

Warszawa

28 maja 2024

Polonia Palace Hotel

Digital Customer Experience '24

2695 zł netto do 28 maja



CEL

SAVE THE DATE!

Potencjał technologii cyfrowej jest ogromny i stale się rozwija. Firmy prześcigają się w innowacyjnych pomysłach i praktykach. Wykorzystują nowoczesne technologie, w tym sztuczną inteligencję aby zapewniać lepszą satysfakcję i budować coraz większe zaangażowanie konsumentów.

Podczas "**Digital Customer Experience '24**" zaprezentujemy różne inicjatywy realizowane przez firmy, które opierają się na rozwiązaniach cyfrowych i miały istotny wpływ na doświadczenie klientów, jak również na wskaźniki operacyjne i finansowe. Będziemy omawiać praktyczne przykłady, które ilustrują korzyści wynikające z efektywnego wykorzystania technologii cyfrowej w budowaniu dobrych doświadczeń klienckich.

Prezentowane case studies będą nie tylko inspirujące, ale również praktyczne i zorientowane na konkretny wpływ na działalność biznesową. Skupimy się na konkretnych wynikach osiągniętych dzięki zastosowaniu nowoczesnych technologii, jak również na lekcjach, które można wyciągnąć z tych doświadczeń w kontekście dalszych działań.

Zapraszamy do udziału w wydarzeniu, gdzie **podzielimy się wiedzą i praktycznymi przykładami, które mogą być inspiracją dla Państwa własnych inicjatyw w obszarze cyfrowych doświadczeń klienta.**

Podczas tegorocznej edycji konferencji **Digital Customer Experience '24** proponujemy udział w pięciu blokach tematycznych:

- **MOBILE**, czyli aplikacje, które budują i wspierają dobre doświadczenia klientów
- **CYFROWE KANAŁY KOMUNIKACJI**, czyli rozwiązania, które optymalizują działanie firmy i ich wpływ na doświadczenia klientów (chatbot, AI, itp.)
- **PHYGITAL, czyli PODRÓŻ KLIENTA ONLINE+OFFLINE**, czyli jak dbamy o doświadczenie klienta, który nie dzieli, a łączy kanały kontaktu
- **CYFROWE NARZĘDZIA WSPIERAJĄCE PRACOWNIKÓW**, czyli jak cyfrowo wspomagamy pracowników w ich pracy i jaki ma to wpływ na poprawę doświadczeń klientów (np. robotyzacja, automatyzacja)
- **TECHNOLOGIE DIGITAL**, czyli nowości o których warto pamiętać

Podczas wydarzenia, nasi eksperci postarają się odpowiedzieć na pytania:

- **Dlaczego** zdecydowali się na wdrożenie danego rozwiązania i co chcieli dzięki nim osiągnąć?
- **Jak działa** wdrożone rozwiązanie oraz jakie potrzeby klientów adresują
- **Jakie korzyści** wynikają dla klientów z korzystania z nowych rozwiązań, a jakie dla pracowników?
- **Co osiągnęli** dzięki wdrożeniu - NPS, CSAT, przychody, koszty, inne wskaźniki operacyjne
- **Porażki, sukcesy** oraz **wskazówki** wynikające z wdrożeń

Digital Customer Experience '24 to:

#1 dzień solidnej dawki inspiracji i rzetelnej wiedzy

#10 prelekcji w formie praktycznych case studies

#kilkunastu znakomitych ekspertów - praktyków z różnych branż

#Kilkudziesięciu zaangażowanych uczestników - okazja do wymiany doświadczeń i nawiązania wartościowych kontaktów





PROGRAM

Wtorek, 28 maja

08:30

Rejestracja, poranna kawa

09:00

Oficjalne rozpoczęcie konferencji

MOBILE - Aplikacje, które budują i wspierają dobre doświadczenia klientów

09:10

CASE STUDY#1 Czy można stworzyć aplikację dla wszystkich? Aplikacja mObywatel jako odpowiedź na potrzeby największej grupy docelowej

 Ewa Wasilewska, UX writerka, Centralny Ośrodek Informatyki

 Paweł Tkaczyk, UI/UX designer, Centralny Ośrodek Informatyki

CASE STUDY mObywatel

- Co dają szeroko otwarte oczy i uszy. Rola badań i głosu naszych odbiorców.
 - Moc drużyny. Jak działamy, żeby nasze rozwiązania działały.
 - Najbardziej transparentny feedback w branży UX.
 - Jak przyjąć najbardziej podkreślone piłki. Kiedy problem zmienia się w wyzwanie.
 - Miejsce w rankingu, którego nie ma.
-

09:45

CASE STUDY#2 Ewolucja czy rewolucja? Podejście do projektowania aplikacji mobilnej na przykładzie IKO PKO Banku Polskiego

 Michał Pogorzelski, Dyrektor Biura Projektowania Cyfrowego Doświadczenia Użytkownika, PKO Bank Polski

 Andrzej Grupański, Kierownik Sekcji Projektowania Użyteczności Aplikacji Mobilnych, Biuro Projektowania Cyfrowego Doświadczenia Użytkownika, PKO Bank Polski

CASE STUDY PKO BANK POLSKI

- Jak przez ostatnie 10 lat zmieniała się aplikacja mobilna IKO w obszarze użyteczności?
- Dlaczego stawiamy na określone podejście i kierunki projektowania?
- W jaki sposób staramy się przekonywać organizację do wybranego kierunku i sposobu projektowania?



CYFROWE KANAŁY KOMUNIKACJI - rozwiązania, które optymalizują działanie firmy i ich wpływ na doświadczenia klientów (chatbot, AI, itp.)

10:20

CASE STUDY#3 Jak skutecznie wdrożyć nowe rozwiązania by wspierały naszych Klientów i Pracowników?

 *Marta Kozicka-Trojan, Experience Design Manager, IKEA Retail sp. z o. o.*

CASE STUDY IKEA

- Co warto wziąć pod uwagę przy wdrożeniu nowego rozwiązania
- Jak ująć głos Pracownika i Klienta w działaniach przed, w trakcie i po wdrożeniu;
- Wersje bazowe i ich dalszy rozwój oparty o możliwości technologiczne plus wartość dla Pracownika i Klienta.

10:55

Przerwa na kawę

11:20

CASE STUDY#4 Cyfryzacja w ubezpieczeniach – od zakupu do likwidacji doświadczenia klienta na pierwszym miejscu

 *Mirosław Mikłos, Dyrektor Biura Zarządzania Doświadczeniami Klientów, PZU*

CASE STUDY PZU

W trakcie wystąpienia opowiemy o rozwiązaniach które pomagają naszym klientom w trakcie ich podróży z PZU. Podzielimy się przykładami wykorzystania technologii:

- w obszarze zakupu,
- w zakresie likwidacji
- w prewencji, czy
- reklamacji.

11:55

CASE STUDY#5 Jak cała firma pracuje na CX? Jak z powodzeniem rozwinąć cyfrowe kanały komunikacji w organizacji?

 *Piotr Maj, Członek Zarządu, Millennium Leasing*

CASE STUDY MILLENNIUM LEASING

- Projekt, który wyrzucił do góry nogami całą dotychczasową obsługę posprzedażową klientów w Millennium Leasing i stworzył ją na nowo w oparciu o „głos klienta”
- To przykład głębokiej transformacji procesowej, organizacyjnej, technologicznej i kulturowej
- Jak tych zmian doświadczyli zarówno pracownicy, jak i klienci?
- Czego się nauczyliśmy i jak zmierzaliśmy zmiany?



PHYGITAL, czyli PODRÓŻ KLIENTA ONLINE+OFFLINE - jak dbamy o doświadczenie klienta, który nie dzieli, a łączy kanały kontaktu

12:30

CASE STUDY#6 W jaki sposób wspieramy klientów w przechodzeniu do kanałów digitalowych i dbamy o ich doświadczenia?

 Anna Czekalska, Menedżerka Wydziału Budowania Doświadczenia Pracowników, mBank

CASE STUDY mBANK

- Dlaczego samoobsługa i rozwój technologii są dla nas tak ważne?
- Dlaczego nasi doradcy doceniają asystowanie i edukację cyfrową naszych klientów?
- Jak nowa rola Contact Center zmienia kompetencje doradców?
- Co powoduje, że klienci czują, że są w centrum naszej uwagi?

13:05

CASE STUDY #7 Digital Travel Companion - jak aplikacja mobilna może wspierać doświadczenia pasażerów na lotniskach?

 Wolfgang Reuthner, Head of Solution Design and Implementation, Lufthansa

 Małgorzata Dolińska-Amrozik, Product Designer, SYZYGY

CASE STUDY LUFTHANSA

- Jak tworzymy rozwiązania, które mają prowadzić klienta przez całą podróż?
- Jak wykorzystujemy technologię, aby wspierać doświadczenia pasażera na lotnisku?
- Jak rozwiązania UX przekładają się na założenia biznesowe?
- Porażki, sukcesy oraz przykłady małych zmian z ogromnym wpływem na ścieżkę użytkownika.

**Prelekcja prowadzona w języku angielskim*

13:40

Przerwa na lunch

CYFROWE NARZĘDZIA WSPIERAJĄCE PRACOWNIKÓW - jak cyfrowo wspomagamy pracowników w ich pracy i jaki ma to wpływ na poprawę doświadczeń klientów (np. robotyzacja, autamatyzacja)

14:30

CASE STUDY#8 Digital Trust: Jak narzędzia cyfrowe zmieniają grę w weryfikacji opinii?

 Konrad Książ, Head of Patient Care, DocPlanner (ZnanyLekarz)

CASE STUDY ZnanyLekarz

- "Wiarygodna opinia" co to wogóle znaczy i dlaczego jest to tak istotne?
- Jak narzędzia cyfrowe mogą wspierać proces moderacji opinii?
- Kiedy technologia jest zawodna i... zwodnicza?



TECHNOLOGIE DIGITAL

15:05

CASE STUDY#9 Zastosowanie społeczności i generatywnej AI w Obsłudze Klienta na przykładzie morele.net

 *Wojciech Pawlik, CMO, morele.net*

CASE STUDY morele.net

- Wprowadzenie (o morele.net / skala)
- Wyzwania w Obsłudze Klienta
- Doradztwo społeczności zamiast doradztwa pracowników (efekty)
- Zastosowanie generatywnej AI w doradztwie społeczności (efekty)
- Zastosowanie generatywnej AI w Obsłudze Klienta (efekty)
- Podsumowanie efektów i dalsze możliwości

15:40

CASE STUDY#10

 *Jonasz Kulej, Chief Product Officer, tylko*

CASE STUDY TYLKO

- Jakie korzyści wynikają z digitalowego wsparcia pracowników
- Porażki, sukcesy oraz wskazówki

16:15

Zakończenie konferencji





PRELEGENCI



Mirosław Mikłos

Dyrektor Biura Zarządzania Doświadczeniami Klientów PZU

Doświadczony menadżer projektów z zakresu budowania lojalności klientów w oparciu o kulturę Customer Experience. W trakcie drogi zawodowej związany z obsługą klientów w branży finansowej, telkom, handlu oraz ubezpieczeniach. Zarządza i uczestniczy w strategicznych projektach jakościowych, koordynuje i dostosowuje kluczowe wskaźniki efektywności procesów. Prowadzi działania oparte na informacjach uzyskanych z badań satysfakcji klientów. Uczestniczy w najważniejszych wydarzeniach dotyczących tematyki CX. Stworzył i prowadzi w mediach społecznościowych serwis poświęcony CEM. Jest członkiem CX Influencers – pierwszej polskiej grupy profesjonalistów CX.



Marta Kozicka-Trojan

Experience Design Manager IKEA Retail sp. z o. o.

Absolwentka wydziału Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego oraz manager z 15letnim doświadczeniem w międzynarodowych organizacjach oraz pasjonatka obsługi klienta. Specjalizuje się w zarządzaniu projektami na rzecz budowania lepszych doświadczeń z oferowanych usług oraz zwiększania efektywności biznesowej. Obecnie pełni rolę Experience Design Managera w Ikea Retail wspierając budowę omnichannelowej rzeczywistości słuchając potrzeb i głosu klientów.





Michał Pogorzelski

Dyrektor Biura Projektowania Cyfrowego Doświadczenia Użytkownika PKO Bank Polski

Od 2018 roku związany z PKO Banku Polskim. W ramach biura nadzoruje prace w zakresie UX/UI/UX Writingu oraz badań użyteczności. Odpowiada za projektowanie głównych aplikacji i systemów, które udostępniane są klientom Banku. Z wykształcenia socjolog kultury. Jako projektant pracuje ponad 12 lat. Projektowana przez niego aplikacja mobilna IKO została 2 razy z rzędu uznana za najlepszą na świecie w rankingu Retail International Banker, który obejmował 100 aplikacji banków z całego świata i obecnie jest aplikacją obsługującą ponad 5 mln użytkowników w Polsce. Jest pomysłodawcą i koordynatorem Akademii Projektowania UX przygotowaną dla studentów Uniwersytetu SWPS w ramach, której najzdolniejsi studenci otrzymują możliwość odbycia płatnego stażu w Biurze Projektowania Doświadczenia Użytkownika w PKO Banku Polskim (dotychczas odbyły się 4 edycje i przygotowywane są kolejne). Jest też twórcę inicjatywy zrzeszającej szefów UX wszystkich największych banków w Polsce, których celem jest wypracowanie standardów i rekomendacji dla sektora bankowego w zakresie UX w Polsce. Prywatnie wielbiciel koszykówki i lego oraz tata trójki córek.



Piotr Maj

Członek Zarządu Millennium Leasing

W Grupie Millennium pracuję od 2009 r. W Banku Millennium realizowałem wiele kluczowych przedsięwzięć związanych z optymalizacją procesów, usprawnianiem obszarów oraz rozwojem sprzedaży produktów bankowych. Od maja 2019 roku, jako Członek Zarządu Millennium Leasing odpowiadam za procesową transformację organizacji.



Jonasz Kulej

Chief Product Officer tylko





Anna Czekalska

Menedżerka Wydziału Budowania Doświadczenia Pracowników mBank

Menedżerka nastawiona na wsparcie, zaangażowanie i rozwój pracowników. Od 2011 roku związana z branżą finansową. Posiada doświadczenie w zakresie obsługi klienta, wsparcia merytorycznego pracowników i zarządzania zespołami. Obecnie odpowiada za obszar doświadczenia pracowników w Contact Center mBanku. Doświadczenia drogi zawodowej przekłada na działania w obszarze budowania pozytywnych relacji i tworzenia środowiska pracy, które inspiruje, motywuje i rozwija pracowników. Specjalizuje się w obszarze rozwoju pracowniczego, komunikacji i angażowania pracowników.



Małgorzata Dolińska-Amrozik

Product Designer SYZYGY

Z wykształcenia architektka, ale już w trakcie studiów zmieniła ścieżkę kariery na grafikę komputerową i projektowanie doświadczeń użytkownika. Przez ponad 7 lat doświadczenia zawodowego współpracowała z agencjami kreatywnymi i prowadziła własne studio projektowe, świadcząc kompleksowe usługi od brandingu po wdrożenie produktu i doradztwo w zakresie budowania marki. W SYZYGY Warsaw jest częścią dedykowanego zespołu UX/UI skupionego na projekcie aplikacji mobilnej dla czterech operatorów lotniczych z Grupy Lufthansa. W swoich rolach dba o zgodność celów biznesowych Klienta z wymaganiami szerokiej grupy użytkowników.



Wolfgang Reuthner

Head of Solution Design and Implementation Lufthansa



Ewa Wasilewska

UX writerka Centralny Ośrodek Informatyki

Projektantka treści od ponad 10 lat. Zaczynała w agencji reklamowej, pracując dla klientów takich jak m.in. Super-Pharm, Suzuki, Ferrero, USP Zdrowie, Ronson. Prywatnie współpracowała z markami z różnych branż, m.in. Microsoft, Samsung, Philips, Ziaja, Hebe, Wienerberger. Przez ponad 5 lat poznawała tajniki e-commerce i pracy w zespołach projektowych w Orange Polska. Tworzyła tam treści stron i aplikacji Mój Orange. Rozwijała zdobyte doświadczenie, pracując w PKO Banku Polskim i T-Mobile Polska. Obecnie dba o przyjazne i użyteczne treści aplikacji mObywatel w Centralnym Ośrodku Informatyki. W swojej pracy stara się łączyć różne perspektywy, aby język interfejsów był zrozumiały dla użytkowników, a jednocześnie realizował cele biznesowe.





Paweł Tkaczyk

UI/UX designer Centralny Ośrodek Informatyki

Grafik komputerowy oraz projektant doświadczeń użytkownika i interfejsów. Przez 10 lat zawodowej przygody współpracował z instytucjami publicznymi, prywatnymi oraz agencjami kreatywnymi. Zaczynał od brandingu i budowania strategii marki. Specjalizuje się w usprawnianiu i tworzeniu aplikacji mobilnych oraz webowych. W Centralnym Ośrodku Informatyki pracuje ponad rok i jest liderem zespołu UX/UI, który odpowiada za rozwój aplikacji mObywatel 2.0.



Konrad Książ

Head of Patient Care DocPlanner (ZnanyLekarz)

Konrad Książ z 15. letnim doświadczeniem w branży bankowej i medycznej, jest ekspertem w przekształcaniu obszarów operacji, sprzedaży i obsługi klienta, z głębokim zrozumieniem procesów customer experience. Jego sukcesy obejmują m.in. transformację customer experience, która skutkowałą wzrostem NPS o 32, kierowanie pionierskim projektem pierwszego Wirtualnego Oddziału w polskiej bankowości – uznawanego za lidera w rankingu jakości Forbes w 2017 roku oraz zredukowanie kosztów operacyjnych departamentu o połowę. Absolwent Executive MBA na SGH, z umiejętnościami zarządzania zespołami i projektami, które przynoszą realną wartość i innowację.



Wojciech Pawlik

CMO morele.net

Przez ostatnie 16 lat zajmowałem się marketingiem w e-commerce w ramach firmy morele.net - do specjalisty SEO i SEM, przez social media, content, UX, analitykę, promocje aż po zarządzanie i strategię. Obecnie prowadzę dla Morele kluczowe projekty strategiczne oraz rozwijam askspot.io, Asystenta AI dla klientów e-commerce wspieranego wiedzą ekspertów.



Andrzej Grupiński

Kierownik Sekcji Projektowania Użyteczności Aplikacji Mobilnych, Biuro Projektowania Cyfrowego Doświadczenia Użytkownika PKO Bank Polski

W branży projektowej UX obecny od ponad 15 lat. Współautor patentu typu A1 dla klawiatury mobilnej (Non invasive keyboard for mobile). Pracował dla takich marek, jak Allegro, OLX, Samsung R&D i Santander Bank Polska. Z PKO Bankiem Polskim związany od ponad 3 lat. Zajmuje się aplikacjami mobilnymi IKO i PKO Junior. Prywatnie mąż i ojciec dwóch synów. Perkusista, licencjonowany paralotniarz, z zamiłowania historyk.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Marczak

Project Manager

 695 370 210

 m.marczak@pb.pl

Współpraca



Joanna Czyczuk-Oziębło

Marketing Manager - Team
Leader

 600 013 351

 j.czyczuk@pb.pl

Polonia Palace Hotel

al. Jerozolimskie 45
Warszawa

Partner Merytoryczny



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(49085)

Cena

Digital Customer Experience '24

28 maja 2024, Warszawa

2695 zł netto od 2024-04-13 do 2024-05-28

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](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/Regulamin_konf_platne_10_07_23.pdf) wydarzenia i akceptuję jego treść.
- ☐ Chcę wiedzieć pierwszy i otrzymywać Newsletter Konferencji "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](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/RODO_klauzula_informacyjna_konferencje.pdf)

Pieczętka i podpis

Formularz rejestracji: Digital Customer Experience '24

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. 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.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
7. 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 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
8. 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.
9. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
10. 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.
11. 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.
12. 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.
13. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub –za zgodą podmiotu zgłaszającego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. 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.
15. 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.
16. 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.
17. 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.
18. 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.
19. Organizator udziela osobie dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysokości co najmniej 5% na rejestrację na organizowane, w ciągu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy się automatycznie. Kod rabatowy będzie przesyłany przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do upływu wskazanego terminu rejestracji na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy każdego uczestnika zgłaszanego przez osobę uprawnioną do rabatu. Rabat łączy się z innymi rabatami, chyba że Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.



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, video 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 okolicznościami uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami władzy państwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego części, ograniczeń, a także wytycznych właściwych służb, instytucji oraz innych podmiotów realizujących ustawowe obowiązki, które wpływałyby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia dodatkowych wymagań dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zgłoszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczności potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przesłanej wiadomości. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
25. 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.
26. 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.

