzesień (czwartek), godz. 16.00 – 17.00
SESJA PLENARNA

SPRZEDAWCA JAKO KLIENT WEWNĘTRZNY PRZEDSIĘBIORSTWA. MECHANIZMY BUDOWANIA I POMIARÓW SATYSFAKCJI.

Marcin Bujnowicz
Bujnowicz Konsorcjum

"W systemach zarządzania jakością sprzedawca – zwłaszcza wg normy ISO 9001:2000 – określany jest mianem klienta wewnętrznego, o którego motywację i rozwój przedsiębiorstwo winno stale zabiegać. Klient wewnętrzny stawiany jest na równi z klientem zewnętrznym (odbiorcą, kupującym). Podczas panelu zostaną omówione:

- narzędzia mierzące satysfakcję pracowników,
- działania wpływające na wzrost satysfakcji i zaangażowania pracowników,
- mechanizmy kontrolne i systemy pomiarów,
- najczęstsze błędy popełniane przez pracodawców i zarządzających."



Marcin Bujnowicz proponuje uczestnikom analizę różnorodnych metod prowadzenia rozmów i przedstawia zarówno dobre, jak i złe sposoby postępowania z kontrahentami. W atrakcyjnej formie przemycza wiele ugruntowanej badaniami wiedzy. Posługuje się przykładami zaczerpniętymi z życia, z doświadczeń zdobytych w licznych przedsiębiorstwach i instytucjach, aby wskazać, co okazało się skuteczne i dlaczego. Marcin BUJNOWICZ - doradca przedsiębiorstw, założyciel i zarządzający Konsorcjum Bujnowicz & Partnerzy. Specjalizacja: doradztwo w zakresie integracji i fuzji firm dystrybucyjnych, a przede wszystkim optymalizacji działów zaopatrzenia i sprzedaży.

Bujnowicz Konsorcjum. Odbiorcami oferty Konsorcjum Bujnowicz są przede wszystkim firmy handlu detalicznego i hurtowego artykułami szybko rotującymi oraz przedsiębiorstwa produkcyjne przemysłu spożywczego. Konsorcjum Bujnowicz tworzą piony: DORADZTWO ORGANIZACYJNE - pion specjalizujący się w doradztwie w zakresie: zarządzania oraz efektywności struktur organizacyjnych, optymalizacji działów - w szczególności sprzedaży i zaopatrzenia oraz logistyki, budowania odpowiednich struktur asortymentowych wraz z organizacją systemu pozyskiwania towarów, opracowywania i wdrażania strategii handlowych oraz marketingowych w strukturach sieciowych oraz dystrybucji, SZKOLENIA i TRENINGI - pion odpowiedzialny za opracowywanie i przeprowadzanie szkoleń, treningów, konsultacji dla menedżerów i pracowników w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem i komórkami organizacyjnymi oraz w zakresie efektywności kierowania i motywowania pracowników. POŚREDNICTWO W NEGOCJACJACH - komórka pośrednicząca w negocjowaniu warunków handlowych, których celem jest pomoc w uzyskaniu konkurencyjności przez polskie firmy handlowe i przemysłowe. DORADZTWO PERSONALNE - pion zajmujący się najnowszymi metodami dotyczącymi opisu, zrozumienia, interpretacji i przewidywań zachowań personelu, pomagając w optymalnym doborze i kierowaniu zasobami ludzkimi.