



O WYKŁADACH I WYKŁADOWCACH

3. HOME& GARDEN CONGRESS

Cyfrowa (r)ewolucja w e-commerce - mobile, cross-border i...B2B

Maria Burzyńska - New Business Manager w AtomStore

Podczas prezentacji pokażemy, jak krok po kroku budować nowoczesną ścieżkę rozwoju e-commerce w branży Home & Garden: od optymalizacji sprzedaży B2C (krótka ścieżka zakupowa, PWA, UX/UI, sprawna obsługa zwrotów i reklamacji), przez crossborder, aż po naturalne otwarcie się na kanał B2B.

To wystąpienie jest dla marek, które chcą skalować sprzedaż w sposób przemyślany i spójny, bez chaosu technologicznego, wykorzystując jedną platformę do obsługi zarówno B2C, jak i B2B oraz ekspansji międzynarodowej.

Maria Burzyńska - New Business Manager w AtomStore. Z branżą e-commerce związana od 5 lat, a z pracą z klientem - od początku kariery zawodowej. W codziennej pracy stawia na uważność i zrozumienie potrzeb biznesowych sklepów internetowych B2B oraz B2C. W AtomStore wspiera rozwój e-sklepów, oferując funkcjonalną i elastyczną platformę, która rośnie razem z biznesem. Wierzy, że technologia powinna ułatwiać sprzedaż, a nie ją komplikować.

Dlaczego Twój E-commerce nie rośnie (i co z tym zrobić)

Marcin Kamiński, PMO, Omega Code, Marcin Słomiński, Sales Director, Omega Code

Jak ocenić, na jakim etapie rozwoju e-commerce jest Twoja firma i co zrobić, by wejść poziom wyżej? Podczas wykładu pokażemy, jak odróżnić naturalne „bóle wzrostu” od problemów, które blokują sprzedaż online. Opowiemy o decyzjach podejmowanych zbyt wcześnie albo zbyt późno, o pracy z ofertą i danymi oraz o momentach, w których e-commerce zaczyna wymagać innego podejścia niż dotychczas. Całość oprzemy na konkretnych przykładach z naszych wdrożeń.

Marcin Kamiński to lider projektów cyfrowych z ponad 15-letnim doświadczeniem, specjalizujący się w realizacji i skalowaniu platform e-commerce oraz systemów PIM. Jako Project Management Officer w Omega Code prowadzi złożone projekty end-to-end, łączy technologię z celami biznesowymi klientów i dbając o to, by e-commerce faktycznie dowoził wyniki.

Marcin Słomiński od ponad 16 lat pracuje z firmami, które chcą rozwijać swoje systemy i sprzedaż w sposób przemyślany, a nie impulsywny. Jako Dyrektor Sprzedaży w Omega Code łączy perspektywę biznesu i technologii, pomagając klientom podejmować decyzje, które mają długofalową perspektywę. Wie, jak wygląda transformacja cyfrowa poza slajdami – z ograniczeniami, budżetami i konsekwencjami wyborów.

Jak wygrać w e-commerce w 2026 roku. Jak AI, dane i technologia napędzają wzrost w branży Home & Garden

Adrian Micek, konsultant i analityk w Strix

Rok 2026 będzie należał do marek Home & Garden, które potrafią wykorzystać e-commerce jako realne narzędzie wzrostu, a nie tylko kolejny kanał sprzedaży. Podczas wystąpienia Strix pokażemy, jak AI, dane i nowoczesne technologie pomagają zwiększać sprzedaż, marżę i skalowalność biznesu - szczególnie w branży o dużej sezonowości i złożonej ofercie produktowej.

W trakcie prezentacji powiemy:

- jak zmienia się rola e-commerce w Home & Garden
- w jaki sposób AI wspiera sprzedaż i marżę
- jak projektować skalowalne technologie, które wspierają sezonowość, omnichannel i sprzedaż międzynarodową,
- jakie są najczęstsze błędy firm Home & Garden w digitalizacji i jak ich uniknąć, zanim spowolnią wzrost.

Adrian Micek - konsultant w Strix. Analityk biznesowy z 8-letnim doświadczeniem. Pracował w branży IT e-commerce, wspierając firmy na platformach Magento, Shopify, VTEX i Pimcore, Ergonode. Specjalizuje się w analizach przedprojektowych oraz prowadzeniu warsztatów z klientami. Jego silne umiejętności analityczne pomagają mu prowadzić firmy przez szczegółowy proces zbierania potrzeb w celu wdrożenia dopasowanych rozwiązań e-commerce. Od ponad 9 lat w branży IT zdobywa nową wiedzę oraz wdraża dobre praktyki i sprawdzone procesy w pracy.

Konkurencja mówi Ci więcej niż myślisz - trzeba tylko wiedzieć, gdzie patrzeć. Analiza konkurencji w 5 krokach

Adam Butor, New Business Manager, numbers & intuition

Konkurencja zostawia więcej śladów niż planuje – trzeba tylko wiedzieć, gdzie patrzeć. Podczas prelekcji pokażemy, jak samodzielnie i szybko analizować działania konkurencji bez płatnych narzędzi i długich raportów. Przejdziemy przez miejsca, w których widać realne decyzje biznesowe – od wyszukiwarki po reklamy i marketplace. To podejście pozwala uniknąć zgadywania i kopiowania w ciemno, a zamiast tego skupiać czas i budżet na tym, co faktycznie ma sens. Po tej prelekcji każdy uczestnik będzie w stanie samodzielnie przeprowadzić taką analizę w swojej firmie.

Adam Butor to doświadczony New Business Manager w agencji numbers & intuition, specjalizujący się w rozwoju sprzedaży oraz partnerstw strategicznych. Od ponad 10 lat działa na styku e-marketingu, sprzedaży i technologii, współpracując z kluczowymi markami i partnerami na rynku polskim oraz rynkach europejskich. W swojej karierze odpowiadał m.in. za rozwój portfolio klientów, skalowanie produktów digitalowych, budowę brandów oraz realizację kampanii 360° opartych o dane i mierzalne KPI. Doświadczenie zdobywał zarówno w dużych grupach mediowych, jak i w dynamicznych projektach startupowych oraz e-commerce, łącząc perspektywę agencji, klienta i właściciela biznesu. Ceni podejście strategiczne, efektywność oraz partnerskie relacje biznesowe.

Zaufanie sprzedaje. Jak budować wiarygodność w e-commerce w erze fałszywych sklepów i sztucznej inteligencji?

Jacek Kilian, Head of ACT Poland, Trusted Shops

Rosnąca liczba fałszywych sklepów, generowane przez AI treści i opinie, oraz coraz większa nieufność konsumentów sprawiają, że zaufanie stało się kluczowym czynnikiem sprzedaży w e-commerce. Klienci kupują dziś nie tam, gdzie jest najtaniej, lecz tam, gdzie czują się bezpiecznie.

Podczas prezentacji pokażemy:

- Na jakie zagrożenia kupujący muszą dziś zwracać uwagę
- Jakie elementy realnie budują wiarygodność sklepu online
- Jak opinie i transparentność w zarządzaniu nimi wpływają na konwersję i wartość koszyka
- W jaki sposób Trusted Shops wspiera sklepy w budowaniu długofalowego zaufania i przewagi konkurencyjnej.

Zapraszamy, by porozmawiać o praktycznym podejściu, realnych liczbach i jasnych wnioskach dla właścicieli sklepów, managerów e-commerce i zespołów sprzedaży.

Jacek Kilian - od ponad dekadę związany z branżą SaaS i e-commerce, gdzie wspiera rozwój firm zarówno na rynku polskim, jak i w całej Europie. Jako dyrektor polskiego oddziału Trusted Shops odpowiada za realizację strategii i rozwój usług, z których korzysta ponad 32 000 sklepów internetowych. Kluczowym obszarem jego działalności jest budowanie „Community of Trust” – największej europejskiej społeczności kupujących, zrzeszającej 45 milionów konsumentów korzystających z ochrony kupujących Trusted Shops oraz milionów opinii klientów. W ramach Trusted Shops koncentruje się na dostarczaniu e-sklepom narzędzi zwiększających ich konkurencyjność zarówno lokalnie, jak i w obszarze cross-border: od Certyfikatu Jakości, poprzez integrację z Google i system opinii konsumentckich, po kompleksowe wsparcie prawne umożliwiające bezpieczne prowadzenie sprzedaży online.

AI w konfiguratorach produktów – sprzedaż bez chaosu w Home & Garden

Błażej Łukomski, CEO Best.net&Hummerce

Branża Home & Garden to tysiące wariantów, parametrów i opcji, które często utrudniają klientom podjęcie decyzji zakupowej. Podczas prezentacji pokażemy, jak konfiguratory produktów porządkują złożoną ofertę oraz jak AI wzmacnia ich skuteczność. Omówimy m.in. sugerowanie najbardziej prawdopodobnych wyborów, generowanie opisów i wizualizacji produktów oraz wykrywanie błędów w konfiguracjach. Pokażemy, jak AI skraca ścieżkę zakupową, redukuje porzucenia koszyka i zwiększa konwersję w sprzedaży mebli, wyposażenia i produktów dla domu i ogrodu.

Błażej Łukomski to doświadczony ekspert e-commerce i technologii cyfrowych, związany z branżą od 2000 roku. Założyciel i CEO agencji Best.net oraz platformy e-commerce Hummerce, specjalizującej się w rozwiązaniach dla sprzedaży B2B i B2C. Jako analityk i strateg wspiera firmy w skalowaniu sprzedaży online, optymalizacji procesów oraz praktycznym wykorzystaniu danych i AI. Realizował wdrożenia zaawansowanych platform e-commerce, rozwijał konfiguratory produktów i inteligentne moduły personalizacji. Regularny prelegent konferencji branżowych, autor publikacji i prowadzący warsztaty z zakresu e-commerce, AI i transformacji cyfrowej.

Home & Garden bez granic - jak skutecznie sprzedawać online w Rumunii. Marketplace, własny sklep i logistyka cross-border

Monika Kosmowska, Head of Business Development

Rumunia to jeden z najszybciej rosnących rynków e-commerce w regionie CEE - w 2024 roku wartość sprzedaży online wzrosła o ok. 8% r/r, przy jednoczesnym wzroście liczby zamówień o blisko 3%. Kategoria Home & Living / Dom i Ogród należy do najczęściej kupowanych online - produkty z segmentu Home & Deco wybiera ponad 30% rumuńskich e-konsumentów. Podczas wykładu uczestnicy dowiedzą się, kim są rumuńscy kupujący, w jakich kanałach warto sprzedawać oraz jak logistyka, dostawa i płatność za pobraniem wpływają na konwersję i skalowanie sprzedaży.

Źródło danych: MerchantPro eCommerce Insights 2025

Monika Kosmowska - Head of Business Development w Romania Express Courier & Logistics oraz Product Manager w Respect - Romanian Ecommerce Standards. Z wykształcenia i pasji – kulturoznawczyni. Ekspertka cross-border e-commerce. Od ponad sześciu lat skutecznie łączy wiedzę z zakresu e-commerce i lokalnych rynków z umiejętnością interpretowania kontekstu kulturowego, wspierając firmy w rozwoju międzynarodowym. Posiada ponad 15-letnie doświadczenie we współpracy z firmami z sektora B2B, w tym z branży Home&Garden. Prywatnie pasjonatka Czech i Bałkanów.

Ścieżka klienta w sklepach z branży Home & Garden: błędy, które warto naprawić

Lidia Aksiuk, UX Designer w Media4U

Nieczytelna struktura kategorii i nawigacja, brak lub źle zaprojektowane filtry, słaba prezentacja produktów - to tylko niektóre z najczęstszych błędów UX/UI w sklepach internetowych z branży Home & Garden (B2C), które realnie wpływają na konwersję i decyzje zakupowe klientów.

Pokażę:

- jak zachowują się klienci B2C w tej kategorii,
- czego oczekują od sklepu w branży Home & Garden,
- na jakich elementach UX najczęściej podejmują decyzję o zakupie lub rezygnacji.

Wskażę konkretne błędy na bazie analizy blisko 80 sklepów z tej branży oraz pokażę, jak można je naprawić. Podpowiem, jak lepiej projektować sklepy, wykorzystywać testy z użytkownikami i desk research, jak pracować z audytami UX oraz na co zwracać uwagę przy redesignach i nowych wdrożeniach.

Lidia Aksiuk - UX Designer w Media4U. Projektantka UX/UI i badaczka z 6-letnim doświadczeniem w pracy nad produktami cyfrowymi dla rynków B2B i B2C. Wcześniej zajmowała się zarządzaniem projektami, co dziś przekłada się na skuteczne planowanie procesów UX, sprawną współpracę z zespołami oraz łączenie perspektywy biznesowej z projektową. Na co dzień projektuje rozwiązania cyfrowe i prowadzi badania UX - od analizy rynku i użytkowników, przez definiowanie problemów i hipotez, po testowanie i optymalizację produktów. Współpracowała z takimi markami jak Volkswagen, Škoda, Amica, Teva, OLX, Bonprix, Ryłko oraz CarFree. Dzieli się wiedzą jako wykładowczyni w CodeBrainers. Jest mentorką w programach Design Mentorship oraz Tech Leaders. Píše artykuły dla bloga Media4U

oraz czasopisma Online Marketing, poruszając tematy związane z UX, AI oraz e-commerce, łącząc praktykę projektową z analizą trendów technologicznych.

Jeden sklep, trzech klientów. Jak w Home & Garden połączyć B2C, B2B i „B2B zachowujące się jak B2C” bez chaosu w sprzedaży

Barbara Tatar, konsultant biznesowy project manager „E-handel w praktyce”, Łukasz Janik, CEO w Waynet

Sklepy Home & Garden coraz częściej sprzedają jednocześnie do klientów detalicznych, hurtowych i profesjonalistów. Problem w tym, że każda z tych grup wymaga innych procesów zakupowych, cenowych i logistycznych. Podczas prelekcji pokażemy trzy realne ścieżki rozwoju e-commerce, które pozwalają ten chaos uporządkować i dopasować sprzedaż do różnych modeli biznesowych.

Istotnym elementem będzie elastyczność rozwiązania PrestaShop, które pozwala rozwijać sklep etapami, reagować na zmieniające się potrzeby rynku i świadomie projektować sprzedaż, bez zamykania się na jedną koncepcję już na starcie.

Na konkretnych przykładach pokażemy, jak narzędzie Waybox wspiera funkcjonalności B2B oraz jak przygotować biznes i procesy do takiego wdrożenia. Prelekcja łączy perspektywę wdrożeniową z doradczą, opartą na doświadczeniu Barbary Tatar (E-handel w praktyce) w porządkowaniu sprzedaży i strategii e-commerce w branży Home & Garden.

Barbara Tatar jest znana pod marką „E-handel w praktyce”. Pracowała jako tester, project manager oraz product manager oprogramowania e-commerce. Wdraża e-commerce B2B(2C) w polskich MŚP. Wykonuje projekty funkcjonalne stron internetowych oraz audyty sklepów. Przez ponad 5 lat tworzyła aplikację dla branży finansowej, koordynując współpracę z zewnętrzną agencją IT. Budowała rozwiązania funkcjonalne dla klientów korporacyjnych z sektora FMCG i dla branż technicznych na różne rynki (polski i zagraniczne). Zarządzała spółką MŚP z branży finansowej, obejmując stanowiska dyrektorskie oraz prezesa. Obecnie prowadzi wdrożenia platform e-commerce B2B(2C) w polskich firmach MŚP. Prowadzi proces E2E, począwszy od strategii e-commerce, przygotowania i analizy przedwdrożeniowej aż do uruchomienia sprzedaży.

Łukasz Janik - CEO Waynet z ponad 10 letnim doświadczeniem we wdrożeniach e-commerce. Z sukcesem prowadził wdrożenia platform B2B dla takich firm, jak Gerlach, Annabelle Minerals, Focus Garden, Pakujto czy Fdirect, począwszy od analizy przedwdrożeniowej, doradztwa, poprzez wdrożenie i uruchomienie, aż po utrzymanie i rozwój. Uczestnik i prelegent na konferencjach związanych z e-commerce.

Amazon w branży Home & Garden: Skalowanie, ochrona marki i marża. Strategia dla producentów

Tomasz Jankowski, Prezes Zarządu Go2Market Sp. z o.o.

Według HDE Online-Monitor 2025, Amazon kontroluje ok. 63% niemieckiego e-commerce. Jeśli Ciebie tam nie ma, oddajesz ten rynek dystrybutorom i taniej konkurencji. To nie jest prelekcja o "zakładaniu konta". To odprawa strategiczna dla producentów Home & Garden. Pokażemy, jak przekuć Twoje największe problemy - gabarytową logistykę i restrykcyjne prawo (LUCID, WEEE,

VAT) - w barierę wejścia dla konkurencji. Dowiesz się, jak wykorzystać wizualne wyszukiwanie (Amazon Lens), by Twoja jakość wygrała z niską ceną rywali. Zamiast obietnic - pokażemy procesy operacyjne, które wdrożyliśmy u liderów branży, zapewniając im bezpieczeństwo i przewidywalny zysk.

Tomasz Jankowski - założyciel i prezes Go2Market Sp. z o.o., ekspert w dziedzinie e-commerce. Posiada bogate doświadczenie w zarządzaniu produktami, rozwoju biznesu, międzynarodowym e-commerce, negocjacjach oraz zarządzaniu łańcuchem dostaw. Jest absolwentem Executive MBA na University of Illinois w Urbana-Champaign oraz University of Strathclyde w Glasgow, na których zdobył tytuły BA oraz MSc. Jego wiedza i doświadczenie czynią go cenionym specjalistą w strategiach sprzedaży na Amazon w kategorii Home and Garden, co znajduje odzwierciedlenie w działalności Go2Market.

Nowa era regulacji UE – co każdy e-commerce musi wdrożyć w 2026 r.

Marcin Tomczak, CEO & Founder ecommerce.legal

Rok 2026 to moment, w którym e-commerce w Unii Europejskiej wchodzi w nową fazę regulacyjną. Prawo przestaje koncentrować się wyłącznie na informowaniu konsumenta, a coraz wyraźniej nakłada na sprzedawców internetowych aktywne obowiązki w zakresie bezpieczeństwa produktów, odpowiedzialności środowiskowej oraz projektowania doświadczeń użytkownika. Dla wielu firm oznacza to konieczność realnej przebudowy procesów, interfejsów i relacji z dostawcami.

Podczas prelekcji omówione zostaną kluczowe wyzwania prawne, z jakimi musi mierzyć się e-commerce w 2026 roku. Szczególna uwaga zostanie poświęcona General Product Safety Regulation (GPSR), która znacząco rozszerza odpowiedzialność sklepów internetowych i marketplace'ów za bezpieczeństwo oferowanych produktów – także tych sprzedawanych w modelu dropshippingowym. Uczestnicy dowiedzą się, jakie obowiązki informacyjne i proceduralne ciążyą dziś na sprzedawcach oraz jak przygotować się na kontrole i sytuacje kryzysowe, takie jak wycofanie produktu z rynku.

Drugim istotnym obszarem będzie EUDR, czyli regulacja dotycząca produktów wolnych od wylesiania. Prelekcja pokaże, dlaczego nowe obowiązki środowiskowe nie są wyłącznie problemem producentów i importerów, ale również sprzedawców online, którzy oferują produkty objęte regulacją. Omówione zostanie znaczenie due diligence w łańcuchu dostaw, ryzyka związane z brakiem dokumentacji oraz konsekwencje marketingowe i prawne nieprawidłowych deklaracji ekologicznych.

Kolejnym kluczowym tematem będą dark patterns, czyli zakazane praktyki projektowania interfejsów, które manipulują decyzjami użytkowników. W 2026 roku organy nadzorcze coraz częściej analizują UX i UI sklepów internetowych, traktując je jako element podlegający ocenie prawnej. Prelekcja wyjaśni, które mechanizmy sprzedażowe, subskrypcyjne i contentowe mogą stanowić naruszenie prawa oraz jak projektować doświadczenie użytkownika w sposób zgodny z regulacjami konsumenckimi i ochrony danych.

Prelekcja ma charakter praktyczny i strategiczny – jej celem jest pokazanie, jak legalnie i bezpiecznie prowadzić sprzedaż online w 2026 roku, minimalizując ryzyko prawne bez rezygnacji z efektywności biznesowej.

Marcin Tomczak – prawnik, założyciel kancelarii ecommerce.legal, specjalizujący się w obsłudze prawnej e-commerce, IT i nowych technologii. W 2024 roku wraz z zespołem wspierał ekspansję zagraniczną ponad 30 polskich firm. Ekspert w zakresie RODO, compliance (np. dyrektywa Omnibus) i cross-border-e-commerce. Regularnie publikuje i prowadzi szkolenia, m.in. w Akademii Allegro.

Cyberbezpieczeństwo w Home & Garden: Jak chronić stabilność sprzedaży i zaufanie Klientów przed technologicznym „pożarem”?

Grzegorz Frątczak, CEO, Convertis

W świecie Home & Garden sezonowość to potężny ruch, ale i ryzyko. Podczas prelekcji pokażemy, jak uniknąć skutecznego ataku hakerskiego w szczycie sezonu i nie tylko. Dowiesz się m.in.:

- jakie są realne przykłady ataków hakerskich i konsekwencji dla sklepów B2B i B2C
- jakie rodzaje ataków są najpopularniejsze w branży
- jak się zabezpieczyć - proste sposoby na już
- jakie są skuteczne i proste procesy do wdrożenia, a także bardziej zaawansowane, by zapewnić bezpieczeństwo Twojego sklepu
- dlaczego rozbudowane konfiguratorry produktów (mebli, ogrodzeń) bywają najstabszym ogniwem systemu i jak je bezpiecznie optymalizować.

Zrozumiesz, że cyberbezpieczeństwo to nie tylko kłódka SSL, ale fundament Twojej sprzedaży i technicznego spokoju.

Grzegorz Frątczak - CEO Convertis – w branży ecommerce od lat wierzy w zasadę, że technologia ma służyć ludziom, a nie na odwrót. Jako właściciel Convertis, największego Software House PrestaShop w Polsce, wnosi do dyskusji doświadczenie oparte na ponad 200 000 godzinach pracy zespołu przy skomplikowanych wdrożeniach. Jego przygoda z ecommerce zaczęła się w 2010 od zbudowania start-upu, który zdobył 20 000 użytkowników. Doświadczony manager z dyplomem MBA i coach. Obecnie przede wszystkim przewodnik po ecommerce dla klientów Convertis, gdzie odpowiada za sprzedaż, marketing i zarządzanie firmą. Prowadzi podcast [“Rozmowy na Zapleczu”](#)

Maro Home: Jak przeżyć lato bez spadków – skuteczna praca z sezonowością w e-commerce

Piotr Maroszek, właściciel marki Maro Home, Zbyszek Śliwiński, Marketing Specialist, adcookie

Kluczowe elementy prezentacji:

- Techniki utrzymania sprzedaży w martwych sezonach.
- Budowanie kalendarza marketingowego wyrównującego wahania sprzedażowe.
- Strategie dywersyfikacji oferty przystosowane do zmian sezonowych.

Piotr Maroszek – właściciel marki MARO HOME, specjalista eCommerce i IT z wieloletnim doświadczeniem. Od lat łączy technologię z pasją do luksusowego wyposażenia wnętrz, tworząc przestrzeń, w której design spotyka się z funkcjonalnością. Ekspert w budowaniu strategii

sprzedaży online i optymalizacji UX, stale rozwija swoją markę, oferując klientom najwyższej jakości produkty do domu.

Zbyszek Śliwiński - Marketing Specialist w adcookie. Od 7 lat wspiera rozwój firm z sektora e-commerce, dostarczając rozwiązania marketingowe, które łączą kreatywność z podejściem analitycznym. Specjalizuje się w działaniach napędzających dynamiczny rozwój oraz skalowanie biznesów online. Na co dzień koordynuje pracę zespołu specjalistów, dbając o precyzyjną realizację strategii, co przekłada się na skuteczność kampanii. Odpowiada także za bezpośredni kontakt z klientami, zapewniając transparentność działań i efektywną komunikację na każdym etapie współpracy. Jego zainteresowania skupiają się na nowoczesnych trendach marketingowych oraz innowacjach, które pozwalają mu wprowadzać świeże rozwiązania do realizowanych projektów, dostosowując je do zmieniających się potrzeb rynkowych.