

ПРАКТИЧЕСКИЙ КУРС

по организации бизнеса интернет-торговли в Украине

ЦЕЛЬ КУРСА:

предоставление участникам качественных практических знаний по системной организации, управлению и оценки эффективности деятельности компаний в сфере интернет-торговли



Українська асоціація
директ маркетингу
Ukrainian direct marketing
association

Уважаемые коллеги!

Электронная торговля в Украине сегодня показывает значительный рост в экономике страны. Однако мы видим дефицит достаточного количества квалифицированных специалистов. С одной стороны, отсутствует базовое системное образование, с другой стороны эта отрасль является достаточно интеллектуально/технологически емкой и в условиях быстрого устаревания знаний есть необходимость оперативно осваивать новые навыки.

Все эти факторы поставили перед нами задачу разработать Обучающий КУРС, который мог бы системно презентовать основные бизнес-процессы, связанные с организацией интернет-продаж в Украине. В работу над этим курсом мы пригласили 18 экспертов-практиков, которые ежедневно в своих направлениях достигают значимых результатов и представляют компании-лидеров отрасли.

В программе предусмотрено 16 специальных модулей (4 часа насыщенной программы; практические задания) и экскурсии на производство ведущих сервисных компаний. Ниже Вы можете ознакомиться с детальной программой Курса.

Задача курса – дать Вам систему координат, в которой Вы могли бы сориентироваться, как эффективно выстраивать бизнес интернет-торговли, выставлять задачи в Ваших командах, оптимизировать все процедуры и масштабировать свой проект.

Мы надеемся, что наши усилия и наша работа будут Вам полезны!

С Уважением,
Валентин Калашник

Павленко Юлия



МЫ БЛАГОДАРИМ ЗА ДОВЕРИЕ И ПОДДЕРЖКУ НАШИХ ПАРТНЕРОВ:

OSDirect
OPEN • STRONG • DIRECT

Roma.net.ua
только эффективный
интернет-маркетинг

promodo

Sputnik
email & sms маркетинг

UNK PARTNERS
ЮРИДИЧНА ФІРМА

USABILITYLAB



Українська асоціація
директ маркетингу
Ukrainian direct marketing
association



В РАМКАХ ОБУЧАЮЩЕГО КУРСА СИСТЕМНО РАССМАТРИВАЮТСЯ ВСЕ ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БИЗНЕСА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ.

Каждый из 16 модулей подготовлен признанными экспертами-практиками, предполагает 4-часовое обучение и выполнение практических заданий.

E-SHOP

ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА

Введение.
Рынок
Интернет-торговли

Организация
системы управления

Юридические
особенности

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Целевая аудитория

Работа
с поставщиками

ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

IT - платформа

Юзабилити

РЕКРУТИНГ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Маркетинг –
как стратегия бизнеса

Интернет-маркетинг

Базы данных

Директ-мейл

Прайс-агрегаторы
и marketplaces

Аналитика

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ЗАКАЗОВ

Центр обслуживания
отребителей

Складская
логистика

Транспортная
логистика



Українська асоціація
директ маркетингу
Ukrainian direct marketing
association

ВСТУПИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ. ОБЗОР РЫНКА И БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ; ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ.

- Вступительное слово и знакомство группы.
- Определение интернет-торговли, ее разновидности и структура в Украине и мире.
- Современное состояние рынка Украины: основные игроки, емкость рынка и тенденции развития.
- Мировые тренды на рынке интернет коммерции: положительные и неудачные примеры развития.
- Интернет-шопинг VS оффлайн шопинг. Multichannel.

ЛЕКТОРЫ:

Валентин КАЛАШНИК, Собственник Маркетинг-Группы OS-Direct (обслуживает Bon Prix, IMP, Witt, Yves Rocher, др.)

Вадим ПИЛИПЕНКО, Бизнес-консультант Allegro Groupe Ukraine.

ТОВАРНЫЙ АССОРТИМЕНТ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

- Общие понятия и определение.
- Глубина и ширина ассортимента.
- Построение товарных линеек.
 - Товарные линейки оффлайн магазина
 - Особенности построение товарных линеек для онлайн-магазина
- Взаимодействие с поставщиками.
 - Условия работы
 - Ценообразование
 - Логистика и хранение
- Взаимодействие с покупателями.

ЛЕКТОР:

Александр ДАРЛАДАН, Бизнес-консультант. Руководитель отдела аудио-видео и мелкой бытовой техники, Mystery Electronics.

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ КОМПАНИИ

- Определение стратегии и целей компании. Построение стратегической карты и определение ключевых финансовых показателей (KPI's).
- Выбор оптимального набора показателей для оценки эффективности торгующего проекта и установления периодичности фиксации показателей.
- Финансы для руководителей. Основные формы отчетов: баланс (активы и обязательства), финансовые результаты, движение денежных средств.
- Ключевые финансовые показатели торговых компаний и управленческая отчетность.
- Процессный подход к управлению. Принципы выделения сети бизнес-процессов в компании.

ЛЕКТОРЫ:

Александр ПРОНИШИН, Бизнес-консультант и тренер.

IT - ПЛАТФОРМА

- Построение эффективной системы поддержки и оптимизации платформы для работы с клиентами и стимулирования продаж.
- Собственный IT департамент vs. аутсорсинговые услуги в рамках создания и управления платформой: преимущества и недостатки.
- Обзор основных платформ в Украине.
- Постановка задач профильному подразделению и методы контроля результативности их выполнения.

ЛЕКТОР:

Сергей КИРИЛЛОВ, Руководитель IT-департамента ModnaKasta.UA

ЮРИДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

- ООО, ЧП. Преимущества и недостатки организационных форм ведения предпринимательской деятельности, построение юридической схемы торгующей компании.
- Интеллектуальные права собственности на торговый знак, сайт, бренд: что это дает торгующему предприятию?
- Общее взаимодействие с госорганами и прохождение контрольных проверок.
- Особенности составления публичных оферт.
- Использование персональных данных клиентов.
- Особенности регулирования рынка E-commerce в Украине.

ЛЕКТОРЫ:

Дмитрий ЙОВДИЙ, Управляющий партнер UNK PARTNERS Law Firm.

USABILITY, USER @ CUSTOMER EXPERIENCE.**МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ ИНТЕРФЕЙС**

- User Experience, как инструмент повышения эффективности бизнеса. Определения и базовые понятия.
- Пользователь: что нам важно о нем знать, ориентируя на него свой бизнес.
- Бизнес: точка баланса между потребностями пользователя и бизнеса.
- Customer Experience: ваш бизнес глазами покупателя. Оценка узких мест бизнеса.
- Тестирование: наука учета эффективности. Набор инструментов для регулярного контроля и постановки задач с целью усовершенствования.

ЛЕКТОРЫ:

Ольга ГОРЕНКО, Руководитель киевского офиса, USABILITYLAB.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ УТП

- Чего хочет украинский потребитель? Методы оценки потребителей и определение целевой аудитории: как это делать, сколько стоит самостоятельная оценка, аутсорсинг, анализ данных оценки потребителей.
- Выбор целевой аудитории, реальная и желаемая целевая аудитория. Что делать, если результаты оценки аудитории отличаются от целевой? Каковы причины? Что делать компании.
- Выбор товарного предложения в связи с целевой аудиторией. Как понять, что нужно целевой аудитории?

ЛЕКТОР:

Анастасия САВЧЕНКО, Бизнес-консультант по интернет-маркетингу.

МАРКЕТИНГ И КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ КАК СТРАТЕГИЯ БИЗНЕСА

- Маркетинг компании, его роль в бизнесе и влияние на стратегию развития компании.
- Определение маркетинговой стратегии предприятия.
- Построение маркетинговых процессов в торгующем предприятии.
- Обзор основных инструментов и порядок их использования.
- Составление медиа-плана продвижения.
- Аутсорсинг маркетинговые кампании: принципы постановки задач, их контроля.
- Оценка результатов и оптимизация затрат.
- Кейсы удачных и ошибочных решений.

ЛЕКТОРЫ:

Артем ИВАСЮК, Начальник управления маркетинга интернет-аукциона Аукро Украина.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: РЕКРУТИНГ НОВЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- Организация комплексной активности в Интернете.
- Основные инструменты. Их особенности и стоимость:
 - SEO
 - Контекстная реклама
 - Продвижение в социальных сетях
- Оценка эффективности данных инструментов.

ЛЕКТОРЫ:
Александр ПЛЕТНЁВ, Координатор проектов, Promodo.

АНАЛИТИКА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

- Роль аналитики в бизнес-процессах компании
- Обзор основных инструментов:
 - Google Analytics
 - Yandex Metrix
- Критерии выбора инструмента и использования в рамках задач проекта.
- Базовые кейсы и нестандартные приемы использования аналитики.

ЛЕКТОРЫ:
Роман РИБАЛЬЧЕНКО, Domovoz.com.ua, Intimo.com.ua, Roma.net.ua

БАЗЫ ДАННЫХ (БД)

- Что такое база данных и какой она должна быть: общие принципы сбора, обработки данных и структурирование информации.
- Стандартизированные значения, маски, административные правила.
- Создание БД. Критерии «хорошей» базы.
- Типичные ошибки и некорректности в БД. Их цена. Способы исправления и избежание типичных ошибок в БД (эталонные справочники; иерархические связи эталонных справочников; справочники «Incoegst»).
- Нетехнические средства защиты информации.
- Дата-майнинг: определение, специфика и основные преимущества в работе с БД. Основные принципы.
- RFM-анализ – классификация базы по параметрам Recency, Frequency, Monetary.
- Обзор программных продуктов для анализа профайлов потребителей с минимальной себестоимостью. Алгоритм взаимодействия.

ЛЕКТОР:
Михаил МУШКИН, Руководитель информационного отдела, Маркетинг-группа OS-Direct (обслуживает Bon Prix, IMP, Witt, Yves Rocher, др.)

ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ОТ ПРИЕМА ЗАКАЗОВ – ДО РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ

- Особенности организации Центра обслуживания потребителей в Украине:
 - Характеристика бизнес-процесса работы контакт центра.
 - Основные каналы приема заказов (телефон, Интернет, почта, смс).
 - Стандарты приема заказов и обработки рекламаций.
- Оценка эффективности работы Центров обслуживания: основные параметры и показатели.
- Работа с аутсорсинговыми Контакт-центрами: методы оптимизации затрат и повышения эффективности.
- Рынок Контакт центров Украины: структура, основные игроки.

ЛЕКТОРЫ:
Анастасия ГАБУРА, Руководитель отдела обслуживания дистанционной торговли, Маркетинг-группа OS-Direct (обслуживает Bon Prix, IMP, Witt, Yves Rocher, др.)

МАРКЕТИНГ НА УДЕРЖАНИЕ: РАБОТА С УЖЕ СУЩЕСТВУЮЩИМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

- Роль email маркетинга в вашем бизнесе.
- Как можно зарабатывать с помощью email маркетинга.
- Методы получения контактной базы.
- Тонкости оформления писем.
- Особенности сегментирования контактной базы.
- Метрики эффективности email маркетинга и бизнеса в целом.
- Как правильно планировать email кампании.
- Как начать, сколько это стоит, и какую платформу выбрать.

ЛЕКТОР:
Дмитрий КУДРЕНКО, директор системы email- и sms-маркетинга eSputnik.
Елена ЖИБУЛЬ, экс email-маркетолог Rozetka.ua.

СКЛАДСКАЯ ЛОГИСТИКА

- Эффективное построение и основные этапы работы с товаром: от поставщика до передачи товара отделу логистики.
- Организация входного и выходного потоков посылок с товаром.
- Особенности комплектации и компоновки заказов.
- Складское обслуживание; методы контроля и оптимизации расходов.
- Комплектация и упаковка: автоматическое VS ручное.
- Возвращенные товары:
 - Прием и обработка.
 - Выявление и анализ причин возврата продукции.
 - Разработка нормативных показателей возврата товаров для различных видов компаний.
 - Методы сокращения возвратов товаров. Примеры из практики.
- Утилизация, стоковая продажа: преимущества и недостатки.

ЛЕКТОР:
Александр ЛАСКАВЫЙ, Руководитель отдела логистики «Yves Rocher Ukraine»

РАБОТА С ПРАЙС-АГРЕГАТОРАМИ И MARKET-PLACES

- Сегмент прайс-агрегаторов. Обзор их возможностей для интернет-магазинов.
- Основные принципы взаимодействия с прайс-агрегаторами.
- Планирование активностей и контроль эффективности.
- Сегмент market-places в Украине. Основные игроки, их специфика.
- Возможности для генерирования заказов для интернет-магазинов в рамках взаимодействия с market-places.

ЛЕКТОР:
Евгений ХАНИН, Руководитель проекта Интернет магазин Praktiker.ua

ТРАНСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА

- Организация доставки товара: виды доставки, основные параметры оценки эффективности.
- Таможенное оформление импортируемых товаров и материалов: процедуры, платежи и клиренс, взаимодействие с брокерами.
- Собственный отдел логистики в структуре компании. Оценка эффективности и контроль затрат. Развитие собственной логистической структуры vs логистический аутсорсинг: за и против.
- Доставка с наложенным платежом / Cash On Delivery (COD).
- Выбор логистического подрядчика:
 - Особенности работы с логистическими подрядчиками.
 - Критерии выбора, специфические условия.
 - Особенности контроля работы с аутсорсинговым логистическим оператором: защита конфиденциальной информации, форма отчетности, оценка качества предоставляемых услуг, штрафные санкции и т.п.

ЛЕКТОР:
Дмитрий ЛАТАНСКИЙ, Руководитель проекта Repka.UA

НАШИ ЭКСПЕРТЫ-ПРАКТИКИ



Валентин КАЛАШНИК
Президент УАДМ, Собственник, Маркетинг-Группа OS-Direct

- Создал ведущее ДМ агентство Украины с собственной производственной базой, которое уже на протяжении 15 лет успешно осуществляет весь спектр услуг в сегменте ДМ и своими проектами далеко известно за пределами Украины.
- Начиная с 2004 года под его началом выводились на рынок на Украины такие известные европейские бренды каталожного бизнеса: Neckermann (Германия), Vopnrix (Польша), IMP (Sweden), Yves Rocher (Франция), Witt international (Германия), Euronova (Италия), Cellbes (Швеция), Blancheporte (Чехия/Франция), и др.
- На протяжении 12 лет является идейным лидером ежегодного Международного бизнес-форума DMDAYS (ранее известный как Дни Директ Маркетинга в Украине) и Международного конкурса маркетинговых коммуникаций Direct Hit



Вадим ПИЛИПЕНКО
Бизнес-консультант по стратегическому маркетингу, Allegro Groupe Ukraine

- Экс-Руководитель департамента маркетинга «Аукро Украина», с начала 2011 года – заместитель генерального директора по стратегическому маркетингу. В данный момент является независимым Бизнес-консультант по стратегическому маркетингу Allegro Groupe Ukraine
- В период пребывания в должности Aukro.ua стал крупнейшим украинским Интернет-аукционом с аудиторией более 1 миллиона пользователей и одной из самых посещаемых торговых площадок в Уанете
- В данный момент является независимым Бизнес-консультант по стратегическому маркетингу Allegro Groupe Ukraine. На сегодняшний день в состав холдинга входят 8 специализированных Интернет-проектов, каждый из которых является лидером своего сегмента



Анастасия САВЧЕНКО
Специалист по интернет-маркетингу

- Запускала и управляла в течении 2-х лет в качестве Руководителя отдела интернет-продажами мультимедийного проекта Telemedia.ua (Директ-ТВ, интернет-магазин, печатный каталог). В рамках проекта отвечала за планирование и контроль бюджета, стратегию развития сайта, контроль подрядчиков, изучение потребителя, маркетинговую стратегии в рамках цифровых медиа.
- В проекте Shopium.ua отвечает за развитие проекта, привлечение корпоративных клиентов и маркетинговую стратегию на основе изучения потребностей клиента.
- Консультирует различные онлайн-бизнесы по позиционированию, продвижению в интернет-пространстве и рекрутинге новых потребителей.



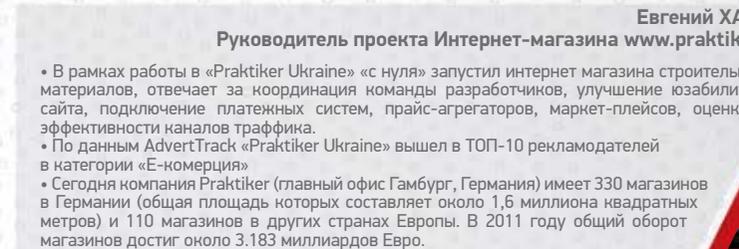
Александр ДАРДАЛАН
Руководитель отдела аудио-видео и мелкой бытовой техники, Mystery Electronics, Бизнес-консультант

- Работал в компаниях «Эльдорадо», «Фокстрот», «Comfy» в категорийном менеджменте, направление ТВ, аудио-видео техника, фото, gaming.
- В сети «Фоксмарт» отвечал за розничные продажи; в компании «Эльдорадо» под его руководством был запущен формат multichannel.
- В данный момент занимает позицию Руководителя отдела аудио-видео и мелкой бытовой техники Mystery Electronics.



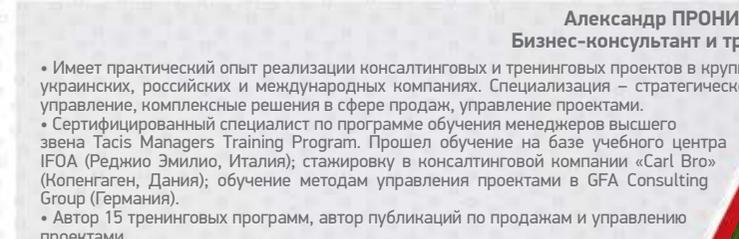
Роман РЫБАЛЬЧЕНКО
Основатель проекта Roma.net.ua

- Директор по маркетингу интернет-магазина Intimo; Предприниматель, партнер в интернет-магазине Domovoz;
- Корпоративный тренер в SEO-Studio. Консультант.
- 6 летний опыт в интернет-маркетинге. Сертифицированный консультант по Google Ad-words в Украине; Google Analytics; e-mail рассылкам MailChimp Expert. Яндекс.Эксперт.



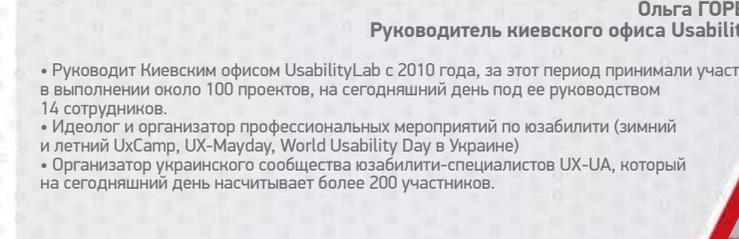
Евгений ХАНИН
Руководитель проекта Интернет-магазина www.praktiker.ua

- В рамках работы в «Praktiker Ukraine» «с нуля» запустил интернет магазина строительных материалов, отвечает за координация команды разработчиков, улучшение юзабилити сайта, подключение платежных систем, прайс-агрегаторов, маркет-плейсов, оценку эффективности каналов трафика.
- По данным AdvertTrack «Praktiker Ukraine» вышел в ТОП-10 рекламодателей в категории «Е-коммерция»
- Сегодня компания Praktiker (главный офис Гамбург, Германия) имеет 330 магазинов в Германии (общая площадь которых составляет около 1,6 миллиона квадратных метров) и 110 магазинов в других странах Европы. В 2011 году общий оборот магазинов достиг около 3.183 миллиардов Евро.



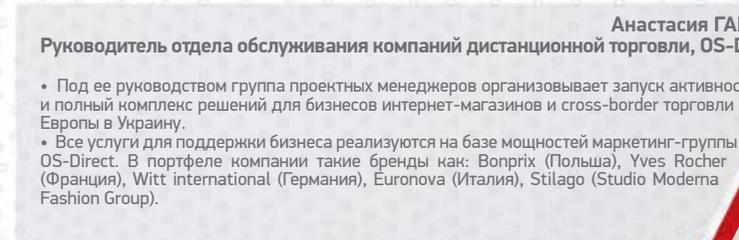
Александр ПРОНИШИН
Бизнес-консультант и тренер

- Имеет практический опыт реализации консалтинговых и тренинговых проектов в крупных украинских, российских и международных компаниях. Специализация – стратегическое управление, комплексные решения в сфере продаж, управление проектами.
- Сертифицированный специалист по программе обучения менеджеров высшего звена Tacis Managers Training Program. Прошел обучение на базе учебного центра IFOA (Реджио Эмилио, Италия); стажировку в консалтинговой компании «Carl Bro» (Копенгаген, Дания); обучение методам управления проектами в GFA Consulting Group (Германия).
- Автор 15 тренинговых программ, автор публикаций по продажам и управлению проектами.



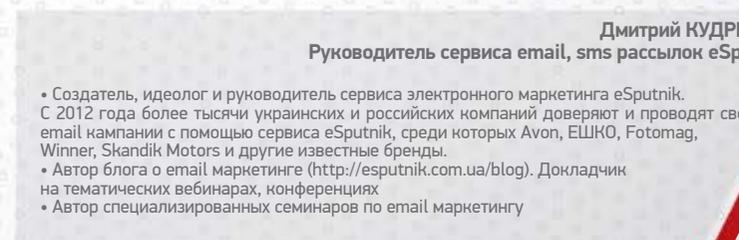
Ольга ГОРЕНКО
Руководитель киевского офиса UsabilityLab

- Руководит Киевским офисом UsabilityLab с 2010 года, за этот период принимали участие в выполнении около 100 проектов, на сегодняшний день под ее руководством 14 сотрудников.
- Идеолог и организатор профессиональных мероприятий по юзабилити (зимний и летний UxCamp, UX-Mayday, World Usability Day в Украине)
- Организатор украинского сообщества юзабилити-специалистов UX-UA, который на сегодняшний день насчитывает более 200 участников.



Анастасия ГАБУРА
Руководитель отдела обслуживания компаний дистанционной торговли, OS-Direct

- Под ее руководством группа проектных менеджеров организует запуск активностей и полный комплекс решений для бизнесов интернет-магазинов и cross-border торговли из Европы в Украину.
- Все услуги для поддержки бизнеса реализуются на базе мощностей маркетинг-группы OS-Direct. В портфеле компании такие бренды как: Vopnrix (Польша), Yves Rocher (Франция), Witt international (Германия), Euronova (Италия), Stilago (Studio Moderna Fashion Group).



Дмитрий КУДРЕНКО
Руководитель сервиса email, sms рассылок eSputnik

- Создатель, идеолог и руководитель сервиса электронного маркетинга eSputnik. С 2012 года более тысячи украинских и российских компаний доверяют и проводят свои email кампании с помощью сервиса eSputnik, среди которых Avon, ESHKO, Fotomag, Winner, Skandik Motors и другие известные бренды.
- Автор блога о email маркетинге (<http://esputnik.com.ua/blog>). Докладчик на тематических вебинарах, конференциях
- Автор специализированных семинаров по email маркетингу



Артем ИВАСЮК
Начальник управления маркетинга интернет-аукциона Аукро Украина

- В 2009 присоединился к проекту Aukro.ua, с 2011 был назначен на позицию начальника отдела маркетинга.
- В рамках проекта отвечает за: маркетинговую стратегию, бюджетирование и контроль эффективности использования бюджета, бизнес- и маркетинговую аналитику, факторный анализ, потребительский анализ, планирование и контроль эффективности работы персонала.
- Сегодня Аукро занимает позицию одного из лидирующих проектов сегмента e-commerce в Украине.



Александр ЛАСКАВЫЙ
Руководитель отдела логистики «Yves Rocher Ukraine»

- В качестве руководителя отдела логистики в мае 2010 присоединился к компании Yves Rocher Ukraine, одного из ведущих игроков Мультиканального проекта дистанционной торговли в Украине.
- В рамках проекта отвечает за мониторинг и управление складскими разрывами, формирование/прогнозирование складских запасов, подготовку поставок продукции из Франции, взаимодействие с таможенными органами в Украине, контроль подрядчика услуг по комплектации посылок, контроль процессов распространения/возвратов почтовых посылок по Украине, взаимодействие с провайдерами почтовых/курьерских услуг.
- Компания Yves Rocher является одним из лидеров дистанционной торговли в Европе, общий оборот - два миллиарда евро и штат сотрудников более 15 тыс. В Украине официально представлена с 2006 года.



Михаил МУШКИН
Руководитель информационного отдела, OS-Direct

- Специализируется на сборе данных из открытых источников, анализе, обработке и чистке данных, разработке структуры хранения связанных данных, дедубликации, настройке автоматических сценариев для телемаркетинга и горячих линий.
- Инициатор и создатель специального справочника Внутригородской почтовой индексации (ВПИ). Автор новых алгоритмов сбора данных, ввел понятие степени доверия записи и формулу ее расчета.
- Выступал в качестве консультанта и исполнителя в более 700 проектах, в рамках которых обработал, проанализировал, провел аудит более 1'000 клиентских баз. Собрал из открытых источников, привел к эталонным справочникам и актуализировал 1,5 млн. записей B2B сектора.



Сергей КИРИЛЛОВ
Руководитель IT-департамента ModnaKasta.UA



Дмитрий ЙОВДИЙ
Адвокат, Управляющий партнер Юридической фирмы UNK PARTNERS

- Имеет 10-летний опыт юридической практики. Специализируется в вопросах налогообложения, юридического сопровождении компаний дистанционной торговли и интернет-магазинов, защиты персональных данных. Имеет успешный опыт ведения резонансных налоговых споров.
- В 2008 году стал партнером Юридической компании «Leetas», с 2013 года - «UNK PARTNERS».
- Ведет активную общественную деятельность: является членом Общественного совета при Министерстве доходов и сборов Украины, секретарем Общественного совета при Государственной службе Украины по вопросам персональных данных, одним из идеологов Общественной инициативы «За гармонизацию законодательства в сфере защиты персональных данных» pdr.net.ua/ua. Выступает в качестве эксперта на конференциях, бизнес - форумах, ведущих юридических и деловых СМИ, телеканалах Украины.



Елена ЖИБУЛЬ
Экс email-маркетолог в интернет-магазине Rozetka.ua



Александр ПЛЕТНЁВ,
Координатор проектов, Promodo

- Опыт управления проектами различного уровня и сложности более 7 лет.
- Одновременно ведет координацию более 20 интернет-проектов различной направленности.
- Принимает активное участие в формировании маркетинговой стратегии и поиске новых инструментов интернет-маркетинга, обладает обширными знаниями в области управления изменениями компании, имеет опыт в поиске компромиссов в случае возникновения противоречий между целями заказчиков и подрядчиков.



Дмитрий ЛАТАНСКИЙ
Руководитель проекта Repka.UA

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОМЕНТЫ

ФОРМАТ КУРСА: 16 тематических модулей
(4 часа практики и задания для самостоятельной работы)

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ КУРСА: 5 ноября – 20 декабря

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ: Конференц-зал Маркетинг-группы OS-Direct
(ул.Старокиевская 10 Г, БЦ Вектор, 4 этаж)

ЭТОТ КУРС БУДЕТ ПОЛЕЗНЫМ ДЛЯ:

- руководителей интернет-магазинов, которые сейчас находятся перед необходимостью масштабировать свой проект и максимально оптимизировать операционные издержки на всех составляющих элементах.
- руководителей структурных подразделений больших компаний, которые хотят в рамках своего профессионального развития и карьерного роста получить системные знания и навыки комплексного управления проектами интернет-торговли.
- предпринимателей, которые уже имеют свой опыт реализации бизнеса в Интернете.

В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ КУРСА УЧАСТНИКИ:

- Приобретут практические знания в области организации бизнеса интернет торговли в Украине.
- Научатся оценивать эффективность бизнеса в целом и отдельно взятых бизнес-процессов;
- Получат рекомендации относительно возможных способов оптимизации бизнес-модели.
- Смогут разработать детальный план продвижения продукции через доступные каналы коммуникаций, эффективное использование маркетинговых инструментов и интегрировать их в общую стратегию продвижения бренда компании.
- Овладеют базовые принципы работы с базами данных для построения эффективных интернет-кампаний.
- Смогут построить эффективную систему приема заказов через все доступные сегодня каналы и наладить регулярный мониторинг качества обслуживания покупателей.
- Приобретут практические знания в сфере организации хранения товаров, комплектации посылок и обработки возвращенных товаров.
- Получат действенный алгоритм выбора и контроля логистического партнера.

Мы будем рады, ответить на Ваши вопросы:
pavlenko@uadm.com.ua
+38044 490 90 88; +38096 75 70 705



Українська асоціація
директ маркетингу
Ukrainian direct marketing
association