



PROGRAM KONFERENCJI

8:00-9:00	Rejestracja uczestników
9:00-9:15	Przywitanie i rozpoczęcie konferencji - Jacek Czarnowski
9:15-9:45	Trendy rynkowe w zatrudnianiu i wynagradzaniu pracowników działów sprzedaży w oparciu o najnowszy raport płacowy Hays Poland. – Agnieszka Czarnecka - Trendy rynkowe – plany rekrutacyjne w działach handlowych. - Luka kompetencji – jakich umiejętności poszukują pracodawcy? - Nowe trendy i wyzwania w strategiach wynagrodzeń i zatrudniania.
9:45-10:20	„Handlowiec też człowiek...” – jak lepiej zrozumieć dopasowanie kompetencji do modelu sprzedaży i blokady wynikające z nastawienia handlowców. – Romeo Grzębowski - Dlaczego nie istnieje idealny sprzedawca? - Dlaczego „gwiazdy sprzedaży” często przygasają po zmianie produktu / rynku / firmy? Jak im pomóc w powrocie do ponadprzeciętnych wyników? - Czy Twoi handlowcy lubią sprzedawać i ile czasu poświęcają na czystą sprzedaż? Poznaj Indeks Wymówek. - Jak pomóc poradzić sobie z jej / jego kluczowymi barierami skuteczności?
10:20-10:40	Digital Headhunting. Jak szybko znaleźć wartościowych kandydatów? – Jacek Czarnowski - Jak ułatwić składanie aplikacji kandydatom. - Jak dotrzeć do wartościowych kandydatów, którzy nie szukają aktywnie pracy. - Jak ułatwić i przyspieszyć pracę menedżerów.
10:40-11:00	Przerwa kawowa
11:00-11:30	Skuteczna podwyżka cen – jak obronić marżę i nie stracić klientów. – Grzegorz Furtak Geopolityczne ryzyka, gwałtowny wzrost cen ropy, gazu, prądu, prognoza dwucyfrowej inflacji – to dzisiejsza rzeczywistość. Z tego względu silne podwyżki cen to już konieczność, a nie alternatywa. Nie ma na co czekać, odkładanie tej decyzji w czasie może być dla Twojej firmy bardzo kosztowne! - Jak skutecznie komunikować podwyżkę wewnątrz firmy i do rynku? - Jak zbudować skuteczną argumentację akceptacji podwyżki dla działu sprzedaży? - Jak zróżnicować procentową podwyżkę cen w asortymencie produktów i usług? - Od których klientów rozpocząć proces wprowadzenia podwyżki?
11:30-12:10	Przywództwo w sprzedaży z wykorzystaniem strategii LEAN. – Radek Drzewiecki - Jak zwiększyć efektywność procesów i zaangażować ludzi. - Leadership – empatyczne przywództwo i skuteczne zarządzanie. - Jak wykorzystać technologię do budowania społeczności klientów?
12:10-12:30	Odpowiedzialna sprzedaż na rynku finansowym w Polsce. – Anna Ralcewicz - Co to znaczy sprzedawać odpowiedzialnie? - Co zmienia w zachowaniach doradców, partnerów i klientów świadomość, że firma podpisała kodeks odpowiedzialnej sprzedaży. – na przykładzie ERGO Hestia. - Dlaczego warto budować kodeks odpowiedzialnej/etycznej sprzedaży na rynku, na którym się działa.
12:30-13:30	Przerwa na lunch
13:30-13:40	Komunikat i wystąpienie partnera
13:40-14:10	Przylapani na dobrych rzeczach – czyli jak prowadzić efektywny training on the job? – Tomasz Targosz - Jak przygotować skuteczny trening jeden na jeden z podopiecznym? - Czemu popełniamy te same błędy pracując razem z podopiecznymi „w terenie”? - Na co mi ten las? Czyli co osiągamy dzięki wspólnej pracy na stanowisku pracy.

PROGRAM KONFERENCJI

14:10-14:45	Jak wpływać na decyzje zakupowe klientów? I czy da się to robić etycznie? – Rafał Żak Jakiś czas temu myśleliśmy, że człowiek jest istotą racjonalną. Rozważa plusy i minusy, ocenia opcje, szuka takich, które są dla niego maksymalnie korzystne. Taki pogląd niestety nie wytrzymał starcia z dowodami i kolejnymi badaniami pokazującymi, jak łatwo wpływać na nasze decyzje i jak łatwo zaburzyć nasz osąd. Świat sprzedaży wie o tym w zasadzie od momentu, w którym te badania się ukazały i od razu zaczął z tej wiedzy korzystać. Czy zawsze etycznie? W trakcie spotkania przyjrzymy się najczęstszemu pułapkom, w które wpadają klienci dokonując wyborów. A później zadamy sobie kilka pytań o etykę stosowania takich mechanizmów.
14:45-15:05	Czynniki obniżające efektywność zespołów sprzedażowych na podstawie badania SalesScanner. – Jacek Czarnowski • Najważniejsze postawy i umiejętności handlowców, które trzeba doskonalić. • Elementy przygotowania sprzedaży i wsparcia zespołu, które okazują się luką kompetencyjną. • Czy menedżerowie sprzedaży dbają o motywację wewnętrzną w swoich zespołach?
15:05-15:25	Przerwa kawowa
15:25-16:00	„Ekonomia obwarzanka” w czasach polityki czołgów i dronów. – Michał Sutowski Kiedy na kraj naszych sąsiadów spadają bomby, myślenie o tym, jak powiązać dobrobyt społeczny z poszanowaniem granic ekologicznych planety wydaje się luksusem. Niesłusznie. I nie tylko dlatego, że rosyjska agresja na Ukrainę nie unieważnia problemów ocieplenia planety, utraty bioróżnorodności czy zanieczyszczenia powietrza. Tak się bowiem składa, że odejście od paliw kopalnych, rozproszona energetyka, nowa polityka żywnościowa, a także więcej przestrzeni dla swobodnego rozwoju przyrody - to w tym samym stopniu odpowiedzi na kryzys klimatyczny, co na wojnę u granic Polski. Metafora "obwarzanka" pomaga nie tylko zmieniać świat na lepsze, ale także zrozumieć sytuację, w jakiej się znaleźliśmy - między młotem gazów cieplarnianych w atmosferze, a kowadłem militarnej agresji u naszych bram.
16:00-16:35	Od lęku przed porażką do nadziei na sukces: Trzy role menadżera sił sprzedaży. – dr Paweł Fortuna W trakcie spotkania przekonamy się, że rację miał Kurt Lewin, prekursor treningów menadżerskich, twierdząc, że „nie ma niczego bardziej praktycznego, niż dobra teoria”. Psycholodzy wypracowali wiele modeli, które powinny się znaleźć w skrzynce z narzędziami lidera sił sprzedaży. Przekonamy się o tym poznając jeden z nich, wraz z zestawem praktycznych zastosowań. Punktem wyjścia będzie dobrze rozpoznana na poziomie badań struktura lęku przed porażką i wynikająca z tego klarowna wizja sukcesu, który wykracza poza sprzedażowy wynik i staje się autentycznym, głębokim doświadczeniem Handlowca. Powinnością menadżera jest wyzwianie energii tkwiącej w niepokojach i rozterkach podwładnych. Może to osiągnąć, jeśli będzie inteligentnie i elastycznie dobierał role, stosowne do szczegółowego celu oddziaływania.
16:35-16:50	Losowanie i rozdanie nagród oraz zakończenie konferencji

Organizator zastrzega sobie możliwość zmian w programie, natomiast nie ulegnie zmianie ramowy czas kongresu, czyli godziny 8:00-17:00.

PARTNERZY MERYTORYCZNI



PARTNERZY MEDIALNI



SPONSORZY I WYSTAWCY



ORGANIZATOR