

Digital marketing

26 - 27 lutego 2020 / Warszawa, hotel Novotel Warszawa Centrum

2195 zł netto do 27 lutego



KONFERENCJA JEST OBJĘTA PROGRAMEM RECERTYFIKACJI DIMAQ.

KAŻDY UCZESTNIK BIORĄCY UDZIAŁ W TYM PROGRAMIE OTRZYMA 20 A PRELEGENT 40 PUNKTÓW.

Zapraszamy do udziału w III edycji konferencji: Digital marketing.

Jak co roku będzie praktycznie i konkretnie.

A doskonałe połączenie rzeczowej treści i ciekawej formy stanowić będzie o sile tej konferencji.

Podpowiemy jak uczynić Państwa działania atrakcyjnymi dla klienta, zaprezentujemy ciekawe case' y oraz rozwiązania, które efektywnie wdrożyli inni.

W ramach konferencji pokażemy m.in.:

- co nas czeka w digitalu
- jakie pułapki czyhają na budżet kampanii
- podstawy budowania kontentu atrakcyjnego, w którego kreacji wezmą udział userzy
- ciekawe case' y skutecznej współpracy między markami
- co zrobić, aby nie pojawili się hejterzy
- jak zbudować ekosystem technologii, który przyniesie realną wartość
- algorytmy w marketingu
- czego oczekuje klient w digitalu

Sporo aktualnej, użytecznej wiedzy, możliwość poszerzenia swoich umiejętności, wymiany doświadczeń i poznania najnowszych trendów podanych w postaci inspirujących prelekcji, dyskusji panelowej czy sesji Q&A z ekspertem.

Serdecznie zapraszamy do udział w wydarzeniu, którego wysoki poziom merytoryczny został dostrzeżony przez ekspertów marketingu.

Do zobaczenia, zgłoś swój udział już dziś !



PROGRAM




Środa, 26 lutego

08:30 - 09:00

Rejestracja uczestników, poranna kawa


09:00 - 09:40

Co nas czeka w digitalu ?- panel dyskusyjny

-  Anna Kreiser, *Strateg i konsultant digital*
 -  Tomasz Sowa, *Media Partner w agencji FENO*
 -  Cezary Kuik, *Chatbot&AI Lead w Socjomani*
-

09:40 - 10:20

Prawo w digital marketingu

 Tomasz Koellner, *Counsel, Adwokat, FinTaxLegal*

- Szczególne uwarunkowania prawne współczesnych form digital marketingu – jak prowadzić działania marketingowe zgodnie z prawem?

Od ochrony danych osobowych, poprzez regulacje antyspamowe, prawo telekomunikacyjne

- Wpływ nowych regulacji na digital marketing

Analiza regulacji o istotnym znaczeniu dla branży, m.in. ePrivacy

- Case-study

Analiza interesujących przypadków z praktyki

- Planowane zmiany prawne w zakresie reklamy
-

10:20 - 11:00

Adfraud w digitalu – czyli jak wyparowuje budżet z Twoich kampanii

 Przemysław Bryk, *Project Manager OmniConsole*

- Jakie pułapki czyhają na budżet Twojej kampanii?
- Dlaczego tak mało mówi się o adfraudzie, złych botach i oszustach internetowych?
- Jak ustrzec swój budżet?




11:00 - 11:20

Przerwa na kawę i networking

11:20 - 12:00

Łączenie marketingu w digitalu i tradycyjnych kanałach

 Łukasz Zdrodowski, Strateg mediowy z ponad 10 letnim doświadczeniem w branży, współtwórca InfluTool


12:00 - 12:30

Przejrzystość działań marki w digitalu

 Grzegorz Miecznikowski, CEO agencji S Words

12:30 - 13:00

Jak skutecznie zaplanować kampanię z influencerami [case study]

 Bartłomiej "Tivolt" Ratoń, Influencer z kategorii gaming

 Karol Suchodolski, Senior Account Manager i Team Leader - Gaming w LifeTube

- Jak zaplanować kampanię z influencerami
 - Co jest istotne dla twórców Internetowych we współpracy z markami
 - W jaki sposób mierzyć wyniki kampanii z influencerami
 - Przykłady współpracy z influencerami gamingowymi
-

13:00 - 14:00

Przerwa na lunch

14:00 - 14:50

Skuteczne on-line video

 Tomasz Rudnik, Twórca Akademii Rekrutacji

- Kampanie video które tworzą zaufanie do produktu/rozwiązania dla klienta
 - Rozpoznanie "Jak myśli klient" i tworzenie głębszej relacji z odbiorcami
 - W jaki sposób testimoniale od zadowolonych klientów i działania na social mediach mogą podwoić sprzedaż
 - Co zrobić aby nie pojawiali się hejterzy?
-

14:50 - 15:30

Jak zwiększyć konwersję i lojalność klientów przy użyciu spersonalizowanych treści promocyjnych w digitalu

 Maciek Zbrozczyk, Affiliate Marketing Manager, Groupon - kierownik zespołu odpowiedzialnego za rynki Europy, Bliskiego Wschodu i Azji.

- Proces budowy strategii marketingowej zorientowanej na generowaniu przychodu i zwiększania lojalności klientów
- Maksymalizacja konwersji dzięki zastosowaniu zaawansowanych metod targetowania i segmentacji



- Jak uniknąć nielubianej reklamy typu “interruption marketing” dzięki dostosowaniu treści promocyjnych do etapu w ścieżce zakupowej potencjalnego klienta
- Nowoczesne technologie w służbie automatyzacji działań marketingowych

15:30 - 16:00

Skuteczny storytelling w digital marketingu

 Ewa Czech, Ekspert Public Speaking i Storytellingu, mentor TEDx i Toastmasters International

16:00

Zakończenie I dnia konferencji

Czwartek, 27 lutego

08:30 - 09:00

Rejestracja uczestników, poranna kawa

09:00 - 09:50

Algorytmy w marketingu na przykładach. Algorytmy wyszukiwarek w komunikacji z klientem i w ecommerce

 Marcin Kordowski, Ekspert Digital Marketingu

- Algorytmy w marketingu-przegląd
- Algorytmy rekomendacyjne, dlaczego tak dobrze podpowiadają?
- Tensor Flow i inne algorytmy wyszukiwarek
- Algorytm kontra algorytm czyli następny krok
- Szeregi Markowa czyli algorytmy wspierające podejmowanie decyzji, planowanie wydatków marketingowych

09:50 - 10:20

Przewidywanie wyników kampanii w digitalu

 Jakub Bąkała, Performance Director oraz Co-owner w agencji FormUp

- Dlaczego nie optymalizujesz ROI? Czyli dane w kampaniach digital
- Błędy pomiaru i pułapki optymalizacyjne
- Jakie dane masz w organizacji? Dlaczego ich nie wykorzystujesz?
- Jak zrobić lvl up i zacząć optymalizować pod realne cele biznesowe?

10:20 - 11:00

Tworzenie treści interaktywnych

 Piotr Zieliński, Dziennikarz, szkoleniowiec. Właściciel agencji doradztwa medialnego MediaLeaders



11:00 - 11:20

Przerwa na kawę

11:20 - 11:50

Czego oczekuje klient w digitalu ?

 *Wojciech Daniłowicz, CTO The Humans*

 *Igor Pietrzak, CDO The Humans*

- Co przeszkadza klientom w działaniach marketingowych w digitalu
- Jakie aktywności marketingowe są skuteczne
- Blokowanie reklam
- Jak zmotywować klienta do zakupu

11:50 - 12:20


Technologie w digital marketingu

 *Izabela Wisłocka, Manager Digital Transformaton w PwC*

- Punktowe wdrażanie technologii - zalety i wady.
- Jak zbudować ekosystem technologii, który przyniesie realną wartość?
- CDP (Customer Data Platform) - buzzword czy must-have?
- Dlaczego wdrożenie technologii to tylko 1/3 sukcesu?

12:20 - 13:00

Real time marketing i kontent marketing w digitalu

 *Maciej Dziekanowski, Product Manager, FoodCare*

- Alien Media - jak wyglądają działania ogółu marketerów w socialach, opis traktowania tych kanałów jako taniego miejsca reklamowego, doprowadzającego do zaśmiecania newfeedów i wallów, co przyczynia się do odpływu userów FB - w oparciu o wyniki badań
- Stop skrajnościom - jak w sposób racjonalny podejść do benefitu, jakim jest tani zakup mediów
- Kontent is king in digital - trochę danych z badań, na temat tego co jest mięsem dla userów sociali oraz opowieść o tym jak to przekuć w realne zaangażowanie
- Core Kontent Marketing - czyli podstawy budowania kontentu atrakcyjnego, w którego kreacji wezmą udział userzy
- RTM - jak zjeść tę żabę i się nią nie udławić - jak podejść do tego wyzwania, żeby zmaksymalizować szanse na sukces
- Marketing virusowy w digitalu - król kontentu w digitalu - przykłady działań, informacja o tym, jak się za to zabrać, żeby dostać tym toporem obusiecznym w głowę - opowieść o Monsterze



13:00 - 14:00

Przerwa na lunch

14:00 - 14:30


Real time marketing

 Alicja Kisiel, Senior Social Media Specialist, Up&More

14:30 - 15:00

Efektywna współpraca między markami

 Magdalena Siarkowska, Senior Brand Manager regionu CEN marki Fantasia, Danone

 Karolina Gadzimska-Malicka, Dyrektor Marketingu i Sprzedaży Międzynarodowej w Femi Stories – polskiej marce lifestyle'owej dla dziewczyn i kobiet, której kolekcje dostępne są na całym świecie

15:00 - 15:30

Digital w zdobywaniu klientów B2B

 Agnieszka Zawadka, CMO, Livespace

- Dlaczego pozyskiwanie klientów B2B nie różni się od działań B2C?
 - Jak zaprojektować działania marketingowe zorientowane na sprzedaż?
 - Jakie nowe technologie wykorzystać w zdobywaniu klientów?
 - Co zrobić, aby podejmowane działania były skuteczne i efektywne?
-

15:30 - 16:00

Social media czary mary. Czy istnieje przepis na obecność w social media?

 Adrian Martinez, CMO i współzałożyciel HR Embassy

Dlaczego jedne marki odnoszą sukces w mediach społecznościowych, a inne prowadzą niezauważalną komunikację? Czy istnieje przepis na sukces w social media w mediach społecznościowych i sprawdzone schematy, które możemy wykorzystać? Porozmawiamy o tym co trzeba zrobić, żeby zostać zauważonym, zaangażować i sprzedawać swoje produkty.

- Treści merytoryczne czy gify i grafiki?
 - Na co postawić, żeby pokonać algorytm Facebooka?
 - Czy Facebook włącza Twoją kamerkę? Czyli jak działa algorytm i jak marketerzy mogą go wykorzystać.
 - Hot stuff. Czyli najnowsze możliwości mediów społecznościowych, o których mogłeś nie wiedzieć.
 - Czy pokolenia mają aż tak duże znaczenie w komunikacji.
-

16:00

Zakończenie konferencji, wręczenie certyfikatów





PRELEGENCI



Bartłomiej "Tivol't" Ratoń

Influencer z kategorii gaming

Tivol't to gamer nowoczesny, czyli streamer, vlogger, gamer i entuzjasta technologii w jednym. Na jego kanale znajdziemy mnóstwo popularnych tytułów gier AAA oraz coś niszowego dla innych odbiorców. Często razem z znajomym twórcą, Ziemiakiem, pokazuje wszystko od kuchni ze strony technologicznej. Bardzo często pojawia się na meetupach i eventach, gdzie podejmuje współpracę jako współprowadzący stoiska np. PGA, IEM, WGW.



Jakub Bąkała

Performance Director oraz Co-owner w agencji FormUp

Absolwent Międzykierunkowych Studiów Ekonomiczno-Menedżerskich na UW oraz Zarządzania na SGH. Ekspert performance marketingu wyspecjalizowany w modelu programmatic. Zbierał doświadczenie w takich firmach jak Isobar oraz Mediacom.



Przemysław Bryk

Project Manager OmniConsole

Specjalista mar-tech i doświadczony praktyk digitalu. Wprowadził i z powodzeniem zarządza systemem do monitoringu i zakupu mediów OmniConsole. Zarządzany przez niego zespół odpowiada za realizację kampanii performance i rozwój ekosystemu technologicznego dla Resolution: Pandora, AkzoNobel, Glov, Warta, Tax Care, a w ramach Grupy OMD, min. Daimler, Nissan, McDonald's. W 2016 roku otrzymał wyróżnienie w finale European Performance Marketing Awards w kategoriach Best-Managed Affiliate Programme oraz Best in Technology/Telecoms dla Home.pl za prowadzony program afiliacyjny.





Maciej Dziekanowski

Product Manager FoodCare

Marketer całkowicie odpowiedzialny za wydźwięk, barwę i emocje generowane przez digital takich marek jak Black Energy Drink, FRUGO, 4MOVE, Gellwe, Fitella, Ngine czy Ostromecko. Z wykształcenia Ekonomista (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) umiłowany w szukaniu racjonalności przedsięwzięć marketingowych. Właściciel największego w Polsce social portalu zrzeszającego handlowców - Rekinów Sprzedaży. Miłośnik przyrostów generycznych i skutecznych RTMów!



Karolina Gadzimska-Malicka

Dyrektor Marketingu i Sprzedaży Międzynarodowej w Femi Stories – polskiej marce lifestyle'owej dla dziewczyn i kobiet, której kolekcje dostępne są na całym świecie

Wcześniej doradca ds. strategii, marketingu i PR marek z branży mody i dóbr luksusowych - właściciel Karolina Gadzimska Strategic Communication. Przed dołączeniem do teamu Femi Stories pełniła funkcję Dyrektora Marketingu & PR w La Mania – wiodącej polskiej marce modowej o międzynarodowych ambicjach. Prowadziła warsztaty z Zarządzania Marką w Branży Mody organizowane przez Fashion PR Talks. Autorka publikacji o tematyce zarządzania marką luksusową w magazynie Art & Business oraz na portalu Fashion PR Talks. Absolwentka Międzynarodowego Uniwersytetu w Monako na kierunku Zarządzanie Markami Luksusowymi ze specjalizacją w modzie. Podczas studiów przeprowadziła analizę rynków europejskich dla marek Bottega Veneta oraz Loro Piana. W 2014 roku prowadziła gościnne wykłady w warszawskiej szkole wyższej VIAMODA. W 2014 roku wzięła udział w debacie organizowanej przez magazyn ELLE z okazji premiery filmu „Scatter My Ashes at Bergdorf's” podczas festiwalu filmów dokumentalnych Planete+ DOC FILM FESTIVAL w Warszawie.





Tomasz Koellner

Counsel, Adwokat FinTaxLegal

Jest absolwentem Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego (2011) i członkiem Okręgowej Izby Adwokackiej w Krakowie. Specjalista z zakresu prawa własności intelektualnej, nowych technologii, danych osobowych oraz e-commerce. Doradzał w licznych transakcjach na rynku VE/PE. Zakres praktyki zawodowej obejmuje również obsługę alternatywnych funduszy inwestycyjnych, zarówno w zakresie transakcyjnym, jak i regulacyjnym, oraz doradztwo w zakresie sporów korporacyjnych, nieuczciwej konkurencji, prawa konsumenckiego oraz ochrony dóbr osobistych. Reprezentował klientów w licznych postępowaniach sądowych oraz administracyjnych. Jego doświadczenie zawodowe obejmuje m.in. doradztwo na rzecz jednego z wiodących inkubatorów/funduszy technologicznych wspierających start-upy z obszaru Europy Środkowo-Wschodniej, doradztwo w ramach akwizycji zagranicznych realizowanych przez spółkę publiczną, kompleksową obsługę transakcyjną i regulacyjną holdingu z branży nieruchomości, doradztwo w ramach licznych wdrożeń z zakresu IT, czy też kierowanie złożonymi projektami z obszaru ochrony danych osobowych, w tym m.in. w spółce publicznej, klubach Ekstraklasy, czy też spółkach technologicznych świadczących usługi oparte o przetwarzanie danych osobowych. Jest autorem wielu artykułów w prasie naukowej oraz branżowej. Występował jako prelegent na licznych konferencjach poświęconych w szczególności działalności alternatywnych funduszy inwestycyjnych, ochronie danych osobowych, a także ochronie tajemnicy przedsiębiorstwa. Prowadził liczne szkolenia, zarówno dla podmiotów publicznych, jak i prywatnych. W latach 2017-2019 szef praktyki prawa własności intelektualnej i nowych technologii (IP/TMT) w jednej z renomowanych kancelarii prawnych



Marcin Kordowski

Ekspert Digital Marketingu

Pasjonat innowacyjnego podejścia do biznesu w sieci, danych i algorytmów. Posiada w biznesowym portfolio ponad 300 projektów zrealizowanych w 30 krajach. Audytor, konsultant, strateg i prelegent na konferencjach poświęconych digital marketingowi w obszarach B2B i B2C. Współautor książki 'Marketing Internetowy, nowe możliwości, nowi klienci, nowe rynki'. Autor artykułów prasowych z zakresu SEO, Content Marketingu, AI oraz UX. Trener, szkoleniowiec, blogger i mentor.





Anna Kreiser

Strateg i konsultant digital

Od początku kariery związana z marketingiem B2B oraz branżą IT. Odpowiadała za budowę i realizację strategii marketingowych oraz cyfrowych dla polskich i zagranicznych software house-ów oraz firm technologicznych. Aktualnie rozwija własną firmę doradczą- DIGITALKOD CONSULTING - oraz jako niezależny konsultant wspiera prezesów, CMO i menedżerów marketingu w strategicznym rozwoju i transformacji przedsiębiorstw, zwiększeniu efektywności działań marketingu i sprzedaży, wdrażaniu innowacji z myślą o rozwoju biznesu. W czasie wolnym dzieli się wiedzą jako prelegentka na branżowych konferencjach, wykładowca akademicki oraz mentorka programów akcelerycyjnych. Pasjonatka i promotorka zagadnień związanych z Customer Experience (CX), digitalizacją, sztuczną inteligencją (AI) oraz automatyzacją działań i procesów. Wierzy w relacje i to, że w życiu oraz biznesie najważniejszy jest człowiek.



Cezary Kuik

Chatbot&AI Lead w Socjomanii

Specjalista w zakresie robotyzacji procesów biznesowych z wykorzystaniem chatbotów. Od 2016 roku przeprowadził ponad 50 realizacji m.in. Facebook, Samsung, Huawei. Oficjalny polski partner platformy Chatfuel, która przyznała mu tytuł jednego z najbardziej wartościowych twórców chatbotów. Od 2018 roku rozwija komercyjne modele NLP i przybliża firmom podstawowe zagadnienia z zakresu Sztucznej Inteligencji.



Adrian Martinez

CMO i współzałożyciel HR Embassy

Konsultant, szkoleniowiec i praktyk, od lat związany z branżą marketingową. Szkoli klientów z zakresu komunikacji i reklamy na Facebooku i LinkedIn oraz strategii obecności marki online (współpracował z brandem szkoleniowym Sprawny.Marketing, jak również prowadzi szkolenia dedykowane). Wśród klientów, z którymi współpracuje i dla których prowadził szkolenia znajdują się firmy takie jak: Cushman & Wakefield, Badura, Kitchen Aid, ISTV, infoShare, e-point czy Pruchnik. Jest również prelegentem na wielu konferencjach branżowych. Prywatnie angażuje się w liczne akcje charytatywne i dobroczynne. Aktywnie wspiera między innymi projekty Szkoła 3.0 czy KarmimyPsiaki.pl.*





Tomasz Rudnik

Twórca Akademii Rekrutacji

Trener z doświadczeniem headhunterskim i korporacyjnym. W 2012 roku założył Akademię Rekrutacji – projekt uczący kandydatów skuteczności na rynku pracy, który pomógł już 2800 kandydatom zdobyć nowe zajęcia. Skuteczność projektu wynika od początku z formatu komunikacji z odbiorcami, czyli video. W ten sposób nie tylko wiedza merytoryczna, nie tylko marketing w formie kampanii, ale również promocja na social mediach pozwala na dotarcie do wielu odbiorców równolegle, do odbiorców w Polsce oraz za granicą. Dodatkowo format video pozwala na utrzymanie jakości komunikacji, dzięki której satysfakcja klienta może sięgać nawet 99,5%.



Magdalena Siarkowska

Senior Brand Manager regionu CEN marki Fantasia Danone

Kreatywny strateg komunikacyjny, marketer. Specjalizuje się w brand marketingu, posiadając doświadczenia pracy zarówno w agencji reklamowej jak i biznesowego prowadzenia marek FMCG. Jej zróżnicowane doświadczenia sprawiają, że na brand marketing patrzy bardzo kompleksowo, szukając niestandardowych rozwiązań, które efektywnie budują marki.



Tomasz Sowa

Media Partner w agencji FENO

18 lat doświadczenia. Ponad miliard złotych netto zainwestowanych w media. Kluczowe doświadczenie zawodowe: Media Expert w PTC (T-Mobile), odpowiedzialny za efektywność kampanii TV, kampanie reklamowe dla kluczowych marek, zarządzanie i optymalizację budżetu mediowego. Group Account Director w domach mediowych ZenithOptimedia oraz Equinox Polska, odpowiedzialny za największych klientów, rozwój biznesu i efektywność działań. Chief Strategy Officer w Value Media (Group One), odpowiedzialny za strategię i efektywność działań reklamowych dla kluczowych klientów, rozwój i komercjalizację usług. Media Partner w agencji FENO, odpowiedzialny za tematy związane z mediami, rozwojem biznesu klientów i efektywnością działań marketingowych. Skupiony na efektywnych rozwiązaniach, generujących realne wyniki biznesowe i przewagę na rynku. Szukający optymalnych rozwiązań we wszystkich mediach. Uważa, że współczesny marketing to odpowiednie połączenie liczb i sztuki, którą też można skwantyfikować.





Karol Suchodolski

Senior Account Manager i Team Leader - Gaming w LifeTube

Karol jest związany z branżą marketingu internetowego od 2015 roku. W tym czasie współpracował bezpośrednio z ponad 25 twórcami internetowymi. Współtworzył ponad 350 projektów dla takich marek jak: Acer, Dell, Disney, EA Games, Intel, McDonald's i Pepsi oraz koordynował liczne projekty strategiczne (m.in. dla Play, Coca-Cola, x-kom i Google). Prywatnie interesuje się psychologią mediów oraz perswazji. Jak przystało na menedżera w teamie gamingowym, kocha też gry komputerowe, szczególnie te, które posiadają rozbudowany tryb dla jednego gracza, opierają się na zarządzaniu zasobami lub są z kategorii roguelike.



Izabela Wiśłocka

Manager Digital Transformaton w PwC

Pomaga klientom w procesach transformacji cyfrowej, specjalizuje się w zagadnieniach Customer Experience, Data-Driven Marketing, MarTech oraz eCommerce i Omnichannel - w ujęciu biznesowym i technologicznym. Wcześniej zdobywała doświadczenie w Atos Polska, Agora SA i Benefit SA. Współautorka książki "Biblia e-biznesu 2. Nowy Testament".



Agnieszka Zawadka

CMO, Livespace

W Livespace odpowiada za działania marketingowe, wsparcie sprzedaży i customer success oraz budowanie kultury organizacji. Ekspertka marketingu z duszą pedagoga. Specjalizuje się w działaniach inbound i content marketingowych w obszarze B2B. Skupia się na projektowaniu efektywnej współpracy zespołów marketingu i sprzedaży. Doświadczenie w planowaniu strategii oraz realizowaniu kampanii marketingowych zdobyła we współpracy z najszybciej rozwijającymi się startupami w Polsce (Livespace, Callpage, Goldenline). Wspiera innowacyjność i przedsiębiorczość jako mentorka podczas wydarzeń takich jak Warsaw Startup Weekend, Blockathon, Akademicki Maraton Innowacji oraz w ramach Poland Prize powered by Huge Thing. Entuzjastka dzielenia się wiedzą oraz nowych technologii i metodyk wspierających ludzi, pracę, biznes.



Maciek Zbrozczyk

Affiliate Marketing Manager, Groupon - kierownik zespołu odpowiedzialnego za rynki Europy, Bliskiego Wschodu i Azji.

Specjalizuje się w Performance Marketingu a jego działania zorientowane są na realizację konkretnych celów finansowych jak sprzedaż czy pozyskiwanie nowych klientów przy minimalizacji wydatków. Jego obszarami zainteresowań i działań, poza Affiliate Marketingiem, są: budowanie strategii marki, sales funnels, optymalizacja konwersji, programy lojalnościowe, strategie cenowe, budowanie lojalności klientów oraz nowe technologie w digital marketingu w tym automatyzacja.





Piotr Zieliński

Dziennikarz, szkoleniowiec. Właściciel agencji doradztwa medialnego MediaLeaders

Do niedawna wieloletni wydawca programu porannego "Dzień dobry TVN". Doświadczenie zdobywał przy wielu produkcjach telewizji TVN, m.in.: reality show "Surowi rodzice" gdzie pełnił funkcję asystenta reżysera, "Między kuchnią a salonem" w którym był scenarzystą, czy akcji specjalnej „Zwykły bohater” - jako zastępca szefa redakcji. Dzięki jego zaangażowaniu dla kanału Canal+ Discovery powstała seria dokumentalna „Sukces nie zna granic”, realizowana w Europie, Ameryce i Azji. Był jednym z pomysłodawców i współautorów dwóch platform telewizyjnych: Onet.TV dla portalu Onet.pl i TV.rp.pl dla dziennika "Rzeczpospolita". Autor filmów edukacyjno-informacyjnych dla Ministerstwa Edukacji Narodowej i Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Jako dziennikarz prasowy współpracował i współpracuje z wiodącymi tytułami prasowymi (m.in. Gazeta Wyborcza „Duży Format”, „Newsweek Polska”, „Forbes”, „MaleMen”). Od 13 lat związany z branżowym miesięcznikiem "Press", gdzie publikuje teksty z zakresu mediów społecznościowych, reklamy, marketingu i PR. Współautor dwóch pozycji książkowych - albumu „25 historii na 25 lat” opowiadającym o przemianach w Polsce po 4 czerwca 1989 roku i „Grand Press XX” w którym znaleźć można opowieści i reportaże o najwybitniejszych polskich dziennikarzach. Ukończył Dziennikarstwo i Komunikację Społeczną ze specjalizacją: Public relations i marketing medialny na Uniwersytecie Warszawskim. Absolwent Polskiej Szkoły Reportażu.



Ewa Czech

Ekspert Public Speaking i Storytellingu, mentorTEDx i Toastmasters International

Storytellingiem zafascynowała się w Berlinie, gdzie uczyła się go od Dyane Neimann, założycielki sceny storytellingu w Berlinie. Występowała na scenach Aten, Berlina i Warszawy, jak również na berlińskiej scenie storytellingu "the Bear", w tzw storytelling evenings. Obecnie uczy innych, jak prezentować na scenie i opowiadać historie, przyciągające klientów.



Wojciech Daniłowicz

CTO The Humans

Blisko 15 lat doświadczenia w branży. W swojej karierze zawodowej zajmowałem się niemalże każdą gałęzią działań digitalowych. Bogaty bagaż doświadczeń pozwala mi w sposób kompletny zarządzać zespołem, optymalizować procesy wewnątrz organizacji ale również skutecznie nadzorować i koordynować prace operacyjne. Na swojej ścieżce zawodowej pracowałem dla największych marek w Polsce i w Europie, takich jak Orange, Mitsubishi, mBank, Getin Bank, BIK, ESA i wielu innych. Biorę czynny udział w procesach optymalizacyjnych z zakresu UX, tworzeniu audytów eksperckich oraz rekomendacji. W kontekście e-commerce, przez 4 lata zajmowałem się organizacją i optymalizacją procesów oraz tworzeniem rozwiązań dla jednej z największych na tamte czasy księgarni internetowych w Polsce.





Alicja Kisiel

Senior Social Media Specialist Up&More

Certyfikowany Social Media Manager z 5-cio letnim doświadczeniem w branży social media. Absolwentka logistyki i marketingu w mediach, na co dzień zajmuje się tworzeniem strategii social media dla marek, tworzeniem postów oraz realizowaniu kampanii promocyjnych. W jej portfolio znajdują się takie marki jak Barbie, Shell Helix, Sylimarol, Microsoft czy Ronson Development. Łączy zamiłowanie do social mediów z pasją do sztuki.



Grzegorz Miecznikowski

CEO agencji S Words

W 2015 roku zostałem uznany za jedną ze stu najbardziej inspirujących osób w polskiej branży interaktywnej. Łącznie przeszkoliłem już ponad 8000 osób ze sprzedaży i marketingu. Na co dzień jestem CEO agencji S Words, w której zajmuje się tworzeniem strategii i pilnowaniem, żeby klienci byli usatysfakcjonowani, a podjęte przez agencję działania przynosiły im policzalne efekty wizerunkowe i sprzedażowe. Założyłem ją w 2014 roku i była wtedy to pierwsza na polskim rynku agencja integrująca sprzedaż i marketing. Moje działania to także marketing LGBT, marketing to foreigners czy PR Concierge. Dysponuję także bogatym doświadczeniem dziennikarskim, które zdobywałem w Gazecie Wyborczej, Polsce The Times oraz portalu Gazeta.pl.



Igor Pietrzak

CDO The Humans

Dzięki wieloletniemu doświadczeniu w projektowaniu aplikacji mobilnych oraz serwisów komercyjnych takich jak np. Orange, Orange Finanse, Ruch.pl, mBank, Multibank, ESA (Europejska Agencja Kosmiczna), Strefa Klienta w BIK, oraz opracowywaniu rozmaitych procesów wewnętrznych, łączę umiejętności graficzne i analityczne, a co za tym idzie – wnoszę do dziedziny UX wiele nowych rozwiązań. Mimo pracy jako UX, nadal jestem zaangażowany w zadania kreatywno-graficzne, gdyż praca UX, opracowywanie UI oraz zadania kreatywne to dziedziny mocno ze sobą powiązane. Jako Chief Digital Officer odpowiadam za jakość wizualną i funkcjonalną wszystkich projektów jakie wychodzą z The Humans.



Łukasz Zdrodowski

Strateg mediowy z ponad 10 letnim doświadczeniem w branży, współtwórca InFluTool

Wieloletni wykładowca akademicki w Katedrze Komunikacji Społecznej i Public Relations Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Prelegent konferencji branżowych: PurpleDay, See Bloggers, I Love Marketing.





KONTAKT




MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Ewelina Stęplewska
Project Manager


 48223339838

 e.steplewska@pb.pl

Współpraca marketingowa



Mateusz Stempak
Marketing Manager

 48223339912

 m.stempak@pb.pl

hotel Novotel Warszawa Centrum

Marszałkowska 94/98
Warszawa

Patron



NEWSPOINT

Patron Medialny

MARKETER+

Formularz rejestracji: Digital marketing

Cena

Digital marketing

26 - 27 lutego 2020, Warszawa

2195 zł netto od 2020-02-27 do 2020-02-27

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

(437)

Formularz rejestracji: Digital marketing

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

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

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon



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

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

