



### Seminarium kosmetyczne

17.10.2019

godz. 8:30 - 15:30

Centrum Informacyjne PAIH, ul. Bagatela 12, 00-585 Warszawa

8:30 – 9:00	Rejestracja uczestników
9:00 – 10:20	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wartość i struktura rynku importowanych kosmetyków</li><li>• Dane o konsumpcji w Chinach</li><li>• Czynniki kształtujące popyt na produkty konsumenckie</li><li>• Kanały dystrybucji kosmetyków</li><li>• Udział sprzedaży online w sprzedaży detalicznej</li></ul>
10:20 – 10:35	Przerwa kawowa
10:35 – 12:00	<ul style="list-style-type: none"><li>• Struktura internautów w Chinach ze szczególnym uwzględnieniem zakupów w sklepach internetowych</li><li>• Najważniejsze promocje internetowe w Chinach</li><li>• Kanały (aplikacje) sprzedaży internetowej w Chinach</li><li>• Behawiorystyka klientów kupujących on-line</li><li>• Cross-border - sprzedaż transgraniczna kosmetyków. Wyjaśnienie modelu, kwestii testów na zwierzętach, zasady wprowadzenia produktu do sprzedaży w tym kanale</li><li>• Zalety i ograniczenia kanału cross-border w kontekście handlu kosmetykami</li><li>• Social media w Chinach, rodzaje platform, charakterystyka, możliwość wykorzystania do wsparcia sprzedaży</li><li>• Influencerzy w Chinach (KOL) - rola, zasady współpracy</li></ul>
12:00 – 13:00	Przerwa na lunch
13:00 – 13:20	<ul style="list-style-type: none"><li>• Produkt - oczekiwania konsumentów wobec importowanych produktów</li><li>• Trendy produktowe</li><li>• Certyfikacja produktu w kontekście sprzedaży krajowej w Chinach, rodzaje certyfikacji formuł kosmetycznej, ich wady i zalety, planowane zmiany w prawie ze szczególnym uwzględnieniem planowanej zmiany w testach na zwierzętach, przygotowanie produktu do uruchomienia sprzedaży</li><li>• Konsekwencje wprowadzenia produktu na rynek niespełniającego standardów jakości / chińskiego prawa</li><li>• Przebieg procesu certyfikacji - schemat i czas trwania</li></ul>
13:20 – 13:35	Przerwa kawowa
13:35 – 15:30	<ul style="list-style-type: none"><li>• Znak towarowy - wyjaśnienie konieczności ochrony znaku towarowego, odzyskiwanie znaku zarejestrowanego w złej wierze przez osobę trzecią</li><li>• Chiński odpowiednik brzmienia znaku towarowego</li><li>• Dystrybucja offline - zasady budowania</li><li>• Rola agenta/przedstawiciela w Chinach w rozwijaniu biznesu</li><li>• Dobre i złe praktyki we współpracy z lokalnym klientem / agentem / przedstawicielem</li><li>• Sesja pytań i odpowiedzi</li></ul>