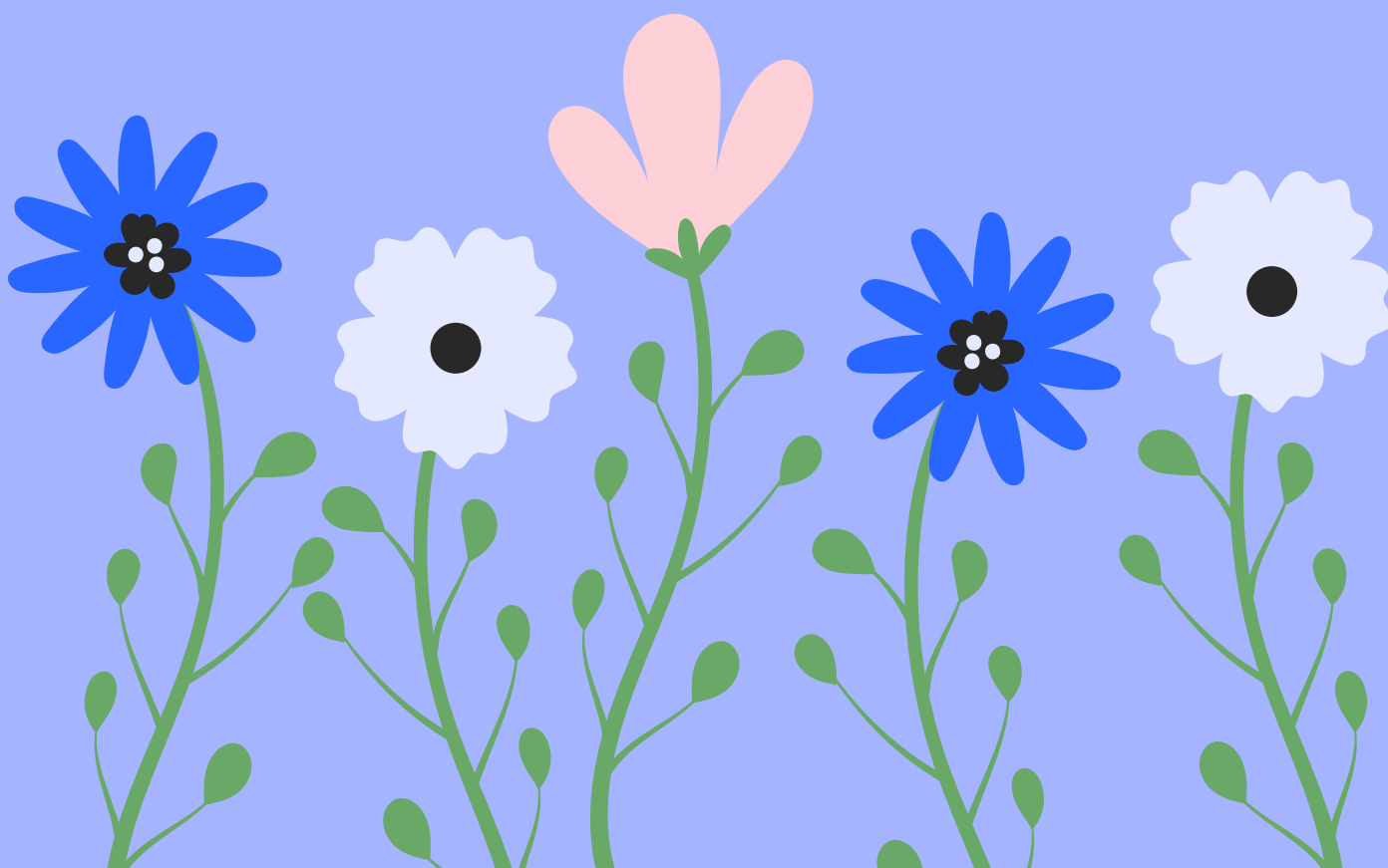


**1** CO NOWEGO  
W SPÓŁKACH?

**3** NASZE NAGRODY  
I WYRÓŻNIENIA

**13** #OEXPOMAGA  
PODSUMOWANIE AKCJI CSR

**14** NOWE TWARZE  
W OEX



# W numerze

## 1 CO NOWEGO W SPÓŁKACH?

- OEX Cursor świętuje 25-lecie działalności
- Lvl Up Media i SellerSwitch łączą się pod wspólnym brandem Lvl Up Commerce

## 3 NASZE NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

- 2. miejsce w konkursie OLX Praca Know How „Liderzy Rekrutacji”!
- Gala finałowa Polish National Sales Awards
- Plebiscyt Ambasadora Segmentu Wsparcia Sprzedaży
- Ambasadorzy Wsparcia Sprzedaży w MerService
- Daria Widurska z tytułem “Ambasadora Wsparcia Sprzedaży”
- Przemysław Orłowski ponownie zaproszony do składu Rady Programowej Konkursu Effective Media & Marketing Awards (EMMA)
- LVL UP COMMERCE na Mapie Branży interaktywnej IAB Poland 2026!

## 5 TAM BYLIŚMY – KONFERENCJE

## 13 #OEXpomaga PODSUMOWANIE AKCJI CSR

- Axendi realizuje akcję na rzecz pomocy zwierzętom

## 14 NOWE TWARZE W OEX

- Ewa Tataradzińska
- Adam Pietruszkiewicz



### Redakcja OEXpress

Małgorzata Fischer: [malgorzata.fischer@oex.pl](mailto:malgorzata.fischer@oex.pl)

Wiktoria Kindziarska: [wiktoria.kindziarska@oex.pl](mailto:wiktoria.kindziarska@oex.pl)

OEX SA / ul.Klimczaka 1 / 02-797 Warszawa

[www.oexgroup.com/](http://www.oexgroup.com/)



# Co nowego w spółkach?



## OEX Cursor świętuje 25-lecie działalności

Od 25 lat Cursor, spółka z Grupy OEX, wspiera rozwój globalnych marek, dostarczając rozwiązania w obszarze outsourcingu wsparcia sprzedaży. Jubileusz stał się okazją do podsumowania dotychczasowych osiągnięć oraz wspólnego świętowania z zespołem, klientami i partnerami spółki.



Wieczór pełen był emocji i refleksji, wzbogacony o liczne atrakcje, takie jak wręczenie statuetek dla Ambasadorów oraz współpracowników z najdłuższym stażem, projekcja jubileuszowego filmu oraz pokazy taneczne.

Całość zwieńczył występ Szymona Marciniaka, który podzielił się zakulisowymi historiami ze światowych boisk. Jego wystąpienie podkreśliło rolę precyzji, odwagi i opanowania – wartości, które pozostają fundamentem skutecznej pracy zespołowej.



*25 lat to historia pełna wyzwań, sukcesów i nauki. Z dumą patrzymy wstecz, ale jeszcze bardziej z entuzjazmem patrzymy w przyszłość – gotowi na kolejne lata rozwoju, innowacji i wspólnych osiągnięć.* – powiedział **Przemysław Bogdański**, CEO Cursor.



# Lvl Up Media i SellerSwitch łączą się pod wspólnym brandem Lvl Up Commerce

Lvl Up Media i SellerSwitch łączą się pod wspólnym brandem Lvl Up Commerce. Zaoferują Klientom obsługę sprzedaży na ponad 20 marketplace'ach w modelu „PLUG – AND – PLAY”

Zintegrowana oferta pozwoli na pełny outsourcing sprzedaży D2C (direct-to-consumer) na marketplace'ach, w tym strategię sprzedaży, kompleksowe zarządzanie kontem i prowadzenie sprzedaży, logistykę, promocję, analitykę czy obsługę klienta. Działania będą realizowane również we współpracy z innymi spółkami z Grupy.

*Rozumiemy duże marki, ich potrzebę kontroli kosztów i systemy raportowania. Współpraca z marką w rozwiązaniach typu „plug-and-play” obejmuje stworzenie strategii, dobór platform i zapewnienie odpowiedniego zespołu oraz narzędzi do realizacji strategii w modelu opartym o przyjęte KPI i odpowiedzialność za wynik.* – **powiedział Adam Wysocki, CEO LVL UP Commerce**

Wyróżnikiem rynkowym spółki jest także podejście data-driven i wieloletnie doświadczenie w obszarze analityki danych. LVL UP Commerce korzysta z autorskich metodyk i narzędzi m.in. do oceny rynku i konkurencji, wrażliwości cenowej czy identyfikacji niszy produktowych.

*Kilkudziesięciu klientów, z którymi współpracujemy w zakresie strategii sprzedaży i analityki danych z marketplace, pozwala nam skutecznie doradzać klientom. Tworzymy dla nich użyteczne dashboardy, służące jako drogowskaz w sprzedaży na platformach. Inną kluczową kwestią jest wzrost znaczenia marketplace i retail media jako kanałów budowania marki. Dlatego nacisk kładziemy również na strategiczne wsparcie obecności online i doświadczenia konsumenta, który łatwiej i szybciej znajdzie, porówna i kupi produkt.* –  **dodaje Adam Wysocki**

LVL UP Commerce chce być beneficjentem rosnącej roli AI, automatyzacji procesów i analityki danych w handlu. Planuje zwiększać portfolio klientów enterprise, którzy są zainteresowani pełną obsługą sprzedaży online, bez konieczności koordynowania pracy kilku dostawców. Funkcjonowanie w ekosystemie Grupy OEX zapewnia wsparcie kompetencyjne i możliwości dynamicznego rozwoju, zarówno poprzez bezpieczeństwo i stabilność finansową jak i postrzeganie na rynku jako część dużej grupy kapitałowej.

LVL UP Commerce (z połączenia LVL UP Media i SellerSwitch) tworzy zespół kilkudziesięciu specjalistów i ekspertów od sprzedaży na marketplace. Oferuje sprzedaż na ponad 20 platformach – od Allegro i Amazona po BOL, Kaufland, Leroy Merlin i wiele innych. Do klientów spółki należą takie firmy jak L'Oréal, Mars czy Nivea.



# NASZE NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

## 2. miejsce w konkursie OLX Praca Know How „Liderzy Rekrutacji”!



Zespół Axendi został doceniony za odkrywanie potencjału młodych talentów, które często mają trudność z otrzymaniem swojej pierwszej szansy, oraz za wspieranie rozwoju ich kompetencji.

**Paulina Zajęc, Beata Nowak, Alicja Czubek, Rafał Włodarczyk, Alicja Hoft** — Wasz wkład był kluczowy dla tego zwycięstwa!



## Gala finałowa Polish National Sales Awards



Konkurs od lat docenia najwyższe standardy profesjonalizmu, innowacyjności i skuteczności w sprzedaży. W tegorocznej edycji Cursor reprezentowało dwóch kandydatów: **Kamil Grabowski** – w kategorii Trener Sprzedaży oraz **Tomasz Staszczuk** – w kategorii Innowacje w Dziedzinie Sprzedaży. Obaj Panowie z powodzeniem przeszli wszystkie etapy konkursu i znaleźli się w ścisłym finale. Dodatkowo Kamil otrzymał wyróżnienie, potwierdzające najwyższy poziom kompetencji trenerskich i jego wpływ na rozwój zespołów sprzedażowych.

**Cursor**  
powered by **OEX**

**Plebiscyt Ambasadora Segmentu Wsparcia Sprzedaży**



Już po raz siódmy Cursor wręczył nagrody w plebiscycie "Ambasador Segmentu Wsparcia Sprzedaży". W tym roku tytuł Ambasadora otrzymali: **Renata Chebda, Zbigniew Puchała**.

**MerService**  
powered by **OEX**

**Ambasadorzy Wsparcia Sprzedaży w MerService**



W MerService po raz kolejny wyróżniono osoby, które swoją codzienną postawą wpływają na rozwój zespołów, jakość projektów i relacje z Klientami. W tym roku tytuł Ambasadora Segmentu Wsparcia Sprzedaży otrzymali: **Tomasz Zygmunt, Dorota Kaczmarek, Tomasz Fijałkowski**

**ProPeople+**  
powered by **OEX**

**Daria Widurska z tytułem "Ambasadora Wsparcia Sprzedaży"**



Co roku w ProPeople wyróżnione zostają osoby, które swoją codzienną postawą, zaangażowaniem i realnym wpływem na innych najlepiej pokazują, czym jest kultura współpracy w praktyce. To plebiscyt, w którym nie liczą się wyłącznie wyniki, ale przede wszystkim wartości, odpowiedzialność i relacje. **Daria Widurska** z pełnym oddaniem wspiera klientów, konsekwentnie dowożąc świetne wyniki. Doskonale rozumie potrzeby zespołów i klientów, działa odpowiedzialnie i zawsze stawia na jakość. Serdeczne gratulacje!





**loyalty point**  
powered by OEX

### Przemysław Orłowski ponownie zaproszony do składu Rady Programowej Konkursu Effective Media & Marketing Awards (EMMA)

EMMA to konkurs branżowy, którego celem jest wyróżnienie najlepszych praktyk spełniających najwyższe standardy w działaniach marketingowych, w zakresie wykorzystania specjalistycznych narzędzi.

### Jesteśmy na Mapie 2026 IAB Polska

iab polska



**lvl up commerce**  
powered by OEX

### LVL UP COMMERCE na Mapie Branży interaktywnej IAB Poland 2026!

Mapa to wyszukiwarka i kompendium wiedzy o firmach i ich markach działających na polskim rynku internetowym.

## Tam byliśmy – konferencje

### **A** Gdzie można było spotkać ekspertów **Axendi**?



CxOutsourcers 2026 Outlook & Networking Lunch w Londynie

Monika Röhr-Łukasik, Head of Advisory & International Growth, reprezentująca Axendi podczas wydarzenia, podzieliła się swoją opinią na temat przyszłości sektora BPO i obsługi klienta.



**WHX – World Health Expo 2026 w Dubaju**

Konferencja polegała na prezentacji nowych technologii oraz na ponownym przemyśleniu sposobu organizacji i świadczenia opieki zdrowotnej. Najbardziej znaczące dyskusje dotyczyły rzeczywistego działania systemów opieki zdrowotnej w codziennej praktyce. W trakcie wszystkich paneli wyraźnie wyłonił się jeden trend: zmienia się sposób funkcjonowania systemów, a ta zmiana na nowo definiuje komunikację i doświadczenia użytkowników.



**Business Services: A Sector in Support of Growth and Expansion**

Podczas konferencji **Monika Röhr-Lukasik**, Head of Advisory & International Growth, przedstawiła case study dotyczące zarządzania operacjami w zakresie obsługi klienta na dużą skalę oraz tego, w jaki sposób zorientowana na wartość obsługa klienta może stać się prawdziwym motorem strategicznego wzrostu. Coraz częściej docenia się fakt, że CX, traktowany jako zdolność strategiczna, a nie wyłącznie funkcja operacyjna, może wspierać skalowalność, ekspansję międzynarodową i długoterminową odporność — zwłaszcza gdy jest realizowany we współpracy z dostawcami usług outsourcingowych skupiającymi się na jakości, ludziach i tworzeniu wartości.





**Think Tank Marka Polska – Now in Poland**

Dyskusje podczas wydarzenia skupiały się wokół kilku kluczowych kwestii:

1. Teraz jest odpowiedni moment, aby zbudować spójną markę Polski, która połączy biznes, naukę i instytucje publiczne,
2. Wciąż istnieje ogromny niewykorzystany potencjał w tym, jak polskie firmy opowiadają swoje historie i promują siebie – oraz Polskę – na arenie międzynarodowej.

Inicjatywa Think Tank Marka Polska powstała właśnie z tego powodu: aby łączyć ludzi i pomysły, pracować nad wspólną, spójną marką „Now in Poland” oraz budować fundamenty do jej promowania na całym świecie.

**E-commerce Berlin Expo**



Wydarzenie okazało się niezwykle cennym doświadczeniem zarówno pod względem merytorycznych rozmów biznesowych, jak i zrozumienia aktualnych wyzwań kształtujących rynek. **Monika Röhr-Lukasik**, Head of Advisory & International Growth, spotkała się z wieloma firmami z branży fintech i logistyki, co po raz kolejny potwierdziło, jak ściśle te dwa segmenty są obecnie powiązane z handlem elektronicznym oraz jak szybko rośnie złożoność ich działalności.

*Szczególną atrakcją była wizyta w strefie Allegro – zarówno z perspektywy naszego partnerstwa, jak i z osobistego poczucia dumy z wkładu w tak złożony i dynamiczny ekosystem – mówi Monika – Równie ważne dla mnie było pozycjonowanie Axendi jako dojrzałego, międzynarodowego dostawcy usług w zakresie CX i optymalizacji operacyjnej, zdolnego do połączenia skali, jakości i technologii w jednym spójnym modelu.*





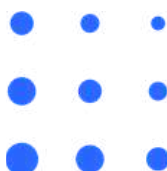
### FinTech Poland

Konferencja stanowiła cenną okazję do lepszego zrozumienia, w jaki sposób regionalne ośrodki innowacji kształtują przyszłość usług finansowych w Polsce. Dyskusje wyraźnie pokazały, że wzrost nie koncentruje się już wyłącznie w dużych stolicach – powstające w całym kraju ekosystemy stają się ważnymi ośrodkami rozwoju branży fintech.

**Angelika Paprocka**, Business Development Manager, opuściła to wydarzenie z umocnionym przekonaniem, że kierunek, w którym rozwija się Axendi, jest dobrze dostosowany do rzeczywistych potrzeb organizacji z branży fintech w całej Polsce. Pozostajemy zaangażowani we wspieranie sektora w budowaniu skalowalnych modeli obsługi klienta i komunikacji, nie tylko w największych miastach, ale w każdym miejscu, gdzie pojawiają się innowacje w branży fintech.

### CCWberlin 2026

**Monika Röhr-Lukasik**, Head of Advisory & International Growth, wzięła udział w wiodącym w Europie wydarzeniu poświęconym innowacyjnym formom dialogu z klientami – konferencji i targach CCW 2026. Nawiązała kontakty z liderami w dziedzinie obsługi klienta i doświadczeń klienta (CX), zapoznała się z najnowszymi rozwiązaniami w zakresie angażowania klientów opartych na sztucznej inteligencji oraz wymieniła spostrzeżenia na temat skalowania wysokowydajnych działań w obszarze CX.



# Gdzie można było spotkać ekspertów Fulfilio?

## Savant Events

Savant London było inspirującym wydarzeniem o dużym znaczeniu dla całej społeczności e-commerce. W ciągu całego dnia przedstawiciele Fulfilio: **Arkadiusz Filipowski**, CEO, **Rafał Kuczmarski**, Sales Director i **Michał Barski**, Head of Marketing mieli okazję porozmawiać z profesjonalistami z wielu branż. Spotkali wiele osób, które były szczerze zainteresowane poznaniem Fulfilio – ich podejścia do skalowalnej realizacji zamówień, logistyki transgranicznej i wydajności operacyjnej.



## eTail Asia 2026 w Singapurze

**Arkadiusz Filipowski**, CEO Fulfilio wziął udział w panelu dyskusyjnym poświęconym globalnej ekspansji, a wraz z dyrektorem ds. sprzedaży, **Rafałem Kuczmarskim**, spotkali się z przedstawicielami azjatyckich marek i firm e-commerce uczestniczących w wydarzeniu. Rozmowy koncentrowały się wokół jednego kluczowego tematu: w jaki sposób azjatyckie marki mogą rozszerzyć swoją działalność na Europę, dysponując odpowiednią infrastrukturą logistyczną – od realizacji zamówień po organizację operacyjną.

## The Economic Partnership Between Poland and Portugal

Wydarzenie poświęcone było współpracy gospodarczej między Polską a Portugalią – obecnie jednym z najszybciej rozwijających się rynków eksportowych Polski w UE.





## Gdzie można było spotkać ekspertów **Cursor**?



### The Magnum Ice Cream Company,

Zespół OEX Cursor uczestniczył w konferencji, która oficjalnie otworzyła najbardziej intensywny okres w roku dla tej kategorii. W ramach współpracy outsourcingowej spółka realizuje dla marki Magnum kompleksowy merchandising oraz wsparcie zespołów sprzedażowych w Kanale Nowoczesnym i Tradycyjnym. Jej celem jest zapewnić spójną, wysoką jakość ekspozycji i wspierać wyniki sprzedażowe w punktach handlowych.

### Retail Trends 2026

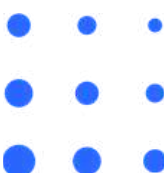
**Tomasz Staszczuk**, Group Account Director, pojawił się na konferencji nie tylko po to, żeby słuchać, ale także żeby dzielić się perspektywą z rynku, z projektów, które spółka realizuje każdego dnia dla największych marek FMCG i retail w Polsce. Wydarzenie co roku gromadzi ludzi patrzących na handel z różnych stron: producentów, sieci handlowe, technologicznych partnerów i praktyków sprzedaży.



### Shopper Marketing 2026

OEX Cursor dołączył do konferencji jako partner wydarzenia, które skupia praktyków i liderów rynku skupionych wokół doświadczenia zakupowego i wpływu shopper marketingu na wyniki sprzedażowe.

Podczas Shopper 2026 rozmawiano o tym, co przyciąga uwagę konsumenta, jak łączyć dane z CX, merchandising i egzekucję strategii w punktach sprzedaży, oraz jak zamieniać insighty na wymierne efekty.





## Gdzie można było spotkać ekspertów **ProPeople**?



### OLX Praca

Wydarzenie pod hasłem „In Between” stało się przestrzenią do rozmów o tym, co dzieje się pomiędzy: technologią a człowiekiem, danymi a intuicją, automatyzacją a relacjami. Wraz z wyjątkowymi prelegentami uczestnicy przyglądali się temu, jak zmienia się rola rekrutera w świecie AI. Rozmawiano o mądrym wykorzystywaniu danych, narzędziach wspierających dobrostan, projektowaniu doświadczeń kandydatów i pracowników oraz o tym, jak odnaleźć swoje miejsce na drodze od wypalenia do szczęścia w pracy.

### Śniadanie Biznesowe organizowane przez **Activy – Corporate Sports Games i Hedeply for Business PL (former HearMe) – HR przy kawie**

Podczas wydarzenia rozmawiano o tym, jak w erze cyfryzacji i sztucznej inteligencji ewoluje rola działów HR, czy AI stanie się partnerem wspierającym codzienne decyzje i procesy, czy raczej będzie monitorować działania. Nie zabrakło również rozmów o benefitach pracowniczych. Podkreślono, że same pakiety benefitów już nie wystarczą – prawdziwą wartość przynoszą tylko wtedy, gdy pracownicy z nich aktywnie korzystają i są dopasowane do ich realnych potrzeb.





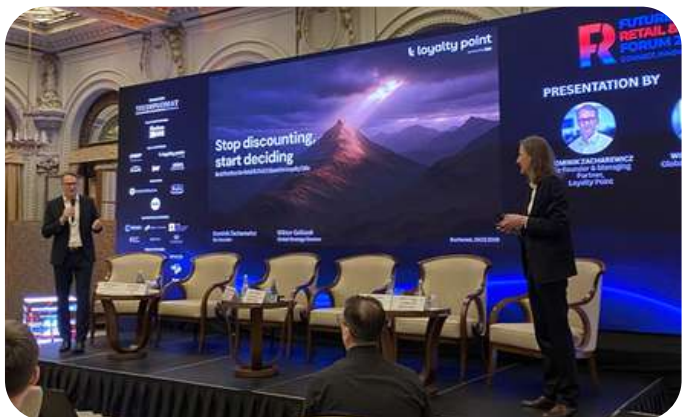
## Gdzie można było spotkać ekspertów **Loyalty Point**?

### Future of Retail and FMCG Forum 2026 w Bukareszcie

**Dominik Zacharewicz**, Managing Partner i **Wiktor Goliszek**, Global Strategy Director, w swoim wystąpieniu "Stop Discounting, Start Deciding: Best Practices for Retail & FMCG Based on Loyalty Data" podważyli postrzeganie programów lojalnościowych jako niekończącej się spirali promocyjnej i pokazali, na podstawie prawdziwych studiów przypadków, jak przekształcić je w prawdziwą przewagę konkurencyjną, która generuje wymierny zwrot z inwestycji.

Kluczowe punkty prezentacji:

- jakie wnioski z danych o klientach naprawdę mają znaczenie (i jak je wykorzystać w praktyce)
- jak chronić (i zwiększać) marżę bez oferowania większych nagród
- lepsze zaangażowanie i promocja w oparciu o dane, które już posiadasz



### Retail Summit by Blue Events w Pradze

Dominik Zacharewicz podczas panelu: „Jak lojalność oparta na danych przyczynia się do budowania pozytywnych doświadczeń klientów w sektorze detalicznym” podzielił się spostrzeżeniami na temat:

- wykraczania poza same transakcje w celu tworzenia momentów budujących zaufanie.
- wykorzystania precyzyjnej segmentacji do poprawy jakości ścieżki klienta bez przeciążania go.
- praktycznych studiów przypadków, w których dobre samopoczucie klienta przekłada się na sukces biznesowy.



**Warsztaty w Bukareszcie – CX Romania**

Podczas warsztatów **Dominik Zacharewicz i Wiktor Goliszek** zajęli się jednym z najczęściej zadawanych im pytań przez marki z różnych branż:

- Czy program lojalnościowy naprawdę jest wart swojej ceny?
- Czy pozwoli on chronić marżę, czy też je zmniejszy?
- Czy naprawdę wnosi dodatkową wartość, czy też przyciąga jedynie klientów, którzy i tak dokonaliby zakupu?

Celem było rzucenie światła na mechanizmy działania, mity i wymierny wpływ inicjatyw lojalnościowych – zwłaszcza na rynkach, gdzie panuje duży sceptycyzm, a zwrot z inwestycji jest poddawany wnikliwej analizie.



# #OEXpomaga podsumowanie akcji CSR

## **A** Axendi realizuje akcję na rzecz pomocy zwierzętom

Już drugi rok z rzędu zespół Axendi obsługujący klienta Allegro z wielkim zaangażowaniem wspierał inicjatywę „Dodatek dla Zwierzaka”. Akcja odbyła się pod koniec ubiegłego roku, a jej podsumowanie nastąpiło w pierwszym kwartale 2026 roku.

W ramach inicjatywy każda dodatkowa godzina przepracowana przez doradców była zamieniana na darowiznę: zazwyczaj 5 zł, a w najbardziej pracowitych momentach nawet 10 zł lub 20 zł za godzinę! Dzięki niesamowitemu zaangażowaniu zespołu zebrano 1 776,25 zł, które w całości przekazano Sekcji Lubelskiej Stowarzyszenia Chełmskiej Straży Ochrony Zwierząt. Schronisko zostało wybrane w drodze głosowania. Ta kwota oznacza pełne miski, leczenie, ciepłe miejsca do spania i odrobinę więcej nadziei dla tych, którzy sami nie mogą o to poprosić.

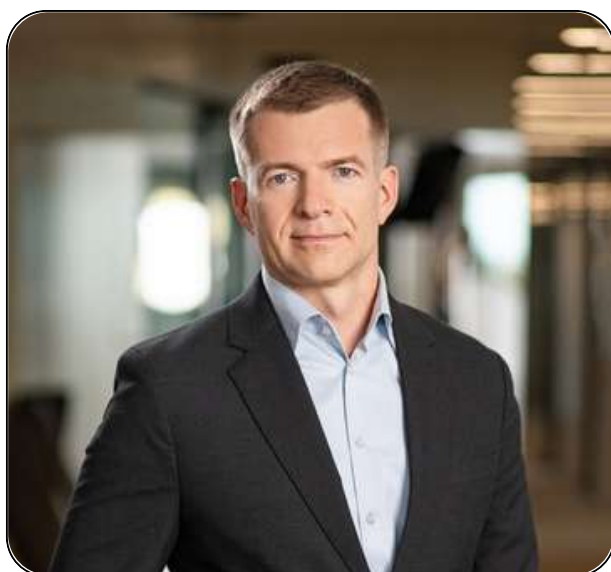
Our amazing Axendi team turned their **extra hours** into **extra hope** for animals in need.



## Nowe twarze w OEX

### Ewa Tataradzińska

Office Manager OEX – z uśmiechem podejmuje się nawet rzeczy na pierwszy rzut oka nie do załatwienia.



### Adam Pietruszkiewicz

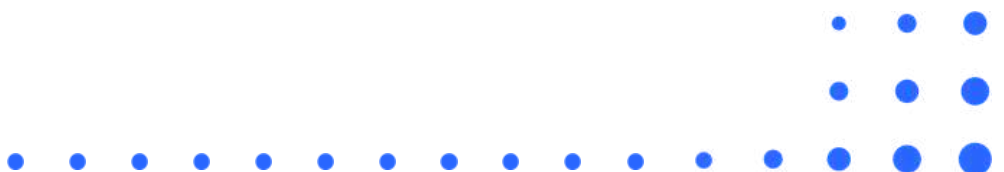
Odpowiada za realizację projektów akwizycyjnych oraz rozwój spółek portfelowych Grupy z segmentu Wsparcia Sprzedaży i Lojalności oraz spółki iPOS.





# RADOSNYCH I SPOKOJNYCH ŚWIĄT!

Życzy Grupa OEX





# Dołącz do OEXteam w social mediach!



<https://pl.linkedin.com/company/oex>



<https://www.facebook.com/grupaOEX>



[https://www.instagram.com/grupa\\_oex/](https://www.instagram.com/grupa_oex/)



<https://www.youtube.com/@grupaoex6329>



# OEX

©Copyright

Wszelkie materiały, informacje, pliki, rysunki, zdjęcia itp. wykorzystane w Magazynie Pracowników Grupy OEX, OEXpress nr 41, nie mogą być publikowane i redystrybuowane bez pisemnej zgody OEX SA. Wszelkie prawa zastrzeżone.