

ПРАКТИЧЕСКИЙ КУРС

по организации
бизнеса интернет-торговли
в Украине

ЦЕЛЬ КУРСА:

предоставление участникам качественных
практических знаний по системной организации,
управлению и оценке 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 квалифицированных специалистов. С одной стороны, отсутствует базовое системное образование, а с другой – 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-лидеры 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

Юлия Павленко

МЫ БЛАГОДАРИМ ЗА ДОВЕРИЕ И ПОДДЕРЖКУ НАШИХ ПАРТНЕРОВ:

OSDirect
OPEN • STRONG • DIRECT

Roma.net.ua
только эффективный
интернет-маркетинг

promodo

Sputnik
email и sms маркетинг

интернет-магазин
РЕПКА UA
РЕПКА UA

UNK PARTNERS
ЮРИДИЧНА ФІРМА

ImageCMS
конструктор успешного имиджа

USABILITYLAB

Arbooz.com
социальная сеть для шоппинга

eastlabs
Think Brighter

PRICE.UA
Найди! Сравни! Купи!

PROM.UA

НОВА ПОШТА
ЛІДЕР ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ

DM UA

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

ОФОРМИРОВАНИЕ 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
потребителей

Складская
логистика

Транспортная
логистика



Українська асоціація
директ маркетингу
Ukrainian direct marketing
association

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 гос. органами и прохождение контрольных проверок.
- Особенности составления публичных оферт.
- Использование персональных данных клиентов.
- Особенности регулирования рынка E-commerce в Украине.

ЛЕКТОР:

Дмитрий ЙОВДИЙ, Управляющий партнер UNK PARTNERS Law Firm.

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.

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 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.

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.

ЛЕКТОР:

Александр ПРОНИШИН, Бизнес-консультант и тренер.

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, ориентируясь 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.

ЛЕКТОР:

Ольга ГОРЕНКО, Руководитель киевского офиса USABILITYLAB.

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 маркетинговых кампаний: принципы постановки задач, их контроля.
- Оценка результатов и оптимизация затрат.
- Кейсы удачных и ошибочных решений.

ЛЕКТОР:

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

ТОВАРНЫЙ АССОРТИМЕНТ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

- Общие понятия и определение.
- Глубина и ширина ассортимента.
- Построение товарных линеек:
 - Товарные линейки офлайн магазина
 - Особенности построения 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.

IT - ПЛАТФОРМА

- Построение эффективной системы поддержки и оптимизации платформы для работы с клиентами и стимулирования продаж.
- Собственный ИТ 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

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.

ЛЕКТОР:

Александр ПЛЕТНЁВ, Координатор проектов, Promodo.

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.

ЛЕКТОРЫ:

Дмитрий КУДРЕНКО, Директор системы email- и sms-маркетинга eSputnik.

Елена ЖИБУЛЬ, экс E-mail-маркетолог Rozetka.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 «incorrect»).
- 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.)

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

АНАЛИТИКА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

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

ЛЕКТОР:

Роман РЫБАЛЬЧЕНКО, Domovoz.com.ua, Intimo.com.ua, Roma.net.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»

**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.

ЛЕКТОР:

Анастасия ГАВУРА, Руководитель отдела обслуживания дистанционной торговли, маркетинг-группа OS-Direct (обслуживает Bon Prix, IMP, Witt, Yves Rocher, др.)

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.
 - Критерии выбора, специфические условия.
 - Особенности контроля работы: защита конфиденциальной информации, форма отчетности, оценка качества предоставляемых услуг, штрафные санкции и т.п.

ЛЕКТОР:

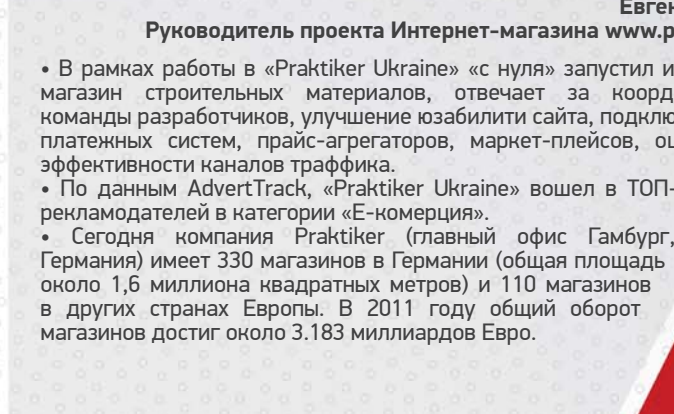
Дмитрий ЛАТАНСКИЙ, Руководитель проекта Repka.UA

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 Украины такие известные европейские бренды каталожного бизнеса: Neckermann (Германия), Bonprix (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 известного как Дни Директ Маркетинга в Украине) и Международного конкурса маркетинговых коммуникаций Direct Hit.



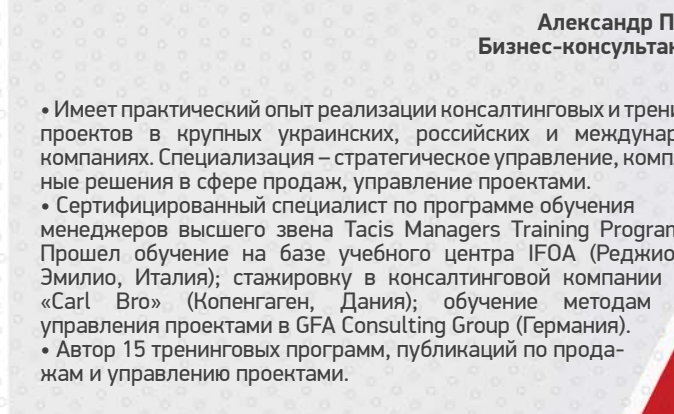
Евгений ХАНИН
Руководитель проекта Интернет-магазина www.praktiker.ua

- В рамках работы в «Praktiker Ukraine» «с нуля» запустил интернет-магазин строительных материалов, отвечает за координацию команды разработчиков, улучшение юзабилити сайта, подключение платежных систем, прайс-агрегаторов, маркет-плейсов, оценку эффективности каналов трафика.
- По данным AdvertTrack, «Praktiker Ukraine» вошел в ТОП-10 рекламодателей в категории «Е-комерция».
- Сегодня компания Praktiker (главный офис Гамбург, Германия) имеет 330 магазинов в Германии (общая площадь 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.



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-консультантом по стратегическому маркетингу Allegro Groupe Ukraine.
- В период пребывания на должности Aukro.ua стал крупнейшим украинским Интернет-аукционом с аудиторией более 1 миллиона пользователей и одной из самых посещаемых торговых площадок в Уанете.
- На сегодняшний день в состав холдинга входят 8 специализированных Интернет-проектов, каждый из которых является лидером своего сегмента



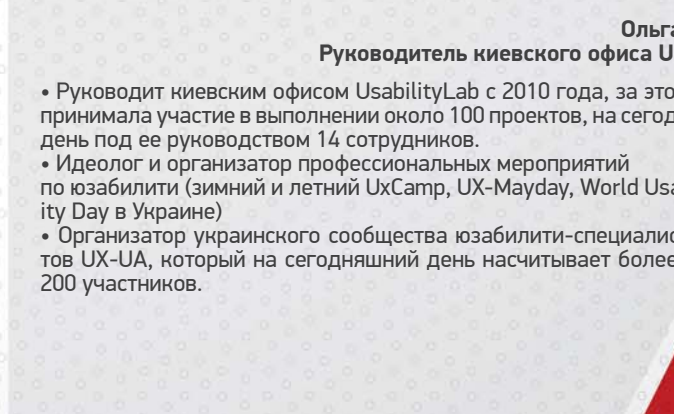
Александр ПРОНИШИН
Бизнес-консультант и тренер

- 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 (Реджо Эмилио, Италия); стажировку в консалтинговой компании «Carl Bro» (Копенгаген, Дания); обучение методам управления проектами в GFA Consulting Group (Германия).
- Автор 15 тренинговых программ, публикаций по продажам и управлению проектами.



Анастасия САВЧЕНКО
Специалист по интернет-маркетингу

- Запускала и управляла в течении 2-х лет в качестве руководителя отдела интернет-продаж мультимедийным проектом Telemidia.ua (Директ-ТВ, интернет-магазин, печатный каталог). Отвечала за планирование и контроль бюджета, стратегию развития сайта, контроль подрядчиков, изучение потребителя, маркетинговую стратегию 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.



Ольга ГОРЕНКО
Руководитель киевского офиса UsabilityLab

- Руководит киевским офисом UsabilityLab с 2010 года, за этот период принимала 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.

НАШИ ЭКСПЕРТЫ-ПРАКТИКИ



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

- Работал в компаниях «Эльдорадо», «Фоксрот», «Comfy» в категорийном менеджменте, направлениях 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.

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: Bonprix (Польша), Yves Rocher (Франция), Witt International (Германия), Euronova (Италия), Stilago (Studio Moderna Fashion Group).



Роман РЫБАЛЬЧЕНКО
Основатель проекта Roma.net.ua, Директор по маркетингу интернет-магазина Intimo, Партнер Domovoz.

- Предприниматель, партнер в интернет-магазине Domovoz.
- Корпоративный тренер в SEO-Studio. Консультант.
- Эксперт интернет-маркетинга, практик. 6 лет занимается интернет-маркетингом.
- С 2011 по 08.2013 был 1 из 3 сертифицированных консультантов по Google Adwords в Украине.
- Третий человек на Украине, который получил сертификацию по работе с системой веб-аналитики Google Analytics.
- Первый на Украине сертифицированный специалист по e-mail рассылкам (MailChimp Expert). Яндекс.Эксперт.
- Он мог работать в Яндекс и Google. Его звали, но он решил быть ближе к Клиентам.
- Автор проекта «Веб-аналитика и интернет-маркетинг на Украине».

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, ЕШКО, 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 одну из лидирующих позиций среди 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, одной 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, услуга взаимодействия с таможенными органами в Украине, контроль подрядчика 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.



M VĚGĚTAL³

НАШИ ЭКСПЕРТЫ-ПРАКТИКИ



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 Внутри-городской 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.



Дмитрий ЙОВДИЙ
Адвокат, Управляющий партнер юридической фирмы UNK PARTNERS

- Имеет 10-летний опыт юридической практики. Специализируется на вопросах налогообложения, юридического сопровождения 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 защите персональных данных, одним из идеологов Общественной инициативы «За гармонизацию законодательства в сфере защиты персональных данных» pdp.net.ua/ua.
- Выступает в качестве эксперта на конференциях, бизнес-форумах, в ведущих юридических и деловых СМИ, телеканалах Украины.



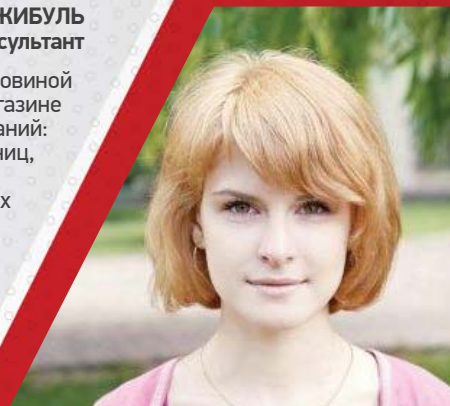
Александр Колб
Генеральный директор Promodo

- Занимается интернет-деятельностью с 2002 года. В 2004 совместно с партнерами основал компанию «Promodo».
- Среди украинских клиентов: интернет-магазин ROZETKA, книжный клуб «Клуб семейного досуга», WINBAU, АЛЛО, gismeteo.ua
- Основоположник крупной Украинской конференции Optimization.com.ua, посвященной поисковой оптимизации сайтов, проходящей ежегодно в Харькове. Автор статей по интернет-маркетингу, ведет собственный блог.



Сергей КИРИЛЛОВ
Руководитель IT-департамента ModnaKasta.UA

- Предприниматель, разработчик.
- Основатель интернет-магазина aromart.ua (продан холдингу OpenMedia) и платформы для интернет-магазинов Shopium.ua.
- Ex-технический директор Zakaz.ua, дважды признанного лучшим стартап проектом Украины.
- В данный момент - технический директор проекта WebShop в компании ModnaKasta



Елена ЖИБУЛЬ
Специалист по email-маркетингу, тренер, консультант

- Занимается email-маркетингом с 2010 года. За два с половиной года работы на должности email-маркетолога в интернет-магазине Rozetka.ua разработала стратегию по запуску email-кампаний: сегментация, разработка шаблонов и посадочных страниц, контент-наполнение, планирование и аналитика.
- Разрабатывает email-кампании для украинских и зарубежных e-commerce проектов.
- В данный момент - независимый практик, тренер, консультант и аналитик в области email-маркетинга.



Дмитрий ЛАТАНСКИЙ
Руководитель проекта Repka.UA

Интернет-магазин «Repka.UA» работает на украинском рынке с 2009 года. В ассортименте магазина около 20 000 товаров. Компьютерная и портативная техника, потребительская электроника, бытовая техника, товары для туризма, активного отдыха, сада, дома, товары для детей, которые превращают интернет-магазин «Repka.UA» в универсальную шопинг-площадку для всей семьи.

ТАЙМИНГ КУРСА

1	Вступительный модуль. Обзор рынка и бизнес-моделей в интернет-торговле. Тренды развития	05.11.2013	В. Калашник В. Пилипенко
2	Организация системы управления предприятием и оценка эффективности работы компании	07.11.2013	А. Пронишин
3	Юридические особенности ведения интернет-торговли в Украине	11.11.2013	Д. Йовдий
4	Целевая аудитория и формирование УТП	13.11.2013	А. Савченко
5	Товарный ассортимент в розничной торговле	15.11.2013	А. Дарладан
6	IT-платформа	18.11.2013	С. Кириллов
7	Usability, User & Customer Experience	21.11.2013	О. Горенко
8	Маркетинг и каналы коммуникаций с потребителями как стратегия бизнеса	25.11.2013	А. Ивасюк

ТАЙМИНГ КУРСА

9	Интернет-маркетинг: рекрутинг новых потребителей	28.11.2013	А. Колб
10	Работа с базами данных	02.12.2013	М. Мушкин
11	Маркетинг на удержание: работа с уже существующими потребителями	05.12.2013	Д. Кудренко Е. Жибуль
12	Аналитика для интернет-магазинов	09.12.2013	Р. Рыбальченко
13	Работа с прайс-агрегаторами и market-places	12.12.2013	Е. Ханин
14	Обслуживание потребителей: от приема заказов до разрешения конфликтных ситуаций	16.12.2013	А. Гавура
15	Складская логистика	18.12.2013	А. Ласкавый
16	Транспортная логистика	20.12.2013	Д. Латанский

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)

СТОИМОСТЬ КУРСА: 6900 грн. Для осеннего сезона – предусмотрены специальные приятные бонусы. Пожалуйста, обращайтесь к организаторам.

ЭТОТ КУРС БУДЕТ ПОЛЕЗНЫМ ДЛЯ:

- Руководителей интернет-магазинов, которые сейчас стоят перед необходимостью масштабировать свой проект и максимально оптимизировать операционные издержки на всех составляющих этапах.
- 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 базовыми принципами 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