

Światem rządzi eCommerce?

Na to wszystko wskazuje, a przynajmniej w świecie marketingu. To właśnie bardzo prężnie rozwijające się w ostatnich miesiącach środowisko eCommerce zdominowało trzecią już edycję bezpłatnej konferencji online, GMC Live! Twórca jednej z największych konferencji marketingowych w Polsce, Grupa MTP, postanowił czasowo przenieść swój format do sieci i robić to co umie najlepiej - przekazać wiedzę, podzielić się trendami i zainspirować do działania.

3 grudnia na fan page'u oraz na kanale YouTube Golden Marketing Conference punktualnie o 10:00 rozpoczęło się wydarzenie GMC Live! vol. 3, które od pierwszych dni promocji stawiało na dużą dawkę wiedzy z zakresu eCommerce. I organizator dotrzymał słowa. Transmisję rozpoczęła prelekcja „Pytania o eCommerce - jaką platformę sprzedażową wybrać?” Tymoteusza Stengerta, New Business Lead w Sylius oraz Tomasza Grzemskiego, CEO i Co-Founder, Macopedia. Mogliśmy się z niej dowiedzieć jakie platformy sprzedażowe dostępne są na rynku, jaka platforma sprzedażowa jest odpowiednia na dla konkretnego rodzaju eCommerceu oraz o czym warto pamiętać planując rozwój eCommerce. Kolejne prelekcje dotyczyły wsparcia sprzedaży w handlu elektronicznym przez kampanie prowadzone przez Facebook Ads, tu wykład wygłosiła Monika Czaplicka, CEO w Wobuzz. Natomiast o wsparciu eCommerce przez narzędzia Google opowiedział CEO DevaGroup, Krzysztof Marzec. Kolejnym prelegentem, który wystąpił na wirtualnej konferencji był Dawid Fucia, Sales Team Leader w edrone. Przedstawił on w jaki sposób zbierać dane w czasach gdy jesteśmy bardzo mocno oszczędni w przekazywaniu informacji o sobie, a największy sukces odnoszą Ci, którzy komunikację szyją na miarę swoich odbiorców. Skoro mamy już dane o naszych klientach to jak je analizować i poszukać nowych źródeł by do perfekcji zoptymalizować sprzedaż? Jak sprawić by klienci wracali z poczuciem potrzeby kolejnego zakupu? O tym wszystkim na podstawie kampanii Facebook Ads oraz Google Ads opowiedziała Marta Burchard, Digital Specialist w ToBilet.pl oraz Agencji r360 w temacie „Powracający klient „cytryną” w customersowej lemoniadzie”. Bardzo pozytywnym urozmaicheniem konferencji były tematy z branży, której ogromny potencjał marketingowy jest dopiero co zauważany, mianowicie gaming. O metodach komunikacji w esporcie opowiedziały Karolina Kałużyńska, PR Manager, Gameset oraz Justyna Oracz, Head of Communications w Fantasyexpo. O tym jak trudno wejść na rynek produktów, który już wszystko widział a przy okazji nie rozpychać się łokciami i ugryźć dla siebie kawałek tortu opowiedziała Emilia Kusion, Brand Director w CityDiet. Projekt Golden Marketing Conference od pewnego czasu zahacza także o tematy niezwykle rzadkie na konferencjach, czyli prawo w marketingu. Nie inaczej było tym razem, bo ostatnie dwa 2 lata to prawny roller-coaster dla marketingu. Mityczne RODO nadal utrudnia zamiast ułatwiać, a pod koniec grudnia 2020 r. pojawi się jeszcze jego młodszy brat – Prawo komunikacji elektronicznej. Właśnie o tym w prelekcji „3 kroki do prostszego marketingu, które od dawna są zapisane w RODO.” opowiadał Bartosz Pilc, Radca prawny i partner w Core Law. Następnie Paulina Mazur poruszyła temat wiarygodnego Employer Brandingu, czyli co trzeba zrobić, aby kandydaci uwierzyli, że marka pracodawcy jest atrakcyjna, a Piotr Bucki wprowadził nas w świat błędów poznawczych wpływających na decyzje zakupowe. Natomiast Łukasz Sokołowski, Digital Brand Manager w Citi Handlowy przedstawił jak pochodzić do tworzenia interesujących treści niosących wartość dla odbiorców oraz jak w działaniach tych wykorzystać wizerunek influencerów. Dzień konferencyjny zamknęła rozmowa z Danielem Bossy o lejkach sprzedażowy, czyli jak zbudować długoterminową strategię która zarabia – i to wszystko, oczywiście, w kontekście eCommerce.

Projekt GMC Live! powstał w odpowiedzi na potrzeby rynku marketingowo-eventowego, który w czasie największych obostrzeń wynikających ze światowej pandemii został zobligowany do przeniesienia swoich stacjonarnych spotkań na inne terminy. By móc kontynuować swoją misję prowadzenia rozmów o najnowszych trendach w branży oraz dzielić się dobrymi praktykami marketingowymi stworzyliśmy formułę spotkań online, które mają zagwarantować możliwość nieustannego wzbogacania wiedzy marketingowców i bezpłatnego podnoszenia kwalifikacji.