



Digital Customer Experience

22 czerwca 2022 / online

1695 zł netto do 22 czerwca (cena udziału online)



Zastanawiasz się, jak skutecznie projektować digitalowe doświadczenia klientów?

Chcesz sprawdzić, jak budować punkty „magii” na cyfrowej ścieżce klienta?

Chcesz dowiedzieć się, jaka jest rola empatii i emocji w komunikacji z klientami i budowaniu pozytywnych relacji w cyfrowym świecie?

Nie wiesz, jak wykorzystać potencjał omnikanowości i efektywnie komunikować się z klientami w kanałach digital i offline?

Zastanawiasz się, jak skutecznie wykorzystać social media do zwiększenia efektywności obsługi klienta oraz zaangażowania i przykucia uwagi Twoich klientów?

Chcesz wiedzieć, jak inwestując w transformację cyfrową nie „zgubić” relacji z klientem?

Nie wiesz, jak efektywnie wykorzystać analizę danych do usprawnienia procesów customer care?

Postępująca cyfryzacja i innowacje nieustannie zmieniają świat obsługi klienta. Tylko te firmy, które **skupią się na kanałach cyfrowych i przetransformują swoją strategię**, zachwycą konsumentów, osiągną przewagę konkurencyjną oraz poprawią zyski w tych trudnych czasach. Zapraszamy Cię do udziału w 1-dniowej konferencji online **Digital Customer Experience**, podczas której pokażemy **najlepsze praktyki wdrażania digital CX**. Zaproszeni eksperci dostarczą licznych inspiracji, które będziesz mógł przenieść i wdrożyć w swojej organizacji.

Stawiamy na praktyczne rozwiązania oraz doświadczenie zaproszonych prelegentów!

Wejdź z nami w nową cyfrową erę działań w zakresie obsługi Twoich klientów!



PROGRAM

Środa, 22 czerwca

08:25

Oficjalne powitanie uczestników, rozpoczęcie

 *Magdalena Sokulska, Project Manager, Puls Biznesu*

08:30

Wyzwania i trendy w Digital CX

 *Wiesław Kotecki, Partner, Lider Customer Strategy & Design, Deloitte Digital CE*

 *Paulina Rzymska, Senior Manager, Customer Experience Management, Deloitte Digital CE*


- Jak zmieniły się firmy i ich podejście do DCX w 2022 roku?
- Wyzwania, z jakimi mierzą się firmy, wprowadzając cyfrową transformację w obsłudze klientów?
- Nowe modele zachowań klientów

09:00


PANEL DYSKUSYJNY - Skuteczne projektowanie digitalowych doświadczeń klienta

 *Moderator: Aleksandra Jagiełło-Bono CEM Expert, Partner Zarządzający, CustomerMatters*

 *Jakub Weber, Director, Client Experience Strategy, BNY Mellon*

 *Aleksandra Gorbacz-Andruk, Head of Customer Experience, KROSS S.A.*

 *Anna Karasińska, Customer Experience Menagerka, Platforma Migracyjna EWL*

 *Izabela Mościcka, Dyrektor Departamentu Komunikacji i Zarządzania Doświadczeniami Klienta, Bank Gospodarstwa Krajowego*

 *Marcin Kinderman, Director of UX & Service Design, Credit Agricole Bank Polska S.A.*

 *Magdalena Kopczyk, E-Commerce Junior Manager, PepsiCo*


- Metody zarządzania cyfrowymi doświadczeniami klientów
- Od cyfrowych doświadczeń klienta do wzrostu przychodów firmy
- Identyfikacja przyczyn frustracji klientów – jak zapobiegać ich powstawaniu?
- Przewidywanie potrzeb klientów i projektowanie wyjątkowych i spersonalizowanych doświadczeń online

09:45


Digital CX - Zainspiruj się najciekawszymi wdrożeniami


 *Łukasz Tkacz, Dyrektor ds. Zarządzania Doświadczeniem Klienta, Euro-Tax.pl Zwrot Podatku S.A.*

 *Marek Wajda, Head of Digital Service & Customer Experience, ULTIMO S.A.*

 *Katarzyna Oruba, Menadżerka sekcji badań i projektowania usług, Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl*



 Rafał Rosa, Senior UX Designer, Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl

 Paweł Olszewski, Kierownik ds. Projektów Logistycznych, Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl

CASE STUDY #1 Euro-Tax.pl

Łukasz Tkacz, Dyrektor ds. Zarządzania Doświadczeniem Klienta, Euro-Tax.pl Zwrot Podatku S.A.

- Jak Customer Experience Management może zmienić tradycyjną obsługę klienta?
- Wdrożenie selfservice oraz voicebot w Euro-Tax.pl S.A.

CASE STUDY #2 ULTIMO S.A.

Marek Wajda, Head of Digital Service & Customer Experience, ULTIMO S.A.

- Cyfrowa windykacja z dbałością o doświadczenia Klienta
- Klient a Klient windykowany
- Omnichannel service czyli symbioza ludzi i systemów
- Jak budować dobre doświadczenia w trudnej relacji?

CASE STUDY #3 RTV EURO AGD #EuroRider

Katarzyna Oruba, Menadżerka sekcji badań i projektowania usług, Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl

Rafał Rosa, Senior UX Designer, Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl

Paweł Olszewski, Kierownik ds. Projektów Logistycznych, Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl

- Cyfrowe narzędzia wspierają dostawę produktów
- Jak poprawić CX Klienta końcowego, poprawiając CX Klienta wewnętrznego?
- Kurier Euro jako ostatni touchpoint omnichannel

10:45

Przerwa

11:00

KYC – jak skutecznie rozpoznawać klienta, ułatwiać proces, podpowiadać, okazywać, że go znamy i rozumiemy?

 Marcin Kinderman, Director of UX & Service Design, Credit Agricole Bank Polska S.A.

11:30

Budowanie wyróżników oraz punktów „magii” na cyfrowej ścieżce klienta


 Rafał Kamiński, Business Unit Lead of CX, Kantar

- Customer Journey Map - mapowanie wszystkich doświadczeń podróży klientów w celu określenia kluczowych punktów kontaktu
- Wykorzystanie danych do mierzenia i poprawiania ścieżek podróży klientów
- Skuteczny omnichannel kluczem do spersonalizowanej obsługi klientów



12:00

Emocje, empatia i budowanie relacji w cyfrowym świecie – jak zachować „czynniki ludzki” w budowaniu relacji i lojalności w kanałach digital?

 *Joanna Hirsz, Senior Consultant Customer, Employee, Patient Experience, GCE Consulting - GoodCustomerExperience.pl*

- Rola empatii i emocji w komunikacji z klientami i budowaniu pozytywnych doświadczeń
- Hybrydowa obsługa klienta jako nowy trend customer experience
- Czynniki ludzki w digital customer experience - przykłady

12:45

Przerwa


13:00

Digital CX czy omnichannel CX – czyli quo vadis, branży meblarskiej

 *Marcin Charkiewicz, Dyrektor ds. Klienta, Black Red White*

13:30

Sprawna obsługa omnichannel – spójny standard we wszystkich kanałach kontaktu

 *Maciej Buś, Ekspert, Manager w obszarze obsługi klienta, Customer Fixe / Klientomania*

- Różnorodność odbiorców i systemów - tworzenie zintegrowanej obsługi klienta we wszystkich kanałach komunikacji
- Jak zachować spójność komunikatów we wszystkich kanałach?
- Jak efektywnie komunikować się z klientami w kanałach digital i offline?

14:00

Facebook, Instagram, LinkedIn, Tiktok, Twitter – skuteczny i efektywny customer service w mediach społecznościowych

 *Karolina Kociotek, Social Media Lead, Socjomania*

- Jak skutecznie wykorzystać media społecznościowe, by zwiększyć efektywność cyfrowej obsługi klienta w Twojej firmie?
- Jak właściwie adresować treści do Twoich grup docelowych?
- Jak tworzyć autentyczne i nieszablonowe treści w social mediach, aby angażować i przykuć zainteresowanie i Twoich klientów?

14:45

Power language – jak pisać do klientów w digitalu, aby było prosto, jasno, relacyjnie, ale też skutecznie?

 *Aneta Kisielewska-Borgul, Menadżer ds. Zarządzania Doświadczeniem Klienta, trenerka prostego języka, Santander Consumer Bank S.A.*



- Prosty język w czasach digital
- Komunikacja najlepszą innowacją
- Proste zasady, które zmieniają język komunikacji

15:15

Przerwa

15:30

Czy neuromarketing może pomóc w SEO? Jak budować digitalowe doświadczenia klienta w zgodzie z wyszukiwarką?

 *Jacek Dziura, Członek Zarządu, CMO, Grupa iCEA*

Czasy kiedy optymalizacja wyszukiwarek internetowych z perspektywy odbiorcy wydawała się nudna i nieatrakcyjna, bezpowrotnie minęły. Dziś treści wspierające SEO zyskują na zainteresowaniu zarówno algorytmów jak i użytkowników dlatego warto je tworzyć z myślą o doświadczeniu użytkownika w digitalu.

Heurystyka ma ogromny wpływ na nasze wybory konsumenckie, ponieważ ludzie myślą heurystycznie, a mając wiedzę na ten temat, można przewidywać ich zachowania i dostosować produkt dokładnie do ich potrzeb. Heurystyki Nielsena to proste, ale też potężne narzędzie, które mają dziś duże zastosowanie w dynamicznie rozwijającym się digitalu. Wykorzystanie ich może zapewnić wiele korzyści sklepowi internetowemu, ponieważ stanowią skuteczny schemat wdrażania zmian, mających na celu wzrost konwersji i sprzedaży.

Mapa mentalna podróży klienta w e-commerce ma na ogół charakter liniowy: począwszy od wyszukiwarki, przeglądania ofert, poprzez weryfikację koszyka zakupowego, aż po finalizację transakcji, dlatego heurystyki najlepiej wykorzystywać w połączeniu z tradycyjnymi testami User Experience – same z siebie nie zastąpią informacji zwrotnych uzyskanych od rzeczywistych użytkowników. Skuteczne zastosowanie ich obu pozwala natomiast stworzyć UX, któremu nie zagrozi żadna konkurencja, będący jednocześnie naturalnym przedłużeniem działań w obszarze SEO.

16:00


UX Index: wielopoziomowa metoda badania doświadczeń na przykładzie badań chatbotów

 *Jakub Nawrocki, Trener UX-PM Polska, UX Team Leader, Agencja Symetria*

- Doświadczenia użytkowników to złożony mikś wielu zmiennych i kontekstów
- Nie możemy opierać się wyłącznie na deklaracjach potrzebujemy też danych behawioralnych
- Jedna miara nie wystarczy, potrzebujemy indeksów!
- Pomiar doświadczeń na przykładzie chatbotów – wyniki badań porównawczych

16:30

Data Analytics kluczem do usprawnienia procesów customer care

 *Łukasz Grala, Mentor, futurolog, pasjonat danych i sztucznej inteligencji*

- Analityka i jej rola w procesach obsługi klienta
- Czym jest Golden Record?
- Jak podejść do usprawnień w procesach interakcji z klientem i customer care?



17:00

Zakończenie konferencji



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(10195)



PRELEGENCI



Maciej Buś

Ekspert, Manager w obszarze obsługi klienta Customer Fixe / Klientomania

Moją ideą jest klient! Zawodowo i z przekonania zajmuję się usprawnianiem komunikacji marek z ich klientami po to aby budować pozytywne doświadczenia. Wierzę, że to klient jest ostatecznym recenzentem firmowych procesów i organizacji pracy. Specjalizuję się w budowaniu strategii komunikacji, sprzedaży i obsługi klienta w środowisku omnichannel. Jestem twórcą idei oraz strategii Customer Fixe. Od kilkunastu lat spritus movens polskiego sektora Cutsomer service / Contact Center. Za swoją działalność na tym polu zostałem wyróżniony przez międzynarodowe gremium CCC Special Award. Jestem autorem artykułów eksperckich, komentatorem rzeczywistości branżowej, prowadzę blog i podcast www.klientomania.pl. Obecnie koncentruję swoją uwagę na wspieraniu managerów customer service jako mentor dzieląc się swoją wiedzą, doświadczeniami i wartościowymi kontaktami.



Marcin Charkiewicz

Dyrektor ds. Klienta Black Red White

Od kilkunastu lat zajmuje się różnymi tematami z zakresu zarządzania doświadczeniem klientów (CX), użytkowników (UX) i pracowników (EX). Przez wiele lat w Orange Polska m.in. prowadził Centrum Badań Konsumentckich, współtworzył wciąż aktualną strategię CX, kierował zespołem analiz strategicznych i licznymi inicjatywami z zakresu diagnozy, projektowania i zarządzania CX. W grudniu ubiegłego roku objął obszar Zarządzania Doświadczeniem Klientów w Black Red White i odkrywa z radością na nowo dobrze sobie znany świat relacji z Klientem w innej branży. Ekonomista, psycholog, prowadzi też zajęcia na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, a czasem podyplomowo na innych uczelniach – oprócz CEX głównie z obszarów zarządzania zmianą organizacyjną i przywództwa.





Jacek Dziura

Członek Zarządu, CMO Grupa iCEA

Dyrektor Marketingu Roku 2021 w kategorii „Master of content marketing”, naczelny w „Magazyn Digital”, branżowym magazynie dla marketerów, przedsiębiorców i całej branży eCommerce, prowadzący program „Zrozumieć eCommerce”, ekspert w Radzie Sektorowej. Na co dzień jako CMO zarządza komunikacją jednej z największych agencji SEO w Polsce oraz buduje silne marki w holdingu Digital Now! Praktyk strategii i skutecznego budowania brandów. W pracy pasjonuje się ujęciem klientocentrycznym i zawsze patrzy przez pryzmat konsumenta – zarówno w marketingu, jak i eCommerce. Doświadczenie zdobywał budując marki, takie jak: Tpay, FIBARO, SARE oraz w Booking.com. Swoją wiedzę dzieli się również ze studentami. Wykładał m.in. na Collegium Da Vinci, Uniwersytecie Kazimierza Wielkiego oraz Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.



Łukasz Grała

Mentor, futurolog, pasjonat danych i sztucznej inteligencji

Śledzi i bada najnowsze osiągnięcia naukowe oraz technologiczne w temacie AI, ML i zaawansowanej analityki. Jego misją jest ewangelizacja świata biznesu w obszarze lepszego wykorzystania potencjału danych. Od 2021 roku tworzy podcast „Opór jest daremny. Nadchodzi AI!”, skupiając się na sztucznej inteligencji, która nas otacza. Regularnie gości w audycji Patrycjusza Wyżgi „Patronautyka” w Radio357, dzieląc się swoim spojrzeniem na świat nowych technologii z perspektywy koginitywistycznego podejścia. Chętnie inwestuje i łączy pasjonatów w nowe inicjatywy. Jednym z nich jest Advanced Customer Platform której misją jest wsparcie przedsiębiorstw w czerpaniu korzyści z wykorzystania sztucznej inteligencji i osiągnięć nauki w obszarze Data Science. Od 2010 roku Microsoft Most Valuable Professional (MVP) w kategorii Platforma danych. Jeden z 50 MVP w kategorii AI na świecie od 2018 roku. Na co dzień mentoruje zespół TIDK i przewodzi realizacją innowacyjnych projektów dla największych polskich organizacji.





Joanna Hirsz

Senior Consultant Customer, Employee, Patient Experience GCE Consulting - GoodCustomerExperience.pl

Jest wieloletnim doradcą biznesowym w zakresie Customer, Employee i Patient Experience. Z wykształcenia prawniczka i certyfikowany Marketer (Dipl Chartered Institute of Marketing). Członkini Kapituły nagrody Firma Przyjazna Klientowi. Zrealizowała wiele strategicznych projektów związanych z zarządzaniem doświadczeniami klientów, pracowników i pacjentów, jak również optymalnym rozwojem firmy, oferty i digitalizacji procesów. Doświadczenie zawodowe zdobyła w międzynarodowej korporacji jako Dyrektor Marketingu & Business, Product Development oraz Członek Zarządu, Lider inicjatywy korporacyjnej Customer Experience. W swojej pracy doradczej szczególnie zwraca uwagę na budowanie proklienckiej kultury organizacji. Od 2013 roku kieruje firmą GCE Consulting – prowadzi bloga GoodCustomerExperience.pl. Razem z zaufanym Zespołem współpracowała lub współpracuje nadal i zmienia świat na lepsze ze wspaniałymi Klientami m.i.n z: Santander Bank Polska, Aviva Ubezpieczenia; Union Investment TFI S.A. (Generali), Benefit Systems; Polskie Koleje Linowe S.A.; player.pl (TVN Digital S.A.), Grupa Dentsu Aegis Network, P4 - PLAY, Herbalife Polska, PZU S.A., PZU Zdrowie, BGŻ BNP Paribas, Bouygues Immobilier Polska, EUROCASH, Grupa LUX MED, Centrum Medyczne Mavit, Carolina Medical Center, Walsted, Nexity, Unidevelopment, Symfonia, Nationale Nederlanden, Bank Gospodarstwa Krajowego, mLeasing, NEUCA.



Aleksandra Jagiełło-Bono

CEM Expert, Partner Zarządzający CustomerMatters

Ekspert customer experience. Partner w CustomerMatters, polskiej firmie doradczej, która od 2013 roku promuje wśród swoich Klientów podejście do obsługi Klienta oparte na budowaniu pozytywnych doświadczeń w każdym punkcie styku, obniżaniu wysiłku klienta w relacjach z firmą i dokładnym diagnozowaniu przebiegu Podróży Klienta (Customer Journey). Obserwator mechanizmów działania ludzi, badacz ich motywacji, fanka logiki i prostoty w procesach. Ma bogate doświadczenie w diagnozowaniu doświadczeń, analizowaniu zebranego głosu klienta, projektowaniu usprawnień i nowych rozwiązań. Wraz z Zespołem CustomerMatters realizuje projekty z zakresu customer experience w firmach wielu branż, m.in.: ubezpieczeniowej, bankowej, telekomunikacyjnej, energetycznej, e-commerce, deweloperskiej czy handlu detalicznego. Doświadczony konsultant i trener w obszarze customer-centricity, employee i customer experience. Wcześniej związana z bankowością (1999-2014) w obszarach: sprzedaży oraz zarządzania wynagrodzeniami i benefitami. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej. Od 2015 roku prelegent na konferencjach poświęconych tematyce Customer Experience oraz wraz z Zespołem CustomerMatters także partner merytoryczny wydarzeń, m.in. CX Transformation (od 2016) organizowanego przez Puls Biznesu. Członek i współzałożyciel CX Influencers - platformy zrzeszającej profesjonalistów CX na polskim rynku. Partner merytoryczny pierwszego polskiego periodyku o doświadczeniach klienta (Customer Experience Manager) i autorka publikacji dotyczących praktyki zarządzania CX.





Aleksandra Gorbacz-Andruk

Head of Customer Experience KROSS S.A.

Customer Experience Manager, doświadczeniem Klienta i wiedzą o klientach zajmuję się od niemal 10 lat. Działalam w różnych obszarach z tym związanych - badaniach, customer intelligence, projektowaniu usług, zarządzaniu jakością obsługi i upraszaniu komunikacji. Rozwijałam w firmach metody pracy skoncentrowane na kliencie - m.in. service design, design sprints, testy użyteczności. Budowałam zespoły zajmujące się CX i klientocentryczną kulturę pracy. Większość kariery pracowałam branży finansowej - bankowości i ubezpieczeniach. Od niedawna w marce rowerowej Kross, jako Head of Customer Experience, dbam o lepsze doświadczenia naszych klientów-rowerzystów; oraz wspieram cyfrową i klientocentryczną transformację firmy.



Rafał Kamiński

Business Unit Lead of CX Kantar

Projektant i badacz, wykładowca. Metodyk, trener biznesu i mentor. Swoją pasję do badań odkrył 13 lat temu, wraz z metodami projektowania produktów i usług skoncentrowanymi na człowieku - human-centered design - których sercem są badania. Obecnie: CX Business Unit Lead w Kantar, Ekspert ds. badań i testowania koncepcji PPNT przy inkubatorze innowacji społecznych PO-POJUTRZE, trener w EY Academy of Business, kierownik i opiekun merytoryczny studiów podyplomowych „Lider Innowacji” w Akademii Leona Koźmińskiego. Facylitator zwinnych metod projektowanych: Design thinking, Service design, Lean startup, Lean UX, Agile PM, Scrum. Ekspert i metodyk projektowania innowacji społecznych, biznesowych i technologicznych. Zwolennik i ambasador circular & planet centric design. Absolwent WSP ZNP i School of Form. Doświadczenie zawodowe zdobywał pracując w korporacjach takich jak Orange, Polkomtel, Raiffeisen Bank, Santander Bank, UPC Polska oraz jako freelancer, w agencjach butikowych, współpracując z uczelniami, fundacjami i startupami. Z pasji do sportu trener tenisa stołowego.





Anna Karasińska

Customer Experience Menagerka Platforma Migracyjna EWL

Socjolożka, od 17 lat zajmuje się badaniem, projektowaniem i wdrażaniem standardów współpracy z Klientami. W 2020 uzyskała I miejsce w konkursie European Customer Centricity Winner w kategorii Customer Experience Professionals współtworząc i prowadząc międzynarodowy zespół Grupy IPF. Zadaniem teamu było wypracowanie procesów koncentrujących się na doświadczeniach klienta oraz umieszczeniu jego potrzeb w centrum wszystkich działań globalnej organizacji. ECCA to jedno z największych wydarzeń związanych z wymianą wiedzy na temat Customer Experience w Europie, przyciągając rocznie profesjonalistów z ponad 30 krajów. Od kilku lat prowadzi projekty mające na celu podnoszenia jakości relacji z Klientem i kreowaniu kultury biznesowej zorientowanej na Klienta, specjalizuje się w „markach trudnych”. Obecnie swoje doświadczenie wykorzystuje w firmie East West Link, która jest pionierem podejścia customercentrycznego w branży HR na rynkach wschodnich, budując globalną, digitalową platformę migracyjną. Uczestniczka wielu konferencji branżowych, projektuje i prowadzi szkolenia z Design Thinking w obszarach związanych z Customer Experience. Absolwentka doktoranckich studiów na Uniwersytecie Warszawskim w Instytucie Stosowanych Nauk Społecznych. Współpracowała m.in. z instytucjami NCBiR, Human Resources Development Center, PwC, Provident. Pasjonatka niekonwencjonalnego podejścia do obszaru CX:)



Marcin Kinderman

Director of UX & Service Design Credit Agricole Bank Polska S.A.



Aneta Kisielewska-Borgul

Menadżer ds. Zarządzania Doświadczeniem Klienta, trenerka prostego języka Santander Consumer Bank S.A.

Entuzjastka Customer Experience, User Experience, prostego języka i myślenia wizualnego. Od 10 lat związana z bankowością, a przeszło 2 lata odpowiedzialna za onlajnowe doświadczenia klientów. Obserwuje i analizuje rynek, nieustannie szuka dobrych praktyk i inspiracji, a wszystko po to, aby zapewnić klientom jak najlepsze doświadczenia.





Karolina Kociołek

Social Media Lead Socjomania

Praktyk z zakresu marketingu w mediach społecznościowych, trenerka, entuzjastka digitalu i nowych technologii, certyfikowana trenerka Digital Marketing Institute. Przeprowadza audyty, współtworzy startegie, doradza i szkoli. Doświadczenie zdobywała w agencjach socialmediowych, PR-owych i digitalowych, zajmując stanowiska od specjalistki i trenerki po team leaderkę działu social media. Pracowała z klientami B2B i B2C - zarówno przy opracowywaniu strategii, jak i egzekucji działań marketingowych. Współpracowała z klientami o bardzo szerokim profilu - od IT i branży budowlanej, poprzez branżę wydawniczą, fashion, beauty i outdoor, aż po instytucje publiczne i NGO. Jej artykuły przeczytać można m.in. w "Marketerze+", "Sprawnym Marketingu", czy "Social Media Managerze". Występuje na konferencjach i meetupach marketingowych, była prelegentką na EB Summit 2021, czy Konferencji Marketing w Kulturze. Prowadzi zajęcia na z digital marketingu na studiach podyplomowych na AGH i WSB.



Magdalena Kopczyk

E-Commerce Junior Manager PepsiCo

Od lat związana ze Sprzedażą, Trade Marketingiem i E-Commerce, gdzie wdrażała rozwiązania usprawniające sprzedaż w branży energetycznej i FMCG. Obecnie od 5 lat pracuje z segmentem HoReCa, gdzie odpowiada za digitalizację i rozwój sprzedaży online i offline: m.in. poprzez aktywizację digitalową klientów lub optymalizację stron i aplikacji z dostawami jedzenia. Szerzy wiedzę o trendach i skutecznych rozwiązaniach online np. prowadząc warsztaty dla zespołów sprzedaży. Absolwentka SGH na kierunku E-Biznes.





Wiesław Kotecki

Partner, Lider Customer Strategy & Design Deloitte Digital CE

Lider zespołu Customer Strategy and Design w Deloitte Digital na terenie Europy Centralnej. W swojej pracy pomaga klientom w budowaniu przewag konkurencyjnych bazujących na perspektywie użytkownika i jej wykorzystaniu w transformacji cyfrowej przedsiębiorstw. Projektując produkty i usługi digitalowe łączy elementy strategii cyfrowej, doświadczenia użytkownika i designu z wiedzą o tym, co daje nowoczesna technologia. Od 2005 r. wierzy, że to właśnie technologia powinna służyć ludziom, a nie ludzie technologii. W 2016 r. po 10 latach prowadzenia pierwszej w Polsce firmy specjalizującej się w UX – UseLab, dołączył ze swoim zespołem do Deloitte Digital. Realizował projekty w 30 krajach. Współpracował z klientami w Polsce oraz w USA, Szwajcarii, Szwecji, Niemczech, Wlk. Brytanii, Hiszpanii, Meksyku, Belgii, Francji, Słowenii czy Czarnogórze. Specjalizuje się w branży finansowej, telekomunikacyjnej, motoryzacyjnej oraz zdrowotnej. Jego projekty były wielokrotnie nagradzane. Pomysłodawca i współzałożyciel największej w Europie konferencji dotyczącej user experience – UX Poland. Wykładowca najbardziej prestiżowych konferencji branżowych w Polsce, ale także w Argentynie, Wlk. Brytanii, Portugalii czy Turcji. Aktywny podcaster – w ramach projektu „Człowiek. Biznes. Technologia.” przeprowadził blisko 100 rozmów z przedstawicielami świata biznesu, technologii i szeroko pojętego designu.



Izabela Mościcka

Dyrektor Departamentu Komunikacji i Zarządzania Doświadczeniami Klienta Bank Gospodarstwa Krajowego

Menedżer z ponad 25-letnim doświadczeniem w komunikacji, z czego 20 lat w sektorze bankowym. Specjalizuje się w komunikacji strategicznej, kryzysowej, marketingowej, a od kilku lat także w CX. Zarządza obszarem CX, obsługą reklamacji, contact center i komunikacją zewnętrzną i wewnętrzną. Wypracowuje i wdraża standardy jakości obsługi w kanałach zdalnych. Propaguje w banku prosty język i poprawność językową. Przez wiele lat wykładała na studiach podyplomowych w Akademii im. Leona Koźmińskiego. Odznaczona przez Związek Banków Polskich medalem za szczególne zasługi w budowie i rozwoju sektora bankowego. Fanka psychologii i ekonomii behawioralnej.



Jakub Nawrocki

Trener UX-PM Polska, UX Team Leader Agencja Symetria

Badacz z wieloletnim doświadczeniem projektowym. Zajmuje się projektowaniem procesów badawczych, systemów pomiarów i relacjami między danymi z różnych źródeł. Twórca UX Indexu. Trener międzynarodowego certyfikatu UX-PM pozwalającego zdobyć wiedzę z zakresu UX.





Paweł Olszewski

Kierownik ds. Projektów Logistycznych Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl

Product Owner systemów logistycznych. Wcześniej związany ze światem IT, łączy swoją wiedzę technologiczną z potrzebami biznesu. Z sukcesem wdrożył i rozwija system klasy TMS oraz aplikację mobilną w transporcie.



Katarzyna Oruba

Menadżerka sekcji badań i projektowania usług Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl

Badaczka z biznesowym backgroundem. Wcześniej związana z branżą digital consulting, gdzie zdobyła doświadczenie w budowaniu procesów oraz rozwijaniu produktów i usług. Tam też zyskała biznesowy feeling i sentyment do zwinności. Obecnie rozwija zespół odpowiedzialny za badania CX oraz za service design w Euro-net. Zwolenniczka pracy w interdyscyplinarnych zespołach.



Rafał Rosa

Senior UX Designer Euro-net.pl, właściciel marki RTV Euro AGD, serwis euro.com.pl

UX Designer, certyfikowany Product Owner. Początkowo grafik i webdeveloper, postanowił związać swoją karierę z UXem, żeby poza „rysowaniem” stron znaleźć odpowiedź „dlaczego?” Swoją przygodę z E-commerce rozpoczął jako Product Owner podczas integracji front-endu sklepu z nowym systemem (odpowiedzialny za stronę główną, listingi, karty produktu, konto klienta i koszyk). Entuzjasta metodyk zwinnych, a w szczególności SCRUMa. Pragmatyk, związany z branżą digital od ponad 10 lat. Specjalizuje się w projektowaniu, makietowaniu oraz procesach, chociaż badania i analityka nie są mu obce. Ewangelista projektowania Mobile First. Zawsze otwarty na dyskusję. Od 6 lat sprawia, aby doświadczenia klientów euro.com.pl były jak najlepsze.





Paulina Rzymaska

Senior Manager, Customer Experience Management Deloitte Digital CE

Managerka projektów i zespołów wyspecjalizowanych w budowaniu doświadczeń klientów (Customer Experience), użytkowników produktów cyfrowych (Experience Design) i projektowaniu usług (Service Design). Posiada ponad 14-letnie doświadczenie jako projektantka i badaczka User Experience, pracując z liderami branż: finansowej, telekomunikacyjnej, ubezpieczeniowej, e-commerce, medialnej. Wspiera zespoły w transformacji organizacji w kierunku klientocentryczności, identyfikowaniu wyzwań projektowych, ideacji i testowaniu rozwiązań. Facylituje warsztaty i szkolenia dla biznesu. Poświęca się działalności edukacyjnej, od lat angażując się w inicjatywy wspierające rozwój branży User Experience w Polsce. Pasjonuje się metodyką badawczo-projektową i efektywnym wykorzystywaniem danych w procesach biznesowych.



Łukasz Tkacz

Dyrektor ds. Zarządzania Doświadczeniem Klienta Euro-Tax.pl Zwrot Podatku S.A.

Od blisko 13 lat związany z obsługą klienta i sprzedażą, podczas których skupiał się na projektowaniu kompleksowych strategii obsługi klienta oraz wdrażaniu procesów, z uwzględnieniem potencjału nowych technologii. Obecnie Dyrektor ds. Zarządzania Doświadczeniem Klienta w Euro-tax.pl S.A. oraz Członek Zarządu w Euro-tax.ro Servicii Fiscale Emigranti S.R.L, wdrażający strategię związaną z Customer Experience Management na rynku polskim, bułgarskim i rumuńskim.



Marek Wajda

Head of Digital Service & Customer Experience ULTIMO S.A.

Manager, Product Owner, Trener. Entuzjasta podejścia evidence based oraz wykorzystania nowych technologii w windykacji. Od 13 lat związany w branżą windykacyjną. Absolwent Uniwersytetu Wrocławskiego (Socjologia) oraz Uniwersytetu Ekonomicznego (Zarządzanie Zasobami Ludzkimi), uczestnik i autor wielu szkoleń z zakresu windykacji. Początkowo doświadczenie zawodowe zbierał w obszarach operacyjnych (Contact Center). Następnie związał się z obszarem HR, gdzie tworzył i wdrażał polityki szkoleniowe nastawione na wspieranie kluczowych zmian w organizacji. 4 lata temu wrócił do „serca organizacji” czyli działów operacyjnych. Obecnie odpowiada za spójne i kompleksowe zarządzanie doświadczeniami Klienta, rozwój platformy do zarządzania zadłużeniami on-line (przedsięwzięcie wyróżnione nagrodą za najlepszy projekt w Polsce przez International Project Management Association) oraz rozwój botów wykorzystywanych w kanale telefonicznym i na czacie.





Jakub Weber

Director, Client Experience Strategy BNY Mellon

Doświadczony menadżer transformacji „outside-in”, pełnił m.in. rolę lidera zespołu wdrażającego i zarządzającego portfolio produktów oraz rozwijał współpracę ze startupami w regionie CEE dla T-Mobile, doradzał klientom TMT (Telco, Media, Technology) w transformacji cyfrowej w ramach współpracy z Deloitte Digital, aktualnie wspiera transformację globalnego gracza finansowego – Bank of New York Mellon – prowadząc projekty nastawione na poprawę doświadczeń klienta w rejonie EMEA.



KONTAKT





MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Sokulska
Project Manager


 48223339850

 m.sokulska@pb.pl

Współpraca



Mateusz Stempak
Marketing Manager

 48223339912

 m.stempak@pb.pl

Szczegółowa lokalizacja wkrótce

online

Cena

Digital Customer Experience

22 czerwca 2022, online

1695 zł netto od 2022-06-22 do 2022-06-22

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

Potwierdzam, że zapoznałam/em się z Regulaminem wydarzenia i akceptuję jego treść.

Chcę wiedzieć pierwszy i otrzymywać Newsletter Konferencje "PB" od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) na zasadach określonych w „Regulaminie serwisów internetowych Bonnier Business Polska”.

Chcę być na bieżąco! Zgadzam się na otrzymywanie od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) e-maili z informacjami o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

Chcę wiedzieć więcej! Zgadzam się, by dzwonił do mnie przedstawiciel wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) i informował mnie o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

Administratorem danych osobowych jest Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Dane są przetwarzane w celu organizacji konferencji oraz w celach marketingowych na podstawie odrębnie udzielonych zgód, które mogą zostać odwołane w każdej chwili. Więcej informacji na temat przetwarzania danych osobowych znajduje się w Klauzuli Informacyjnej RODO [Zobacz więcej](#)

Pieczętka i podpis



Formularz rejestracji: Digital Customer Experience

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 0000024847, 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**”) 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, a w przypadku konferencji stacjonarnych także przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe.
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. Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („**Zgłoszenie**”) i zatwierdzenie Zgłoszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowiązkiem zapłaty” lub pobranie, wypełnienie i odesłanie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
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. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
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.
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 4 powyżej nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
12. Organizator dopuszcza by zamiast 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 osoby prowadzącej 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 winnym Wydarzeniu.
15. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zgłaszającemu, który opłacił Cenę, Organizator zwraca Cenę w pełnej wysokości.
16. Wszystkie materiały przekazane uczestnikowi 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 jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
18. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwać przebieg Wydarzenia -w celu informacyjnym -za pomocą urządzeń rejestrujących dźwięk lub obraz. Brak zgody uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu na powyższe czynności wyklucza możliwość wzięcia udziału w Wydarzeniu. 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 Zgłoszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
20. Jeśli osoba dokonująca rejestracji wyraża bądź utrzymuje wyrażone uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% stałego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na płatne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i ogłaszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy działający pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten łączy się z innymi. Weryfikacja następuje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zgłoszeniu adresu e-mail osoby zgłaszającej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przysługuje wyłącznie osobie dokonującej rejestracji (dokonującej Zgłoszenia) i dotyczy danego Zgłoszenia bez względu na liczbę uczestników rejestrowanych przez osobę dokonującą rejestracji i uprawnioną do otrzymania rabatu.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
 - 21.1.1 dostęp do Internetu,



- 21.1.2 urządzenie końcowe,
- 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, wideo itp.).
22. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zgłoszenia przekazuje informację o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu
23. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
- 23.1.2 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
- 23.1.3 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
- 23.1.4 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.5 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
- 23.1.6 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.7 innymi okoliczności uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych za odrębnymi wyrażonymi zgodami podczas rejestracji na recepcji w dniu wydarzenia dane osobowe uczestników (w tym pracowników i osób trzecich obsługujących Wydarzenie) obejmujące imię i nazwisko oraz numer telefonu (lub spersonalizowany adres poczty elektronicznej) będą przetwarzane na wypadek stwierdzenia u któregoś z uczestników lub pracowników (lub osób trzecich obsługujących Wydarzenie) zakażenia wirusem COVID-19. Wyrażona zgoda obejmować będzie prawo Organizatora do udostępnienia danych osobowych właściwym służbom, instytucjom oraz innym podmiotom realizującym ustawowe obowiązki związane z zapobieganiem rozprzestrzenianiu się wirusa COVID-19 i ograniczeniem liczby zakażeń. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przetwarzanie danych osobowych w celu, o którym mowa powyżej.
25. Organizator wskazuje, że w przypadku wystąpienia niepokojących objawów w dniu Wydarzenia lub na kilka dni przed Wydarzeniem uczestnik (w tym pracownik i osoba trzecia obsługująca Wydarzenie) powinien powstrzymać się do uczestnictwa w Wydarzeniu, pozostać w domu, postępować zgodnie z zaleceniami Głównego Inspektora Sanitarnego / Ministerstwa Zdrowia i skontaktować się niezwłocznie z lekarzem lub powiatową stacją sanitarno-epidemiologiczną, oddziałem zakaźnym, a w razie pogorszenia się stanu zdrowia zadzwonić pod nr 999 lub 112 i poinformować o swoich objawach. W przypadku stwierdzenia niepokojących objawów w trakcie Wydarzenia lub w terminie dwóch (2) tygodni po jego zakończeniu uczestnik (w tym pracownik i osoba trzecia obsługująca Wydarzenie) powinien skontaktować się niezwłocznie z Organizatorem i poinformować o tym fakcie pod dedykowanym przez Organizatora numerem telefonu 695370213.
26. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraziła zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zgłoszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokonał Zgłoszenia oraz jakie dane zostały wskazane z prośbą o ich potwierdzenie.
27. Organizator informuje, że w celu zwiększenia bezpieczeństwa i ochrony zdrowia uczestników Wydarzenia oraz pracowników i osób trzecich obsługujących Wydarzenie, ograniczenia kontaktów w miejscu Wydarzenia w ramach zabezpieczenia przed wirusem COVID-19 organizując Wydarzenie zamierza wdrożyć w najszerszym możliwym zakresie wytyczne dla organizatorów spotkań biznesowych, szkoleń, konferencji i kongresów w trakcie epidemii SARS-CoV 2 opracowane przez Ministerstwo Rozwoju z Głównym Inspektorem Sanitarnym udostępniane do publicznej wiadomości pod adresem: <https://www.gov.pl/web/rozwoj/spotkania-biznesowe-szkolenia-konferencje-i-kongresy>.
28. Organizator zastrzega, że w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu uczestnicy (jak również pracownicy oraz osoby trzecie obsługujące Wydarzenie) zobowiązani będą do przestrzegania wszelkich wytycznych dotyczących bezpieczeństwa wdrożonych przez Organizatora w miejscu Wydarzenia, w tym w szczególności zobowiązani będą do stosowania maseczek ochronnych (przyłbic, elementów garderoby) zastępujących usta i nos. W przypadku ich braku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do udziału w Wydarzeniu lub żądania opuszczenia pomieszczeń, w których odbywa się Wydarzenie.
29. 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.

