

IV CUSTOMER EXPERIENCE TRANSFORMATION

3 - 4 grudnia 2019 / Warszawa, Sound Garden Hotel

2495 zł netto do 4 grudnia



CEL

Gdy spotykają się Percepcja Klienta z Percepcją Organizacji niezbędne jest dopasowanie. Klienta nie zmienimy. Pozostaje zmiana organizacji. Marta Łukawska-Daruk, CustomerMatters

Zmiana jest procesem, a nie wydarzeniem. Barbara Johnson.

Już po raz czwarty mamy zaszczyt zaprosić na najlepszą branżową konferencję - Customer Experience Transformation (CET). Będzie ona wyjątkową okazją do spotkania profesjonalistów i sympatyków podejścia Customer Experience w Polsce. Ideą spotkań CET jest budowanie i pogłębianie wiedzy dotyczącej przemiany organizacji i sposobów jej pracy w nastawione na klienta. W trakcie poprzednich edycji wydarzenia w latach 2016, 2017 i 2018 rozmawialiśmy między innymi o:

- drogach dochodzenia różnych firm do dobrych doświadczeń klientów (2016)
- 6 kluczowych obszarach (na bazie 6 dyscyplin CX Forrestera), które powinny być rozwijane przez organizacje, aby podnosić swoją prokliencką dojrzałość (2017)
- sposobach na zaangażowanie pracowników w podejście Customer Experience i zmianę kultury organizacyjnej (2018).

W tym roku znowu skoncentrujemy się na jednym, ważnym obecnie dla branży temacie: mierzenia doświadczeń klientów (CX) i sposobie wykorzystania wyników.

W trakcie dwóch dni konferencji znajdziemy wskazówki dotyczące m.in.:

- co mierzymy w polskich firmach w obszarze CX
- jakich narzędzi używamy do pomiarów, jakie mają wady i zalety
- czy i jak można liczyć wpływ poziomu doświadczeń klienta na wyniki biznesowe firmy

Każdy z zaproszonych prelegentów podzieli się swoim doświadczeniem z zakresu CX oraz odpowie na pytania:

- Jak zaczynaliśmy i gdzie jesteście, czyli krótka historia podejścia CX w mojej firmie?
- Jak zorganizowane jest w firmie mierzenie Customer Experience (zespół, zakres, do kogo raportuje, obowiązki, cykliczność badań, raportowanie wyników, z kim najbliższe współpracuje zespół/osoba)?
- Jakie miary doświadczeń klientów stosujemy i od jak dawna mierzymy CX? Jakie wady i zalety w naszych oczach mają poszczególne miary? Jakie informacje pozyskujemy z tych miar? Jak analizujemy odpowiedzi otwarte (tekst)? Jak wykorzystujemy wiedzę, którą pozyskaliśmy dzięki mierzeniu doświadczeń w praktyce? Do kogo w organizacji i jak przekazujemy wyniki? Czy wskaźniki klienckie są powiązane z bonusami finansowymi dla pracowników?
- Jakie narzędzia wykorzystujemy do mierzenia CX (np. NPS – Medalia, Satmetrix, własne, inne)? Wady, zalety, ograniczenia narzędzi (czego brakuje i dlaczego)?
- Czy i jak liczymy wpływ doświadczeń klienta na wyniki biznesowe? Jak uzasadniamy w organizacji opłacalność inwestycji w CX (przykłady, case study, korelacja wyników pomiaru CX z wskaźnikami biznesowymi, „ROI” w CX)?
- Jakie są nasze największe sukcesy i porażki w mierzeniu doświadczeń klientów i ich wykorzystaniu w organizacji? Czy pomiar doświadczeń i dzielenie się wynikami wpływa na prokliencką postawę kadry zarządzającej i pracowników?
- Inne doświadczenia związane z tematem, którymi warto podzielić się z uczestnikami konferencji

Podczas Konferencji nie zabraknie inspiracji, dyskusji i pomysłów na kolejne działania!

Artykuły na związane z customer experience:

"Zaprojektuj doświadczenia klienta" - "Puls Biznesu", 18.10.2019

"Inteligentny handel zaczyna się dzisiaj" - "Puls Biznesu", 27.06.2019

"Klient powinien czuć się ważny" - "Puls Biznesu", 06.02.2019

"7 rzeczy, które powinieneś wiedzieć o Customer Experience" - pb.pl, 1.10.2018





PROGRAM

Wtorek, 3 grudnia

09:00 - 09:30

Rejestracja uczestników, poranna kawa

09:30 - 09:35

Oficjalne rozpoczęcie konferencji

 *Aldona Mlonek-Korzonkowska, Project Manager, Puls Biznesu*

09:35 - 09:50

IV Customer Experience Transformation (CET IV, 2019) - INTRO

 *Marta Łukawska-Daruk, Partner; Ekspert Customer Experience, CustomerMatters*

 *Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner; Ekspert Customer Experience, CustomerMatters*

09:50 - 10:40

ROX, czyli return on experience

 *Izabela Wiśłocka, Manager w zespole Digital Transformation, PwC*

10:40 - 11:00

Przerwa kawowa

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z prelegentami i uczestnikami Konferencji!


11:00 - 12:00

CASE STUDY #1 ORIFLAME

 *Anna Potajałło, Global NPS Program Manager, Oriflame*

12:00 - 13:00

CASE STUDY #2 Eurobank


 *Piotr Gajnodzinow, Voice of Customer Director, Eurobank*

13:00 - 14:30

Przerwa obiadowa i rozmowy Profesjonalistów CX

14:30 - 15:30

CASE STUDY #3 KROSS/PKP/BRW

 *Paweł Jarecki, Customer Satisfaction Director, Kross*

15:30 - 16:30

CASE STUDY #4 Dyskusja przy stolikach – miniwarsztat

16:30

Zakończenie pierwszego dnia konferencji


Środa, 4 grudnia

09:00 - 09:30

Rejestracja uczestników, poranna kawa

09:30 - 10:30

CASE STUDY #5 LINK 4

 *Maciej Krzysztozek, Rzecznik prasowy i menedżer komunikacji korporacyjnej, LINK 4*

10:30 - 11:30

CASE STUDY #6 PKO BANK POLSKI

 *Agata Szczepańska-Jochemczyk, Customer Experience Manager, Bankowość korporacyjna, PKO Bank Polski*

11:30 - 12:00

Przerwa kawowa

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z prelegentami i uczestnikami Konferencji!

12:00 - 13:00

CASE STUDY #7 – SOTRENDER

 *Jan Zając, Prezes Sotrender, Wydział Psychologii UW Przedsiębiorca, badacz i psycholog*

 *Magdalena Świątek, Customer Success Specialist, Sotrender*




13:00 - 14:30

Przerwa obiadowa i rozmowy Profesjonalistów CX

14:30 - 15:30


CASE STUDY #8 MediaMarkt Saturn Polska

 Anna Kotuniak-Partycka, Head of Customer Care & Customer Experience, MediaMarktSaturn Polska

15:30 - 16:30

CASE STUDY #9 RETROSPEKCJA Carrefour „Bo CX to praca bez końca”

 Agata Murzyńska, Training and Development Manager, Carrefour Polska

 Kamil Adamczyk, Lider w Dziale Szkoleń i Rozwoju Zawodowego, Carrefour Polska

16:30

Zakończenie drugiego dnia konferencji





PRELEGENCI



Kamil Adamczyk

Lider w Dziale Szkoleń i Rozwoju Zawodowego Carrefour Polska

Trener wewnętrzny. Z początku swojej kariery zawodowej związany z handlem i obsługą klienta w takich branżach jak motoryzacja, reklama oraz bankowość. Swoją przygodę z HR rozpoczął siedem lat temu w zespołach rekrutacji. W Carrefour Polska przez ostatnie pięć lat pracował i zdobywał doświadczenie w obszarach takich jak zarządzanie talentami, rozwój, szkolenia. Jako szkoleniowiec specjalizuje się w prowadzeniu szkoleń dla menedżerów i pracowników obsługi klienta z kompetencji miękkich tj.: komunikacja, budowanie relacji w zespołach i z klientami, motywowanie pracowników, dostarczanie pozytywnych doświadczeń klientom. Absolwent Wydziałów Orientalistycznego oraz Stosunków Międzynarodowych na Uniwersytecie Warszawskim. Prywatnie wielki miłośnik psów oraz zmian otoczenia.



Aleksandra Jagiełło-Bono

Partner; Ekspert Customer Experience CustomerMatters

Ekspert doświadczeń klienta i pracownika, konsultant, trener. Skuteczny menedżer z ponad 18-letnim doświadczeniem. Karierę zawodową rozpoczęła w bankowości, gdzie kierowała jednostkami odpowiedzialnymi za zarządzanie sprzedażą oraz kreującymi politykę zarządzania zasobami ludzkimi. Projektowała systemy wynagrodzeń i benefitów, systemy motywacyjne oraz systemy ścieżek kariery zarówno dla struktur sprzedaży dla klienta indywidualnego i instytucjonalnego jak i pracowników jednostek centralnych. Od blisko 5 lat prowadzi projekty z zakresu Customer Experience Management wspierając największe firmy na polskim rynku we wdrażaniu klientocentrycznej kultury. Specjalizuje się w diagnozowaniu doświadczeń klientów B2C i B2B oraz pracowników z wykorzystaniem różnorodnych narzędzi CX, między innymi map podróży i map doświadczeń, badań jakościowych i ilościowych.





Anna Kotuniak-Partycka

Head of Customer Care & Customer Experience MediaMarktSaturn Polska

Jestem ekspertem Customer Experience z kilkuletnim stażem. Z powodzeniem wdrażam strategię oparte na podnoszeniu satysfakcji klienta oraz transformacji firmy w kierunku klientocentryczności. W ponad dwudziestoletniej karierze zawodowej, bez względu na obszar, za który byłam odpowiedzialna zawsze najważniejszy był dla mnie i jest Klient. Moje doświadczenie zawodowe zdobywałam w firmach telekomunikacyjnych – T-Mobile i Orange, obecnie w branży retail.

W MediaMarktSaturn Polska jestem odpowiedzialna za strategię Customer Experience, badania satysfakcji Klienta, w tym NPS, obsługę Klienta we wszystkich obszarach, obsługę procesu reklamacyjnego a także zarządzanie Call-Center.



Maciej Krzysztozek

Rzecznik prasowy i menedżer komunikacji korporacyjnej LINK 4

Na co dzień zajmuje się przygotowaniem i realizacją zadań w zakresie Public Relations, a także komunikacją z mediami, klientami, partnerami biznesowymi oraz pozostałymi interesariuszami. Wcześniej kierował projektem pod nazwą European Fintech Forum, fundacją wspierającą rozwój innowacji finansowych w Polsce nastawionych na pozytywne doświadczenia klientów. Przedtem, przez cztery lata odpowiedzialny był za komunikację medialną i społeczną w Urzędzie Komisji Nadzoru Finansowego. Pracował również jako dziennikarz zajmujący się tematyką finansową. Jest absolwentem dziennikarstwa na Uniwersytecie Warszawskim oraz finansów i rachunkowości w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.



Jan Zając

Prezes Sotrender, Wydział Psychologii UW Przedsiębiorca, badacz i psycholog

Współzałożyciel i prezes Sotrendera (www.sotrender.com), jedynej w Polsce firmie badawczej specjalizującej się w social media i tworzeniu własnych narzędzi do ich badania. Adiunkt na Wydziale Uniwersytetu Warszawskiego. Absolwent SGH i UW, stypendysta Uniwersytetu Bocconi w Mediolanie oraz Uniwersytetu w Leuven. Autor wielu publikacji nt. psychologii Internetu i prowadzenia badań online. Częsty mówca na konferencjach branżowych. Wykładowca na studiach magisterskich i podyplomowych z zakresu marketingu internetowego oraz badań społecznych i marketingowych.





Anna Potajallo

Global NPS Program Manager Oriflame

Od ponad 8 lat związana z obszarem Customer Experience. Swoje pierwsze doświadczenia budowała w branży ubezpieczeniowej, będąc odpowiedzialna za lokalny program poprawy doświadczeń klientów. Obecnie w Oriflame, szwedzkiej firmie kosmetycznej, zarządza globalnym programem Customer Experience, który z sukcesem zaimplementowała w 54 krajach. Odpowiedzialna za zaprojektowanie strategii firmowej w obszarze budowania doświadczeń klientów, badania lojalności klientów metodologią Net Promoter Score a także za wdrożenia i kierowanie globalnym programem ocen produktów (product ratings & reviews). Prowadzi i wspiera projekty mające na celu poprawę procesów serwisowych, współpracując z wszystkimi funkcjami firmowymi.



Piotr Gajnodzinow

Voice of Customer Director Eurobank

Od ponad 15 lat związany z obszarem pogłębiania wiedzy o Kliencie i wykorzystywania jej w praktyce. Odpowiedzialny za działy badawcze w Getin Banku oraz Eurobanku. Obecnie Dyrektor Departamentu Voice of Customer w Eurobanku. Odpowiedzialny za strategię Customer Experience w organizacji. Promotor angażowania biznesu w analizę potrzeb klienta, polegające na wchodzenie w 'jego buty' oraz service design thinking. Fan wykorzystywania niestandardowych rozwiązań w przekazywaniu wiedzy o kliencie. Certyfikowany Net Promoter Associate (Satmetrix). Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Prywatnie: pilot wycieczek, entuzjasta Ameryki Południowej, wielbiciel skandynawskich kryminałów.



Marta Łukawska-Daruk

Partner; Ekspert Customer Experience CustomerMatters

Członek Customer Experience Professionals Association (CXPA). Założyciel CustomerMatters (www.customermatters.pl), firmy doradczej, która od 2013 roku promuje wśród swoich Klientów podejście do obsługi Klienta oparte na budowaniu pozytywnych doświadczeń w każdym punkcie styku, na obniżaniu wysiłku Klienta w relacjach z firmą i dokładnego diagnozowania Podróży Klienta (Customer Journey). Lubi dzielić się wiedzą podczas szkoleń i prelekcji, w szczególności uczyć „myślenia Klientem” i „dlaczego Klientem jest każdy interesariusz marki”. Wcześniej związana z telekomunikacją i bankowością (1999-2012).





Paweł Jarecki

Customer Satisfaction Director Kross

Menadżer z ponad 15 letnim doświadczeniem w zakresie zarządzania projektami na styku customer experience, organizacji oraz technologii. Twórca pierwszego w Polsce komercyjnego wirtualnego asystenta www.fido.pl, dzisiejszego światowego lidera w zakresie algorytmów sztucznej inteligencji. W latach 2003-2009 współtwórca i zarządzający serwisem edukacyjnym Narodowego Banku Polskiego. Menadżer projektów w PKO TFI. Od sierpnia 2012 zarządzający projektem poprawy satysfakcji klientów Grupy PKP – inicjator i pierwszy Dyrektor Departamentu Spraw Klienta Grupy PKP. W latach 2014 -2016 Dyrektor Zarządzający i Prokurent w PKP Intercity S.A zarządzający pionem jakości i obsługi posprzedażowej. Od maja 2016 do stycznia 2019 związany Grupą Kapitałową Black Red White jako Dyrektor Pionu Zarządzania Satysfakcją i Obsługi Posprzedażowej. Od lutego 2019 Dyrektor ds. Satysfakcji Klienta w największej w Polsce firmie rowerowej KROSS S.A.



Izabela Wiśłocka

Manager w zespole Digital Transformation PwC

Manager w zespole Digital Transformation w PwC, pomaga klientom w procesach transformacji cyfrowej, specjalizuje się w zagadnieniach Customer Experience, Data-Driven Marketing oraz eCommerce w ujęciu biznesowym i technologicznym. Wykłada na Uniwersytecie Łódzkim na studiach podyplomowych eCommerce. Wcześniej zdobywała doświadczenie w Atos Polska, Agora SA i Benefit SA. Współautorka książki "Biblia e-biznesu 2. Nowy Testament".



Agata Murzyńska

Training and Development Manager Carrefour Polska

Od ośmiu lat związana z firmą Carrefour Polska. Doświadczenie w branży handlu detalicznego zdobywała jako menedżer w działach operacyjnych i rozwoju sprzedaży. Obecnie w obszarze HR realizuje się w roli trenera. W latach 2016-2018 prowadziła strategiczny dla organizacji projekt Customer Centricity. Z wykształcenia socjolog, z zamiłowania tłumacz języka francuskiego.



Magdalena Świątek

Customer Success Specialist Sotrender





Agata Szczepańska-Jochemczyk

Customer Experience Manager, Bankowość korporacyjna PKO Bank Polski

Od kilkunastu lat w obszarach związanych z poprawą doświadczeń Klientów zarówno po stronie doradczej jak i korporacji. Swoją karierę rozpoczynała w Banku Millennium, gdzie zajmowała się optymalizacją procesów, tworzeniem i monitorowaniem standardów obsługi oraz badaniem zadowolenia Klientów. Od 2014 roku współtworzyła spółkę CustomerMatters pracując nad projektami Customer Experience dla Klientów takich jak Axa Direct, Allianz, Pracuj.pl, Euro Bank S.A, PGE Obrót. Od 3 lat zarządza obszarem CX w bankowości korporacyjnej PKO Banku Polskiego, gdzie od podstaw wdrożyła procesy naprawcze oparte o zebrany Głos Klienta. Psycholog z pasją do danych, absolwentka studiów UX design, członek Service Design Network i CX Influencers. Prywatnie mama dwójki dzieci, fanka dobrej kuchni i Ameryki Łacińskiej.



KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Aldona Mlonek
Project Manager

48223339830

a.mlonek@pb.pl

Współpraca marketingowa



Mateusz Stempak
Marketing Manager

48223339912

m.stempak@pb.pl

Sound Garden Hotel

Żwirki i Wigury 18
Warszawa

Patron Medialny



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

MARKETER+

Formularz rejestracji: IV CUSTOMER EXPERIENCE TRANSFORMATION

Cena

IV CUSTOMER EXPERIENCE TRANSFORMATION

3 - 4 grudnia 2019, Warszawa

2495 zł netto od 2019-12-04 do 2019-12-04

Kod promocyjny

Osoba zgłaszająca

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

Dane do faktury

firma

osoba fizyczna

Państwo

NIP

Nazwa/Imię i nazwisko

Miejscowość

Ulica i numer

Kod pocztowy

- Akceptuję regulamin
- Wyrażam zgodę na otrzymywanie od Bonnier Business (Polska) informacji handlowych drogą elektroniczną dotyczących: produktów i usług tej spółki
- Wyrażam zgodę na inicjowanie przez Bonnier Business (Polska) połączeń telefonicznych w celu marketingu bezpośredniego: produktów i usług tej spółki
- Oświadczam, że posiadam stosowne upoważnienie do zgłoszenia wszystkich wskazanych przeze mnie uczestników konferencji. Jednocześnie oświadczam, że podane dane są prawdziwe.

Administratorem Pani/a danych osobowych będzie Bonnier Business (Polska) Sp. z o. o. (dalej: my). Adres: ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa. Administratorem Pani/a danych osobowych będzie Bonnier Business (Polska) Sp. z o. o. (dalej: my). Adres: ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa. Nasz telefon kontaktowy to: +48 22 333 99 99. Nasz adres e-mail to: rodo@bonnier.pl. W naszej spółce mamy powołanego Inspektora Ochrony Danych, adres korespondencyjny: ul. Ludwika Narbutta 22 lok. 23, 02-541 Warszawa, e-mail: iod@bonnier.pl. Będziemy przetwarzać Pani/a dane osobowe 1) na potrzeby realizacji i wzięcia udziału w Konferencji, 2) by dokonywać rozliczeń z niej wynikających, 3) prowadzić nasze działania marketingowe i kampanie reklamowe naszych produktów lub usług. Podstawą prawną przetwarzania będzie: 1) umowa, którą zawrzemy z Panią/em, 2) art. 106e ust. 1 ustawy o podatku od towarów i usług, 3) zgody marketingowe, które ewentualnie Pani/Pan zaznaczy, oraz 4) nasz „prawnie uzasadniony interes”, który mamy w tym by przedstawiać Pani/u, jako naszemu klientowi, inne nasze oferty. Jeśli to będzie konieczne byśmy mogli wykonywać nasze usługi, Pani/a dane osobowe będą mogły być przekazywane następującym grupom osób: 1) naszym pracownikom lub współpracownikom na podstawie odrębnego upoważnienia, 2) podmiotom, którym zlecimy wykonywanie czynności przetwarzania danych, 3) innym odbiorcom np. kurierom, spółkom z naszej grupy kapitałowej, urzędom skarbowym. Pani/a dane osobowe będą przetwarzane przez czas trwania umowy, chyba że na podstawie obowiązujących przepisów konieczne to będzie po zakończeniu umowy. Ma Pani/Pan prawo do: 1) żądania dostępu do treści danych osobowych, 2) ich sprostowania, 3) usunięcia, 4) ograniczenia przetwarzania, 5) przenoszenia danych, 6) wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania oraz 7) cofnięcia zgody (w przypadku jej wcześniejszego wyrażenia) w dowolnym momencie, a także 8) wniesienia skargi do organu nadzorczego („Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych”). Podanie danych osobowych warunkuje zawarcie z nami umowy. Jest dobrowolne, ale ich niepodanie wykluczy możliwość jej zawarcia. Pani/Pana dane osobowe mogą być przetwarzane w sposób zautomatyzowany, w tym również w formie profilowania. Zautomatyzowane podejmowanie decyzji będzie się odbywało przy wykorzystaniu adekwatnych, statystycznych procedur. Celem takiego przetwarzania będzie wyłącznie optymalizacja kierowanej do Pani/Pana oferty naszych produktów lub usług.

Pieczętka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(410)

Formularz rejestracji: IV CUSTOMER EXPERIENCE TRANSFORMATION

Podaj e-maile i telefony osób, które będą uczestniczyć w konferencji. Zgłoszone przez Ciebie osoby otrzymają od nas e-mail z prośbą o potwierdzenie swoich danych, akceptację regulaminu oraz wyrażenie stosownych zgód. Potwierdzenie danych przez te osoby oraz akceptacja regulaminu są niezbędne do wzięcia udziału w konferencji.

Podane dane kontaktowe będą nam służyć także do przekazania informacji o ewentualnych zmianach czy przesłania materiałów szkoleniowych z wydarzenia.

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon



Regulamin uczestnictwa w konferencjach, warsztatach, szkoleniach płatnych organizowanych przez Bonnier Business Polska Sp. z o.o.

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („Wydarzenia”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („Organizator”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („Cena netto”) określane są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („Strona Wydarzenia”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie.
3. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
4. Przesłanie do Organizatora faxem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego („Zgłoszenie”) jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest świadczenie przez Organizatora usługi szkoleniowej. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma.
5. Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
6. Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
7. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równowartość 20% Ceny netto.
9. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną netto.
10. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
11. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 6 powyżej nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu.
12. Organizator dopuszcza by zamiast zgłoszonej osoby wskazanej w Zgłoszeniu w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie podmiot zgłaszający informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
13. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie prowadzącego lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
14. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa w innym Wydarzeniu.
15. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty wydarzenia, uczestnik, który opłacił uczestnictwo, otrzyma 100% zwrot ceny udziału w wydarzeniu
16. Wszystkie materiały przekazane uczestnikom w związku z Wydarzeniem („Materiały”) stanowią własność Organizatora (lub podmiotów współpracujących z Organizatorem) i w związku z tym przeznaczone są wyłącznie do użytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
17. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, użyczanie, wyświetlanie, publiczne udostępnianie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiekolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 15 powyżej.
18. Uczestnik przyjmuje do wiadomości, że Organizator może utrwalać przebieg Wydarzenia - w celu informacyjnym - za pomocą urządzeń rejestrujących dźwięk lub obraz. Organizator może zamieścić utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa dotyczących ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
19. Dokonanie jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
20. Administratorem danych osobowych jest Organizator. Szczegółowe dane Organizatora: Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o., ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa, e-mail: rodo@bonnier.pl. Organizator posiada powołanego Inspektora Ochrony Danych, adres korespondencyjny: ul. Ludwika Narbutta 22 lok. 23, 02-541 Warszawa, e-mail: iod@bonnier.pl. Dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust 1 lit. b), c) i f) Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO), na potrzeby realizacji Wydarzenia.
21. Dane przetwarzane będą do celu wzięcia udziału w Wydarzeniu, dokonania niezbędnych rozliczeń, archiwizacji, rozpatrzenia reklamacji w przypadku jej złożenia, bądź ewentualnego dochodzenia roszczeń, jak też marketingu bezpośredniego własnych produktów lub usług prowadzonego w formie tradycyjnej, co nie wymaga zgody.
22. Za odrębnie wyrażonymi zgodami dane osobowe mogą być przetwarzane w celach z nich wynikających. Jeśli to będzie konieczne do wykonywania usług, dane osobowe uczestników Wydarzenia będą mogły być przekazywane następującym grupom osób: 1) pracownikom lub współpracownikom Organizatora na podstawie odrębnego upoważnienia, 2) podmiotom, którym Organizator zleci wykonywanie czynności przetwarzania danych, 3) innym odbiorcom np. kurierom, spółkom z grupy kapitałowej Organizatora, urzędom skarbowym. Dane osobowe uczestników Wydarzenia przetwarzane będą do zakończenia Wydarzenia, w celach marketingowych - do momentu cofnięcia zgody, dla celów rozliczeniowych - zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Dane osobowe mogą być przetwarzane w sposób zautomatyzowany, w tym również w formie profilowania. Zautomatyzowane podejmowanie decyzji będzie się odbywało przy wykorzystaniu adekwatnych, statystycznych procedur. Celem takiego przetwarzania będzie wyłącznie optymalizacja kierowanej oferty produktów i usług Organizatora. Uczestnik Wydarzenia posiada prawo dostępu do treści swoich danych i ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych, prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania oraz prawo do cofnięcia zgody (w przypadku jej wyrażenia) w dowolnym momencie bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania. Podanie danych w zakresie wskazanym w trakcie procedury rejestracji na Wydarzenie jest dobrowolne, ale niezbędne do wzięcia udziału w Wydarzeniu.
23. Organizator zastrzega, że w trakcie dokonywania Zgłoszenia osoba zgłaszająca może zostać poproszona o wyrażenie odrębnych zgód na przetwarzanie danych osobowych w celach marketingowych własnych produktów lub usług Organizatora (w formie komunikacji elektronicznej lub telefonicznej), jak również o wyrażenie zgody na udostępnienie danych osobowych zaufanym partnerom Organizatora, z którymi Organizator współpracuje, w celach marketingowych dotyczących produktów lub usług tych partnerów (w formie komunikacji elektronicznej lub telefonicznej). Powyższa zgoda obejmować będzie wyłącznie partnerów Organizatora współpracujących z Organizatorem w zakresie danego Wydarzenia, z którymi Organizator do dnia rozpoczęcia Wydarzenia zawarł umowę o powierzeniu przetwarzania danych osobowych. Lista partnerów, których dotyczy ewentualna zgoda na przetwarzanie danych osobowych zamieszczona jest i aktualizowana do dnia rozpoczęcia Wydarzenia na Stronie Wydarzenia. Na żądanie osoby, która wyrazi zgodę, o której mowa powyżej, Organizator przekaze pisemną informację wskazującą zaufanych partnerów których dotyczy wyrażona zgoda.
24. W przypadku udzielenia zgody, osobie której dane dotyczą przysługuje prawo do jej cofnięcia w każdym czasie. O wycofaniu udzielonej zgody osoba której dane dotyczą informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl. W przypadku gdy udzielona zgoda wycofywana jest po dacie zakończenia Wydarzenia, osoba której dane dotyczą wskazuje Wydarzenie przy okazji którego zgoda (zgody) zostały udzielone. Powyższe umożliwi Organizatorowi podjęcie czynności zgodnie z zakresem żądania.
25. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrzeżeniem że dokonane zmiany obowiązują od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

