

Social Selling

24 września 2019 / Warszawa, Hotel Polonia Palace

1995 zł netto do 24 września



CEL

- **68%** kupujących B2B woli samodzielnie szukać informacji w sieci niż spotykać się z handlowcem
- **3,3mln** - tylu jest aktywnych użytkowników na LinkedIn w Polsce i to oni sprawiają, że kształtuje się tam coraz więcej opinii biznesowych
- **47%** klientów uważa, że wysokiej jakości treści miały bezpośredni wpływ na podjęcie decyzji biznesowej i nawiązanie współpracy
- **58%** o tyle zwiększają się Twoje szanse na przyciągnięcie talentów do organizacji dzięki zaangażowaniu w mediach społecznościowych
- **45%** więcej leadów generują sprzedawcy B2B wykorzystujący w swoich działaniach media społecznościowe
- **7x** większą konwersję dają kontakty uzyskane przez pracowników na LinkedIn niż leady zdobyte innymi drogami
- **51%** handlowców B2B dzięki social sellingowi realizuje częściej swoje cele sprzedażowe

Dostrzegasz jak wszyscy wokół Ciebie korzystają z telefonów? Widzisz, ile czasu klienci spędzają na linkedin? To właśnie portale społecznościowe są miejscem, gdzie znajdują się Twoi klienci!

Weź udział w jedynym na polskim rynku wydarzeniu w całości poświęconemu sprzedaży B2B w mediach społecznościowych. Razem z ekspertami z **Signify, Mondi, Hays Poland, 3m Projekt, Canon:**

- **zbuduj** spójną strategię sprzedaży wykorzystującą media społecznościowe
- **naucz się** wchodzić w interakcję z Twoimi klientami, być w miejscu i czasie wtedy, kiedy oni tego chcą
- **poznaj** techniki rozwoju Twoich handlowców i wzmacniania ich wizerunku jako ekspertów
- **zobacz**, jakie treści budują Twoją pozycję eksperta (treści publikowane przez pracowników cieszą się 2x większym zaangażowaniem niż te same treści udostępniane przez firmę)

- **naucz się** integrować działania marketingu i sprzedaży, a tym samym zapewnij dużą skalowalność wewnątrz organizacji

Ponadto podczas interaktywnej sesji warsztatowej, pod okiem eksperta, przygotujesz własny plan tematów i treści, które już następnego dnia po konferencji będziesz mógł publikować w social mediach.

Jeśli odpowiadasz za sprzedaż, marketing czy promocje w obszarze B2B i chcesz zwiększyć efektywność swoich działań sprzedażowych, nie może zabraknąć Cię na naszej konferencji! Przyjdź na wydarzenie i zacznij osiągać lepsze wyniki!





Wtorek, 24 września

08:30

Rejestracja uczestników, poranna kawa

09:00

Rozpoczęcie konferencji, przywitanie uczestników

09:05 - 09:45

PIERWSZY KROK: Jak skutecznie wdrożyć Social Selling w dużej organizacji (CEE / Europa)? Strategia sprzedaży w mediach społecznościowych krok po kroku

 Łukasz Maroszczyk, Global B2B Digital Activation Lead, Signify

case study Signify

- Wąskie gardła i przeszkody w Twojej organizacji czyli jak sprostać wyzwaniom wdrożenia programu social selling w dużej, międzynarodowej firmie?
- Klienci zewnętrzni a wewnętrzni – jak możesz zaangażować ludzi na różnych poziomach organizacji w program social selling?
- Różnice i podobieństwa, rynki europejskie a polskie organizacja. W jaki sposób zbudować strategię social sellingową dostosowaną do regionu i struktury firmy?

09:45 - 10:25

START: Wdrożenie programu Social Selling B2B

 Przemysław Jabłoński, Dyrektora Działu Marketingu, Canon

case study Canon

- Etapy dojrzałości programu
- Pilot programu - efekty i wyzwania po drodze
- Wykorzystanie LinkedIna we wspólnej pracy marketingu i sprzedaży wokół procesu zakupowego klienta



10:25 - 11:05

PÓŁ ROKU: Wzloty, upadki, trudy codzienności czyli jak dotychczasowe doświadczenia z prowadzenia social sellingu przekuć w sukces sprzedaży Twojego zespołu?

 Robert Lis, Marketing Manager, Mondi

case study Mondi

- Największe sukcesy, nietypowe formy – jak skutecznie wyciągnąć wnioski z elementów, które nie zadziałały w Twoim programie?
- 30 handlowców, 1 program czyli jak efektywnie zaangażować wszystkich pracowników zespołu sprzedaży?
- Metody bezustannego angażowania Twoich pracowników w Social Selling
- W jaki sposób skutecznie możesz pozyskać ambasadorów i sponsorów wewnętrznych Social Sellingu?

11:05

Przerwa na kawę

11:25 - 12:05

SOCIAL SELLING W CODZIENNEJ PRAKTYCE: Jak budować sieć kontaktów i umacniać relacje, aby przynosiły wymierne korzyści?

 Adrian Gamoń, Brand Experience & Communication Strategist, adriangamon.com

- Co warto zrobić przed przystąpieniem do budowy sieci kontaktów na LinkedIn?
- Jak wygląda proces budowy relacji? Co zrobić przed nawiązaniem kontaktu? Jak umacniać relacje po nawiązaniu kontaktu? Kiedy jest czas na sprzedaż? Co warto zrobić po sprzedaży?
- Jak na co dzień można optymalnie sobie ułożyć prace i aktywności na LinkedIn?

12:05 - 12:45

SOCIAL SELLING A PR: Jak social selling wspiera PR i w jaki sposób działania PRowe wspierają social selling?

 Paulina Łukaszuk, Communications Manager, Hays Poland

case study Hays Poland

- Miejsce social sellingu w procesie sprzedaży, czyli mocne wyjście poza aktywność na LinkedIn
- Jak zaangażować handlowców w działania social selling
- 3 nieoczywiste efekty działań social selling w naszej organizacji



12:45

Lunch

13:35 - 14:15

LINKEDIN: To ostatni moment, aby wsiąść i zająć dobre miejsce w odjeżdżającym super expresie jakim jest LinkedIn czyli o tym jak zbudować pozycję eksperta na LinkedIn

 Robert Sierko, New Business Director, 3m Projekt

case study 3m Projekt

- Jak w ciągu relatywnie krótkiego czasu możesz zostać najbardziej rozpoznawalnymi „ekspertami” w Twojej branży?
- Od zera do bohatera – metody, które pozwolą Ci odnieść sukces na portalu LinkedIn

14:15 - 14:45

TREŚCI: Jak tworzyć treści, które wspierają sprzedaż i budują pozycję eksperta? Część 1

 Piotr Grządziel, Founder and Brand Creator, Top Personal Branding

Thought Leadership – treści, które najbardziej angażują i które wspierają sprzedaż

- Dlaczego LinkedIn jest dzisiaj jednym z kluczowych i najbardziej wiarygodnych kanałów komunikacji
- Branża, produkt czy wiadomości o firmie – jak najlepiej wybrać tematy do publikacji i częstotliwość publikacji
- Co działa najlepiej na LinkedIn – best practices & copywriting

14:45

Przerwa na kawę

15:00 - 16:00

TREŚCI: Jak tworzyć treści, które wspierają sprzedaż i budują pozycję eksperta? Część 2

 Piotr Grządziel, Founder and Brand Creator, Top Personal Branding

Interaktywna sesja warsztatowa "Thought Leadership", podczas której przygotujesz własny plan tematów i treści do działań social sellingowych.

- Ćwiczenie oparte na modelu Thought Leadership – plan treści

16:00

Zakończenie konferencji, wręczenie certyfikatów





PRELEGENCI



Paulina Łukaszuk

Communications Manager Hays Poland

Ekspertka w zakresie komunikacji. Od ponad 10 lat związana z branżą rozwiązań biznesowych w obszarze HR. Jako Communications Manager w Hays Poland odpowiada zarówno za obszar komunikacji wewnętrznej, jak i PR. Jej doświadczenie obejmuje wiele dziedzin, związanych głównie z wdrażaniem modeli komunikacji marketingowej, współpracą z mediami oraz komunikacją kryzysową. Absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Warszawskim oraz podyplomowych studiów PR i komunikacji strategicznej w Szkole Głównej Handlowej. Przed dołączeniem do Hays pracowała w polskim oddziale Hay Group, gdzie jako Marketing Manager odpowiadała za wzmocnienie marki i wizerunku firmy poprzez komunikację oraz kontakty z mediami. Wcześniej jako dziennikarz współpracowała z redakcjami, portalami informacyjnymi i wydawnictwami specjalistycznymi.



Łukasz Maroszczyk

Global B2B Digital Activation Lead Signify

Marketer z ponad 13 letnim stażem w takich firmach jak Procter & Gamble, Bank HSBC, Prudential, czy Signify (znanym wcześniej jako Philips Lighting). Laureat konkursów Effie oraz Golden Arrow. Jako członek zespołu wprowadzającego markę Prudential do Polski odpowiedzialny był za zbudowanie ekosystemu digital marketingowego firmy. W Signify zainicjował transformację cyfrową firmy w regionie CEE. Wprowadził również Social Selling do globalnego krwioobiegu firmy kiedy nie było to jeszcze modne;) Obecnie w holenderskiej centrali firmy odpowiada za marketing cyfrowy dla kanału B2B. Współautor kursu e-learning „Social Selling SWAT” – kompleksowego szkolenia z zakresu Techniki Social Selling. Mówi o sobie jako o „marketerze który nie boi się sprzedaży”.





Przemysław Jabłoński

Dyrektora Działu Marketingu Canon

Manager sprzedaży i marketingu z wieloletnim doświadczeniem pracy w segmencie B2B. Od 2013 r. związany z firmą Canon Polska, gdzie obecnie jako Dyrektor Działu Marketingu obszaru B2B odpowiada za strategię działań marketingowych i optymalizację procesów sprzedaży. Koordynuje realizację projektów, mających na celu wdrażanie w Canon Polska nowoczesnych narzędzi budujących cyfrowe mechanizmy generowania leadów oraz budowania świadomości marki. W ramach nowego podejścia do marketingu B2B, odzwierciedlającego przyjętą strategię firmy, odpowiadał m.in. za projekty nakierowane na poprawę efektywności działań sprzedażowych m.in. wdrożenia systemów marketing automation czy nowoczesnej metodologii wykorzystania systemów CRM. Gorący zwolennik wykorzystania potencjału nowych technologii w tradycyjnych działaniach sprzedażowych. Zainicjował szereg nowych aktywności marketingowych w Canon Polska m.in. realizację kampanii marketingowych opartych o nowe podejście do treści i aktywne wykorzystanie kanałów social media czy nowoczesnego prospectingu (obejmującego ogólnofirmowy projekt Social Selling).



Robert Lis

Marketing Manager Mondi

Marketing Manager w Mondi Corrugated w Polsce. Realizuje strategię komunikacji i działania marketingowe, wdrażając min. idee customer journey i nowoczesne narzędzia marketingu B2B. Przez ponad 6 lat prowadził inspirujące warsztaty z firmami z sektora FMCG o roli opakowań w wyróżnieniu produktu na półce, skuteczności sprzedaży i budowaniu marki a także aspektów kosztowych opakowań w wymiarze logistyki czy procesu pakowania. Posiada także kilkuletnie doświadczenie w marketingu B2C zdobyte na stanowisku brand manager'a w międzynarodowych firmach z sektora FMCG w zakresie tworzenia strategii i komunikacji marek oraz zarządzania produktem. Zwolennik prezentacji w duchu presentation zen Garr'a Reynolds'a. Śledząc profil Roberta na LinkedIn pl.linkedin.com/in/robertlis/ będą Państwo na bieżąco informowani o ciekawostkach ze świata opakowań.



Piotr Grządziel

Founder and Brand Creator Top Personal Branding

Wprowadza innowacyjne rozwiązania dla liderów oparte o personal branding, employer branding i social selling. Od 15 lat skutecznie łączy marketing, komunikację i sprzedaż, realizując projekty dla różnych branż. Twórca metody Top Personal Branding, na bazie której pracuje z liderami w biznesie, pomagając im zbudować silne, wyróżniające się i skuteczne marki osobiste. Jeden z kluczowych influencerów na LinkedIn, mówca na TEDx oraz konferencjach marketingowych, sprzedażowych, IT w Polsce i za granicą.





Robert Sieńko

New Business Director 3m Projekt

Typ analogowy. Od kilku lat socjalmediowy neofita - entuzjasta LinkedIn. Współautor jedyne w polskim Internecie portalu poświęconego w całości materiałom wspierającym sprzedaż (POSM) – www.brandingshop.pl Prelegent na konferencjach branży trade marketingowej. Współpracownik wydawnictw OHH Magazine oraz Design&Business.



Adrian Gamoń

Brand Experience & Communication Strategist adriangamon.com

Wierzy w MOC słów i znaczenie narracji, dlatego pomaga firmom i osobom tworzyć skuteczną komunikację marek spójnych z wartościami i potrzebami klientów. Założyciel agencji Social Frame i twórca kierunku studiów podyplomowych na AGH „Social Media & Content Marketing”. Autor wielu publikacji marketingowych i prelegent prestiżowych konferencji branżowych. Współautor kursu e-learning „Social Selling SWAT” – kompleksowego szkolenia z zakresu social sellingu. Inicjator i organizator spotkań edukacyjno-networkingowych LinkedIn Local w Krakowie.



KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Paulina Mocka

Project Manager



48223339867



p.mocka@pb.pl

Hotel Polonia Palace

al. Jerozolimskie 45

Warszawa



Formularz rejestracji: Social Selling

Cena

Social Selling

24 września 2019, Warszawa

1995 zł netto od 2019-09-24 do 2019-09-24

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

(305)

Formularz rejestracji: Social Selling

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 przysyła 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 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 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 w 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, urzędowi skarbowemu. 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 celu 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.

