

Jak zoptymalizować sprzedaż B2B dzięki AI, automatyzacji i e-commerce. Ostatnia szansa na rejestrację!

Jak zwiększyć sprzedaż bez rozbudowywania zespołu handlowego? Które procesy warto zautomatyzować i jak wykorzystać sztuczną inteligencję, by zdobywać klientów oraz ograniczać koszty? Odpowiedzi na te pytania przyniesie 3. edycja Konferencji E-commerce B2B, która odbędzie się 5 listopada w Warszawie. Udział dla firm produkcyjnych i handlowych jest bezpłatny, ale wymaga wcześniejszej rejestracji i akceptacji zgłoszenia przez organizatora. To ostatni moment, by zgłosić swój udział.

Sprzedaż B2B coraz mocniej przenosi się do świata cyfrowego. Klienci oczekują wygodnych zakupów online, szybkiej obsługi i oferty dopasowanej do ich potrzeb. Firmy z kolei szukają sposobów na zwiększenie efektywności handlowców, lepsze wykorzystanie danych i ograniczenie kosztów obsługi zamówień. Do tego dochodzi sztuczna inteligencja, która zmienia zarówno sposób wyszukiwania dostawców, jak i codzienną pracę działów sprzedaży i marketingu.

Jak przełożyć te zmiany na konkretne wyniki biznesowe? Temu zagadnieniu poświęcona jest Konferencja E-commerce B2B – jedyna impreza w Polsce w całości skoncentrowana na optymalizacji handlu B2B z wykorzystaniem e-commerce, automatyzacji i AI.

AI, e-commerce i automatyzacja w praktyce

Program tegorocznej edycji obejmuje zagadnienia, z którymi firmy mierzą się na co dzień. Jak wdrożyć platformę B2B bez niepotrzebnego zwiększania budżetu? Jak przekonać klientów do składania zamówień online, jeśli od lat korzystają z poczty elektronicznej lub kontaktu z handlowcem? Jak uporządkować politykę cenową, ograniczyć błędy i lepiej wykorzystać dane do podejmowania decyzji?

Prelegenci pokażą, jak podchodzić do tych wyzwań z perspektywy biznesowej i technologicznej. W agendzie znalazły się m.in. studia przypadków wdrożeń e-commerce, zastosowania AI w pracy handlowców, automatyzacja procesów sprzedażowych, rozwój widoczności firm w Google i narzędziach AI oraz sposoby na zwiększanie sprzedaży bez proporcjonalnego wzrostu kosztów.

Osobne miejsce zajmą zagadnienia związane z integracją kanałów sprzedaży i logistyki. Uczestnicy dowiedzą się m.in., jak rozwijać sprzedaż w wielu kanałach bez mnożenia magazynów i procesów oraz jak wykorzystać dane do ograniczania strat i poprawy rentowności.

Program został podzielony na dwie równoległe ścieżki, dzięki czemu uczestnicy mogą wybierać wystąpienia odpowiadające aktualnym potrzebom ich firm.

Nie tylko wykłady. Możliwość konsultacji własnych wyzwań oraz networking

Konferencja ma być również okazją do skonfrontowania własnych pomysłów i problemów z doświadczeniem praktyków. W strefie wystawienniczej będzie można porozmawiać z ekspertami o rozwoju platformy B2B, automatyzacji zamówień, integracji systemów, wykorzystaniu AI, marketingu internetowym czy poprawie efektywności sprzedaży. To świetna okazja aby skonsultować swój indywidualny przypadek biznesowy ze specjalistami od handlu B2B.

Integralną częścią wydarzenia będzie również **networking prowadzony przez Grzegorza Turniaka**, mentora i stratega biznesowego, pioniera networkingu w Polsce. Spotkanie z przedstawicielami innych przedsiębiorstw i specjalistami rynku może pomóc w wymianie doświadczeń, nawiązaniu nowych kontaktów oraz znalezieniu inspiracji do dalszego rozwoju biznesu.

Bezpłatny udział dla firm produkcyjnych i handlowych

Trzecia edycja Konferencji E-commerce B2B odbędzie się **5 listopada 2026 r.** w Sound Garden Hotel w Warszawie. Wydarzenie potrwa od godz. 9.00 do 16.30.

Udział jest bezpłatny dla firm produkcyjnych i handlowych, po wcześniejszej rejestracji i uzyskaniu akceptacji zgłoszenia przez organizatora.

Rejestracja i program wydarzenia: <https://www.ecommerceb2b.pl/>

Wydarzenie posiada akredytację DIMAQ.

Organizatorem Konferencji E-commerce B2B jest Promedia Jerzy Osika. Patroni Honorowi: Polska Agencja Inwestycji i Handlu, Krajowa Izba Gospodarcza, Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli, Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, Związek Przedsiębiorców Przemysłu Mody Lewiatan, PIOT Polska Izba Odzieżowo Tekstylna, Izba Bawełny w Gdyni, Meble Polska, Międzynarodowe Targi Francuskie, Targi Frankfurt.

Partnerzy Główni: AtomStore, Satisfly, Tebim, Trust Luna, Aurora Creation, Aplitt. Partnerzy Strategiczni: Univio, Sellina by Cognize, Strix, Crehler, Strigoo, E-Handelwpraktyce, Waynet, Hummerce by Best.Net, E-Multicontent, Ido Sell, Ideo, Media4U, Traffic Trends, XBS Logistics, Whites, Merce, Numbers&Intuition, Ecomail, Macopedia. Partnerzy: Boring Owl, 3LP

Sponsorzy Upominków: Ideo, Teatr Kamienica, Felicità Italo Bistro, Food Hall Browar, Teatr Sabat, Candle Live Music, Wings, Altom Design.

Firma Promedia Jerzy Osika powstała w 1998 roku w celu dostarczania profesjonalnej wiedzy przydatnej w pracy i prowadzeniu biznesu. Misją firmy jest pomaganie przez informowanie, inspirowanie i integrowanie. Promedia realizuje swoją misję organizując wydarzenia (szkolenia, seminaria, konferencje, targi), które dostarczają wiedzy i są platformą spotkań służących wymianie informacji i integracji środowisk. Prowadzi warsztaty strategiczne i świadczy usługi doradcze pomagające firmom w budowaniu skutecznych strategii, jak też w identyfikacji potrzeb rozwojowych. Organizuje takie wydarzenia, jak: Cross Border E-commerce, E-commerce B2B, Home&Garden Congress, Fashion Business Congress.