

W dniach 10-11 października 2007 r., w siedzibie Agory w Warszawie, odbyła się I edycja konferencji „Lojalność na zawsze. Specyfika programów lojalnościowych”.

Celem Konferencji było omówienie tematyki programów lojalnościowych, aspektów ich tworzenia oraz przykładów wdrożeń. Skierowana została przede wszystkim do firm sektora FMCG, firm działających w Internecie oraz dla branży finansowej.

Licznie zgromadzeni goście Konferencji mieli okazję zapoznać się z ofertą firm, zajmujących się tworzeniem systemów i programów lojalnościowych oraz posłuchać prezentacji przedstawiających najlepsze wdrożenia takich programów na naszym rynku. Konferencja dała również okazję do wymiany poglądów i dyskusji na temat działania największych programów multipartnerskich.

Wykład wprowadzający do tematyki programów lojalnościowych wygłosił Hubert Łącki z firmy MarketShare. W dalszej części sesji głównej swoją ofertę systemów lojalnościowych przedstawił **Sponsor konferencji** – firma **LaSer Symag Polska**, która jest częścią grupy **LaSer Loyalty**. Maria Montagnac, dyrektor administracyjny oraz Mariusz Czekaj, konsultant ds. oprogramowania Visual Leader Loyalty z LaSer Symag Polska opowiedzieli o idei systemu lojalnościowego. Następnie o skuteczności wykorzystania baz danych w programach lojalnościowych mówił Robert Kobot z firmy Databroker. Natomiast Dagmara Duniec-Piętak, przedstawicielka **Comarch S.A.**, Partnera Biznesowego Konferencji przedstawiła możliwości wspomagania programów lojalnościowych przez zaawansowane technologie informatyczne. Na zakończenie sesji głównej, o relacjach między efektywnością nagrody a jej kosztem opowiedziała Ewa Wolska, z firmy **Sodexo Pass Polska** – również Partner Biznesowy Konferencji.

Popołudniowa część Konferencji, została podzielona na dwie sesje tematyczne: **Internet i finanse** oraz **FMCG**.

Podczas pierwszej sesji, o tym, jak zbudować system lojalnościowy w Internecie opowiedział Wiktor Sarota – współzałożyciel firmy Lopre.pl. Natomiast o efektywności programów lojalnościowych pod względem branży mówił dr Piotr Kwiatek – adiunkt Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Sesję zamknęła prezentacja Mateusza Ostrowskiego, analityka Open Finance, odpowiadająca na pytanie „Czy banki cenią lojalnych klientów?”

W równolegle prowadzonej sesji drugiej, skierowanej do firm sektora FMCG, o wpływie programów lojalnościowych na proces sprzedaży mówiła Anna Kwiatkowska z 5one (LaSer Loyalty). Swoją ofertę zaprezentował również Partner Biznesowy konferencji - **Bank Handlowy w Warszawie S.A.**, który opowiedział o kartach przedpłaconych w programach lojalnościowych i promocyjnych. Sesję tę zakończyła prezentacja firmy CTI Media opisująca projekt branżowej koalicji lojalnościowej HorecaProfit.

Pierwszy dzień Konferencji zamknęło rozwiązanie **konkursu Stalowa Magnolia** na najlepszy program lojalnościowy 2007. Konkurs miał na celu wyłonienie spośród nadesłanych prezentacji najlepszego programu/systemu lojalnościowego 2007 r. Głosowanie odbywało się przez stronę www ABG Centrum Promocji Biznesu oraz podczas Konferencji. Internauci oraz słuchacze Konferencji przyznali nagrodę firmie **Comarch S.A.**, która zaprezentowała system lojalnościowy Comarch Loyalty Management. Zwycięzca otrzymał statuetkę Stalowej Magnolii, tytuł Najlepszy Program Lojalnościowy 2007 oraz przedstawił swój system uczestnikom Konferencji.

Na zakończenie rozlosowaliśmy również drobne upominki dla uczestników, zasponsorowane przez Partnerów Biznesowych – Gazetę.pl oraz firmę Comarch.

Drugiego dnia Konferencji, 11 października, uczestnicy wzięli udział w **warsztacie strategicznym „Budowanie lojalności – wyzwania rynku”**. Warsztat prowadzili Partnerzy Biznesowi konferencji – Client Vela oraz Comarch S.A.

Dziękujemy Sponsorowi Konferencji – firmie LaSer Symag Polska, naszym Partnerom Biznesowym: Comarch S.A., Sodexho Pass Polska, Client Vela, Gazeta.pl oraz Bank Handlowy w Warszawie S.A. za przedstawienie ofert programów i systemów lojalnościowych, oraz pozostałym firmom występującym za wkład. Dziękujemy patronom medialnym, patronowi honorowemu za promocję imprezy oraz uczestnikom za tak liczne przybycie.

Zapraszamy za rok na kolejną edycję konferencji!