

Panel 2: Wyzwania Nowej Ustawy Konsumenckiej w konfrontacji z celami sprzedażowymi producentów.

Tematyka panelu:

Polski rynek budowlany i jego otoczenie stale się zmieniają. W ramach tego procesu dojrzewają i rozwijają się same firmy, ale też relacje na linii Konsument–Dystrybutor–Producent. Na dynamikę tych zmian mocno wpływa rozwój technologiczny, który z jednej strony pozwala tworzyć i wprowadzać na rynek coraz bardziej zaawansowane produkty, z drugiej zaś obniża bariery wejścia, powodując mnożenie się nowych dostawców. W tym procesie istotnego znaczenia nabiera jakość obsługi coraz bardziej świadomego konsumenta.

Liderzy, wiodące przedsiębiorstwa rodzimego rynku budowlanego, już od lat koncentrują się na właściwej obsłudze konsumentów. Uregulowania tych relacji dokonał również ustawodawca w nowej ustawie konsumenckiej. Dyskusja w ramach panelu pozwoli dokonać analizy wpływu nowych przepisów prawa na pracę firm produkcyjnych i dystrybucyjnych i związanych z tymi zmianami niebezpieczeństw. Dla przykładu, większa ilość praw konsumentów to większa ilość obowiązków dla przedsiębiorców (m.in. obowiązków informacyjnych względem konsumenta), co powinno znaleźć odzwierciedlenie w stosowanych przez przedsiębiorców wzorcach umów i regulaminów. Oznacza to również w praktyce konieczność nauczenia się nowych zasad postępowania w relacjach z konsumentami.

Dynamiczny rozwój technologiczny, zagraniczni i wewnętrznymi konkurenci, oczekiwania zarządów i właścicieli, potrzeby konsumentów, a także kompetencje i przyzwyczajenia handlowców – to elementy wpływające na działania menedżerów sprzedaży, które w połączeniu z zapisami nowej ustawy, należy wziąć pod uwagę w decyzjach strategicznych i działaniach operacyjnych przedsiębiorstw.

Prowadzący do konkretnych wniosków panel będzie realizowany w formie otwartej dyskusji z udziałem przedstawicieli firm tworzących rynek budowlany, kluczowych instytucji państwowych oraz adwokata z kancelarii prawnej. Moderatorem będzie reprezentant firmy doradczej.