

Warszawa

23 kwietnia 2024

Sound Garden Hotel

# Trendy Contact Center

2695 zł netto do 23 kwietnia



**CEL**

W erze wysokiej konkurencyjności oraz ogromu informacji, skuteczne zarządzanie relacjami z klientami, nasza dostępność oraz mądre wdrożenie nowoczesnych technologii są kluczowymi czynnikami decydującymi o przetrwaniu naszej firmy w dynamicznym środowisku biznesowym.

Obecne oczekiwania oraz świadomość klientów rosną każdego dnia, a naszym priorytetem powinno być szybkie dostosowywanie się do tychże oczekiwań. Działy Contact Center muszą z uwagą śledzić trendy i skutecznie reagować na wciąż zmieniające się wyzwania rynkowe. Obecne, turbulentne czasy wymagają nieustannego rozwoju, czasem nawet przededefiniowania pracowniczych schematów czy zasad działania.

Obecne strategie i procesy będą niewątpliwie poddane ocenie rynku, zwłaszcza w kontekście budowy relacji z klientami, pracownikami i strategii biznesowej. Nasza przyszłość zależy w dużym stopniu od podejmowanych działań i decyzji.

Zapraszamy do udziału w kolejnej odsłonie dorocznej konferencji „**Trendy Contact Center**”, która odbędzie się już **23 kwietnia w Warszawie**. Podczas tego wydarzenia skoncentrujemy się na **największych wyzwaniach i kluczowych aspektach branżowych**, a także przedyskutujemy **skuteczne rozwiązania i narzędzia**, które pomogą w radzeniu sobie z nimi.

Po raz kolejny, spotkamy się, aby w swobodnej i inspirującej atmosferze omówić kierunki, które warto podjąć w nadchodzącym roku. Konferencja będzie przepełniona jedynie najważniejszą, najciekawszą merytoryką oraz najlepszymi case studies. Naszym głównym celem będzie wymiana doświadczeń, a przede wszystkim poznanie sprawdzonych narzędzi i metod skutecznego budowania konkurencyjności na rynku.

W trakcie konferencji m.in.:

→ **OMÓWIMY** korzyści oraz zagrożenia wynikające z wdrożenia nowoczesnych technologii w działach CC

→ **POZNAMY** skuteczne i efektywne sposoby synergii kanałów komunikacji z klientem

→ **POSŁUCHAMY** o tym, jak personalizacja może przyczynić się do poprawy jakości obsługi klienta.

# Trendy Contact Center 2024

→ **POROZMAWIAMY** o jakości w CC oraz o tym jakie są składowe najlepszych interakcji real time'owych w rozmowach z klientem

→ **DOWIEMY SIĘ** Jak z powodzeniem zwiększyć wykorzystywanie technologii automatyzujących proces wsparcia komunikacji z klientem lub pracownikiem CC

→ **ZAPREZENTUJEMY** przykłady skutecznej analizy potrzeb klienta w relacjach z CC

**Trendy Contact Center 2024** to:

**#1 dzień** solidnej dawki inspiracji i rzetelnej wiedzy

**#8 prelekcji** w formie praktycznych case studies

**#kilkunastu znakomitych ekspertów** - praktyków z różnych branż

**#1 panel dyskusyjny** - okazja do interakcji prelegentów z uczestnikami

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





## PROGRAM

**Wtorek, 23 kwietnia**

08:15

**Rejestracja, poranna kawa**

---

09:00

**Oficjalne rozpoczęcie konferencji**

 *Magdalena Marczak-Makowska, Project Manager, Puls Biznesu*

---

09:10

**Jakość w CC - jakie są składowe najlepszych interakcji real time' owych w rozmowach IN oraz OUTboundowych**

 *Lukasz Pawłyszyn, CX Training Team, Allegro*

### **CASE STUDY ALLEGRO**

- Jak zatem zwiększyć efektywność w rozmowach sprzedażowych poprzez contact center?
  - Jak zwiększyć satysfakcję klientów w kontakcie obsługowym?
  - Jaki jest przepis na najlepsze interakcje chatowe?
- 

09:50

**Jakość + automatyzacja – czy to w ogóle możliwe?**

 *Kamilla Panasiuk, Customer Experience Manager, Media Markt Saturn Polska*

### **CASE STUDY MEDIA MARKT**

Let's go Let's Chat czy można połączyć satysfakcję i automatyzację? Sprawdziliśmy na żywym swoim organizmie i mamy w tym aspekcie wiele do powiedzenia.


Opowiem o tym, jaka jest skuteczność udzielonych odpowiedzi, jak wygląda udział pozostałych kanałów vs chatbot oraz ile chatów w interakcji klienci oceniają jako pomocne.

---

10:30

**A czemu by nie ćwierkać? Jeden system - wiele kanałów. Rewolucja w komunikacji oczami Integratora**

 *Arkadiusz Rybacki, Business Solutions Architect, Sevenet S.A.*

 *Adrian Królikowski, Lider zespołu analityczno-wdrożeniowego w departamencie Business Application Development, Sevenet S.A.*



- Trendy w nowoczesnym Contact Center
- Transformacja dla obsługi cyfrowej
- Webex Connect - Możliwe obszary działania
- Kreatywne Przykłady użycia





11:00

## Przerwa na kawę oraz networking

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z innymi uczestnikami konferencji

11:30

## PANEL DYSKUSYJNY. Nowoczesne technologie/AI w CC

-  Moderator: Przemysław Paliszewski, Transformation Director, Armatis Polska sp. z o.o.
-  Renata Wanat-Szelenbaum, Head Of Direct Sales, PZU
-  Łukasz Wiktor, Dyrektor Departamentu Omnichannel, mBank S.A.
-  Rafał Kasprzyk, kierownik ds. Doświadczeń Klienta i Innowacji, GASPOL S.A.

- Najnowsze doświadczenia w ostatnich wdrożeniach, w co warto inwestować w nowoczesnym CC?
- Rachunek zysków i strat – przykład oceny rentowności z wdrożeń.
- Jak przygotować zespół do zmian technologicznych, tak aby strach nie storpedował dobrej inwestycji.

12:15

## Kluczowe wyzwania związane z wprowadzaniem voice botów do procesu obsługi klienta na przykładzie windykacji

-  Ewa Kurek Juś, dyrektorka Pionu Telefonicznej Obsługi Klienta, KRUK S.A.
-  Agnieszka Skoczeń, kierowniczka Działu Rozwoju Bota, KRUK S.A.

### CASE STUDY KRUK S.A.

- W jaki sposób boty zmieniają tradycyjne interakcje między klientem a doradcą w obszarze Contact Center?
- Voice bot: korzyści dla klienta czy korzyści dla biznesu?
- Edukacja i przekonanie klientów do korzystania z voice botów.

12:55

## Jak stworzyć efektywną synergię kanałów komunikacji z klientem

-  Milena Brzuska, Customer Service Operation Manager, MODIVO

### CASE STUDY MODIVO

- Trzycyfra klienta z komunikacji telefonicznej do digitala (np. do aplikacji mobilnej)
- Kanały realtimowe inne niż Call. CC to także obsługa chatów/sociali/video/komunikacja mailowa z klientami - trendy/ kompetencje/wyzwania/case study
- Projekty cross-obszarowe w języku obcym, kulturowe aspekty realizacji celów, doświadczenia polskie w pracy dla klientów obcojęzycznych)



---

13:35

**Przerwa na lunch**

---

14:35

**Jak budować antykruchłość organizacji w świecie BANI, czyli o znaczeniu analityki danych w Contact Center**

 *Monika Filipek, dyrektorka Departamentu Transformacji Usług, PKO Bank Polski S.A.*

### **CASE STUDY BANK PKO BP**

- Dane- oddzielny byt czy część ekosystemu, czyli kilka słów o gromadzeniu, przetwarzaniu, bezpieczeństwie i benchmarkingu danych CC
  - Model decyzyjny oparty o predykcję, czyli szklana kula w biznesie
  - Empatia w zarządzaniu CC, czyli jaki związek mają dane z NPS klientów i eNPS
  - Nowy biznes, czyli o budowaniu szans w nieprzewidywalnym świecie
- 

15:15

**Jak personalizacja może przyczynić się do poprawy jakości obsługi klienta?**

 *Magdalena Koralewska, rzeczniczka klienta Biedronki, JERONIMO MARTINS*

### **CASE STUDY JERONIMO MARTINS**

- Działalność Rzecznika Klienta Biedronki jako przykład personalizacji kontaktu w sektorze handlu detalicznego
  - Perspektywy i wyzwania personalizacji kontaktu w wysoko wolumenowej i rozproszonej organizacji
- 

15:55

**Efektywne procesy rekrutacyjne, rozwój talentów oraz wyzwania związane z dużą rotacją pracowników**

 *Monika Röhr-Lukasik, Regional Director, Foundever Poland & Bulgaria*

### **CASE STUDY FOUNDEVER**

- Rotacja w CC - best/worst practice / trendy rynkowe
  - Budowanie zaangażowania pracowników
  - Motywacja pracowników CC
- 

16:35

**Zakończenie konferencji**





## PRELEGENCI



### Łukasz Pawłyszyn

CX Training Team Allegro

Senior trainer odpowiedzialny za obszar customer experience, rozwój kompetencji, jakość obsługi, content video/virtual reality oraz webinaria dotyczące sprzedaży internetowej. Head of Jury - Polish Contact Center Awards. Wykładowca akademicki - Uniwersytet Jagielloński | Uniwersytet Warszawski.



### Magdalena Koralewska

rzeczniczka klienta Biedronki JERONIMO MARTINS

Jestem związana z grupą Jeronimo Martins od 25 lat. Po 21 latach pracy w strukturach HR, zarządzając różnymi obszarami zarówno w Biedronce jak i Hebe, objęłam funkcję Rzecznika Klienta Biedronki będącej największą firmą w grupie. W tej roli odpowiadam zarówno za relacje z Klientami, jak i blisko współpracuję z kadrą zarządzającą Biedronki w celu maksymalizacji doświadczeń zakupowych Klientów oraz doskonalenia organizacji zorientowanej na Klienta. Raportując do Rzecznika Klienta Grupy Jeronimo Martins działam z zachowaniem kluczowych filarów, jakimi są odrębność, niezależność, bezstronność i poufność. Pochodzę z Dolnego Śląska. Ukończyłam Akademię Ekonomiczną we Wrocławiu oraz studia podyplomowe z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu.





## Renata Wanat-Szelenbaum

Head Of Direct Sales PZU

Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy na stanowiskach menedżerskich w sektorze finansowym i ubezpieczeniowym. Jako menedżer zarządzała wieloma zespołami sprzedażowymi, prowadziła również wiele projektów na styku biznesu i technologii m.in. w Banku Handlowym w Warszawie S.A., HSBC Banku i Banku Pekao S.A. Zasiadała w zarządach Towarzystw Funduszy Inwestycyjnych Ipopema TFI S.A. i Pekao TFI S.A., gdzie rozwijała sprzedaż i ofertę produktową. W PZU S.A. budowała strategię zdalnej sprzedaży ubezpieczeń, również z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. W 2015r. znalazła się na liście TOP200 najbardziej wpływowych kobiet w finansach. Posiada tytuł CFA (Chartered Financial Analyst). W 2020r. zasiadała w Jury CFA Research Challenge. Działała również w środowisku CFA Society Poland jako senior mentor. Jest współautorką inicjatywy rozwojowej dla kobiet biznesu, Women4Women, entuzjastką szkoleń i nowych technologii. Posiada także doświadczenie zawodowe jako trener sprzedaży, miała okazję pracować z firmami z różnych branż, m.in. IT, HR, nieruchomości, farmacji i ubezpieczeń, gdzie wraz z wybuchem pandemii opracowywała nowe schematy komunikacji z klientem. Wierzy, że bez właściwej komunikacji najlepsze projekty nie mają szans.



## Łukasz Wiktor

Dyrektor Departamentu Omnichannel mBank S.A.

Doświadczony lider nastawiony na rozwój zespołu i kreowanie innowacyjnych rozwiązań. Od wielu lat związany z branżą finansową, posiada bogate doświadczenie w zakresie realizacji strategicznych projektów, digitalizacji i optymalizacji procesów i rozwoju kanałów obsługi klienta. Od 2021 zarządza Departamentem Omnichannel. Odpowiedzialny za strategię omnichannel mBanku – rozwój platformy bankowej, współpracę i przenikanie się kanałów oraz budowanie najlepszego doświadczenia użytkowników. Odpowiada za transformację mobilną, digitalizację sprzedaży i obsługi, budowę cyfrowego ekosystemu zarządzania finansami (menadżer finansów) a także automatyzację obsługi. Wcześniej w mBanku odpowiadał między innymi za rozwój i zarządzanie Contact Center. Zarządzał obszarem automatyzacji i digitalizacji procesów biznesowych w tym projektowanie usług (Service Design), kształtowanie ścieżek klientowskich (Customer Journey) i transformację zwinną.



## Rafał Kasprzyk

kierownik ds. Doświadczeń Klienta i Innowacji GASPOL S.A.

Ekspert z obszaru CX, badań i procesów klienckich oraz innowacji. Doświadczenie zdobywał w sektorach: bankowym, telekomunikacyjnym oraz energetycznym, pracując na stanowiskach managerskich w eurobanku, Credit Agricole Bank Polska oraz Orange Polska. Od 2021 r. kieruje obszarem CX i innowacji w Gaspolu, części holenderskiej spółki SHV Energy.





## Ewa Kurek Juś

dyrektorka Pionu Telefonicznej Obsługi Klienta KRUK S.A.

Absolwentka studiów Master of Business Administration w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu. Swoją karierę rozpoczęła w świecie contact center głównie w branży finansowej. Obecnie zarządza strukturą CC obejmującą obsługę klienta detalicznego jak i z sektora MŚP. Doświadczenie zdobywała w wielu projektach związanych z optymalizacją i funkcjonowaniem CC w obszarze windykacji. Podążając za trendami koncentruje się na pogłębianiu wiedzy z zakresu zmian technologicznych w branży CC, nowych kanałów komunikacji, pamiętając, przy tym jak te zmiany wpływają na standardy obsługi klienta oraz pracę konsultantów CC.



## Agnieszka Skoczeń

kierowniczka Działu Rozwoju Bota KRUK S.A.

Od wielu lat kieruje pracą zespołów w Contact Center oraz back office. Doświadczenie zawodowe, które w tym czasie zdobyła pozwala jej doskonale diagnozować wyzwania obsługi klienta firm z branży windykacyjnej. Zarządzała zespołem, ściśle współpracowała z działem IT i dostawcami zewnętrznymi przy wdrażaniu nowych narzędzi i systemów usprawniających pracę Contact Center. Dlatego 3 lata temu to właśnie jej powierzono projekt wprowadzenia nowej technologii w obszarze komunikacji z klientami. Agnieszka zbudowała zespół ekspertów, którzy w 2022 r stworzyli voicebota od podstaw z wykorzystaniem wiedzy o kliencie, jego potrzebach, zgodnie z misją i wizją firmy.



## Milena Brzuska

Customer Service Operation Manager MODIVO

Jestem doświadczoną liderką w obszarze zarządzania obsługą klienta z bogatym wielokulturowym doświadczeniem. Przez lata mojej kariery miałam przyjemność kierować zespołami obsługi klienta na różnych rynkach, pracując nad usprawnianiem i automatyzacją procesów post-salesowych dążąc do doskonałości w obsłudze klienta. Kierowałam międzynarodowymi zespołami obsługi klienta, pracując z różnorodnymi kulturami i językami, co pozwoliło mi zdobyć wiedzę na temat różnic kulturowych i potrzeb klientów europejskich. Wdrożyłam nowoczesne technologie i narzędzia automatyzacji, które znacząco skróciły czas obsługi klienta zwiększając efektywność i jakość działu Customer Service. Pracowałam nad standaryzacją procesów post-salesowych, co pozwoliło na skoordynowanie działań na wielu rynkach i zapewnienie spójnej obsługi klienta w spółce MODIVO. Jestem przekonana, że customer service reprezentuje fundamentalną wartość empatii i troski w biznesie, co przyczynia się do tworzenia lepszych relacji między firmami a ich klientami oraz budowania zaufania i długotrwałych partnerstw.







## Monika Filipek

dyrektorka Departamentu Transformacji Usług PKO Bank Polski S.A.

Kieruje pracą zespołów rozwoju oraz cyfrowej transformacji obsługi w Contact Center i operacji w PKO Banku Polskim. Posiada m.in. doświadczenie w tworzeniu i skutecznym zarządzaniu bankowymi zespołami Contact Center o zróżnicowanym charakterze. W centrum zainteresowania stawia człowieka, któremu nowoczesne rozwiązania i technologia ma pomagać w realizacji potrzeb oraz zapewnić bezpieczne i efektywne bankowanie. Koncentruje się na doskonaleniu procesów obsługi zdalnej z wykorzystaniem nowoczesnej analityki danych, narzędzi optymalizacji, monitorowania operacyjnego oraz nowoczesnych narzędzi wspierających pracowników Contact Center. Stawia na partnerstwo, współpracę i rozwój.



## Monika Röhr-Łukasik

Regional Director Foundever Poland & Bulgaria

Absolwentka Wydziału Lingwistyki Stosowanej UW i SGH w Warszawie. Od 2008 roku związana z firmą Foundever, gdzie rozpoczęła swoją karierę od stanowiska konsultanta telefonicznego biegle posługując się trzema językami, następnie przechodząc wszystkie szczeble kariery zarówno prowadząc międzynarodowe zespoły jako Team Manager po stanowisko zastępcy dyrektora siedziby Foundever w Warszawie. Zdobyła także szerokie doświadczenie w zakresie Lean Six Sigma na stanowisku Continuous Improvement Manager, a w 2019 roku objęła stanowisko Dyrektora Zarządzającego. Od początku swojej kariery zawodowej związana jest z sektorem BPO, zarówno w obszarze B2C, jak i B2B, budując strategię rozwoju biznesu i osiągając liczne sukcesy w zarządzaniu operacyjnym. Rozwój osobisty to według niej podstawa do rozwoju biznesowego każdej firmy, stąd duży nacisk kładzie na stałe poszerzenie horyzontów swoich współpracowników działając zgodnie z misją #InspireGrowth. W sektorze BPO Contact Center, Monika zaangażowana jest od lat w budowanie pozytywnego wizerunku branży poprzez aktywny udział jako juror w Polish Contact Center Awards ale także jako uczestniczka i prelegentka licznych konferencji mówiąc o najważniejszej zasadzie: „Doświadczenie pracownika, to doświadczenie jakie niesie do kontaktu klientom jakich obsługuje. Jeśli zadbamy o naszego pracownika, zadbamy bezpośrednio o to, by tworzyć wspaniałą CX.”



## Arkadiusz Rybacki

Business Solutions Architect Sevenet S.A.

Pasjonat technologii. Z branżą IT związany od ponad 15 lat. Początkowo jako specjalista Microsoft w dziedzinie nowoczesnych technologii komunikacyjnych z sukcesem wspierał i wdrażał liczne projekty dla klientów Sevenet S.A. Od ponad 10 lat specjalizuje się w rozwiązaniach szeroko rozumianego Collaboration, bazujących na wysokiej jakości rozwiązaniach firmy Cisco. Wykorzystując swoją wiedzę i doświadczenie jako Architekt wspiera obecnych i nowych klientów firmy w doborze najlepszych rozwiązań tego obszaru.





## Adrian Królikowski

Lider zespołu analityczno-wdrożeniowego w departamencie Business Application Development Sevenet S.A.

W strukturach Sevenet S.A. od 8 lat. Wiedzę oraz doświadczenie budował przez cały ten okres idąc przez pełną ścieżkę zawodowego rozwoju od młodszego do starszego programisty aby obecnie wykorzystywać je przy projektowaniu architektury aplikacji oraz integracji zróżnicowanych systemów. Wspiera zarówno klientów jak i kolegów z innych działów przy projektach, które wymagają dostarczenia "skrojonego pod klienta" software'u, aby w jak najlepszy sposób spełnić wszystkie postawione wymagania.



## Przemysław Paliszewski

Transformation Director Armatis Polska sp. z o.o.



## Kamilla Panasiuk

Customer Experience Manager Media Markt Saturn Polska

Manager z ponad 10 letnim doświadczeniem pracy w zakresie CX z branży telecom jak i retail. Od dwóch lat związana z marką Media Markt. Zarządza obszarem CX i Call Center, badaniami klienckimi oraz projektowaniem i wdrażaniem standardów obsługi klienta. Wraz ze swoim zespołem inicjuje projekty mające na celu poprawę doświadczeń klienckich zarówno w ścieżce online jak i offline. Idąc za rynkiem i oczekiwaniami klienta buduje automatyzację obsługi, tak, aby klient dostawał odpowiedź tu i teraz. W swojej pracy lubi łamać schematy i udowodniać, że myślenie przede wszystkim o kliencie się opłaca. Dzień zaczyna od prasówki, czyli opinii klienta z wszystkich kanałów kontaktu, którymi zarządza.





KONTAKT




MIEJSCE

## Opiekun merytoryczny



**Magdalena Marczak**  
Project Manager


 695 370 210

 [m.marczak@pb.pl](mailto:m.marczak@pb.pl)

## Współpraca



**Katarzyna Dzedzic**  
Marketing Manager

 600 013 343

 [k.dzedzic@pb.pl](mailto:k.dzedzic@pb.pl)

## Sound Garden Hotel

ul. Żwirki i Wigury 18  
Warszawa

Partner

SEVENET

Patron



Patron Medialny

## **FOCUS ON** Created by Pro Progressio **Business**

### **Sevenet S.A.**

Sevenet S.A. jest firmą z branży IT, która od ponad 25 lat zajmuje się dostawą zaawansowanych rozwiązań teleinformatycznych dla przedsiębiorstw i instytucji w całej Polsce.

## Cena

### Trendy Contact Center 2024

23 kwietnia 2024, Warszawa

2695 zł netto od 2024-03-16 do 2024-04-23

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 Konferencje "PB" od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) na zasadach określonych w „Regulaminie serwisów internetowych Bonnier Business Polska”.
- Chcę być na bieżąco! Zgadzam się na otrzymywanie od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) e-maili z informacjami o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.
- Chcę wiedzieć więcej! Zgadzam się, by dzwonił do mnie przedstawiciel wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) i informował mnie o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

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

Piecątka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(46543)

# Formularz rejestracji: Trendy Contact Center 2024

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

---



# Trendy Contact Center 2024

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

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkole p atnych („Wydarzenia”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzib w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsi biorców Krajowego Rejestru S dowego przez S d Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydzia Gospodarczy Krajowego Rejestru S dowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysoko kapita u zak adowego: 2 000 000,00 PLN („Organizator”).
2. Wynagrodzenie nale ne Organizatorowi za udzia jednej osoby w Wydarzeniu („Cena”) okre lane s ka dorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („Strona Wydarzenia”) w informacjach ogólnych dotycz cych Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materia y szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych tak e przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we w asnym zakresie. W przypadku Wydarze organizowanych z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wy cznie prelekcje oraz materia y szkoleniowe. P atno ci nale y dokonywa na rachunek bankowy Organizatora wskazany ka dorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzgl dnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wype nienie elektronicznego formularza zg oszeniowego udost pnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. [www.konferencje.pb.pl](http://www.konferencje.pb.pl) lub innej wskazanej przez Organizatora) („Zg oszenie”) i zatwierdzenie Zg oszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowi zkiem zap aty” lub pobranie, wype nienie i odes anie 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 Zg oszeniu jako podmiot zg aszaj cy umowy, której przedmiotem jest umo liwienie osobom wskazanym w Zg oszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zg oszenia Organizator wystawia i przesy a na adres poczty elektronicznej wskazany w Zg oszeniu faktur pro forma p atn w terminie siedmiu (7) dni od daty Zg oszenia.
4. Bior c pod uwag fakt, e Zg oszenie dokonywane mo e by przez osob zycznych dzia aj c w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zg aszaj ca zobowi zana jest w trakcie dokonywania Zg oszenia do potwierdzenia stosownego upowa nienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyj cia Zg oszenia.
5. Osoba dokonuj ca Zg oszenia ponosi odpowiedzialno za o wiadzenia sk adane w trakcie realizacji procedury Zg oszenia. Szczegó owe warunki Zg oszenia, sposób post powania w trakcie i po dokonaniu Zg oszenia oraz zakres wymaganych o wiadcze osoby zg aszaj cej oraz osób zg aszanych Organizator okre la w interaktywnym formularzu Zg oszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. O rezygnacji z udzia u w Wydarzeniu nale y poinformowa Organizatora przesy aj c tak informacj na adres poczty elektronicznej Organizatora: [konferencje@pb.pl](mailto:konferencje@pb.pl)
7. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie pó niej ni dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia, podmiot zg aszaj cy zostanie obci ony op at w wysoko ci stanowi cej równowarto 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zg oszenia w terminie pó niejszym ni na dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym ni dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia, podmiot zg aszaj cy zostanie obci ony pe n Cen .
9. Nieodwo anie Zg oszenia lub niewzi cie udzia u w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zg aszaj cego z obowi zku zap aty Ceny.
10. Niedokonanie wp aty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 4 powy ej nie jest jednoznaczne z rezygnacj z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wp aty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wy cza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnie w pkt 9 i 10 Regulaminu.
11. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zg oszeniu, w Wydarzeniu wzi a udzia inna osoba wskazana przez podmiot zg aszaj cy. O zmianie, podmiot zg aszaj cy informuje Organizatora przesy aj c stosown informacj na adres poczty elektronicznej Organizatora: [konferencje@pb.pl](mailto:konferencje@pb.pl) pó niej ni w dniu poprzedzaj cym dzie rozpocz cia Wydarzenia.
12. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególno ci polegaj cej na zmianie godziny danego wyst pienia, zmianie osoby prowadz cej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak równie do odwo ania Wydarzenia.
13. W przypadku odwo ania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej cz zostan zwrócone lub –za zgod podmiotu zg aszaj cego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zg aszaj cemu, który op aci Cen , Organizator zwraca Cen w pe nej wysoko ci.
15. Wszelkie materia y przekazane uczestnikowi w zwi zku z Wydarzeniem („Materia y”) stanowi w asno Organizatora (lub podmiotów wspó pracuj cych z Organizatorem) i w zwi zku z tym przeznaczone s wy cznie do u ytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
16. Zabronione jest zwielokrotnianie Materia ów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, u yczanie, wy wietlania, publiczne udost pnianie Materia ów w taki sposób, aby ka dy móg mie do nich dost p w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
17. Zg aszaj cy zobowi zany jest poinformowa uczestnika zg aszanego do wzi cia udzia u w Wydarzeniu, e Organizator mo e utrwal a przebieg Wydarzenia -w celu informacyjnym -za pomoc urz dze rejestruj cych d wki lub obraz. Brak zgody uczestnika zg aszanego do wzi cia udzia u w Wydarzeniu na powy sze czynno ci wyklucza mo liwo wzi cia udzia u w Wydarzeniu. Organizator mo e zamie ci utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzgl dnieniem obowi zuj cych w tym zakresie przepisów prawa dotycz cych ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
18. Dokonanie Zg oszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upowa nienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osob zg aszaj c lub podmiot w imieniu którego osoba zg aszaj ca dzia a.
19. Organizator udziela osobie dokonuj cej Zg oszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysoko ci co najmniej 5% na rejestracj na organizowane, w ci gu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy si automatycznie. Kod rabatowy b dzie przesy any przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonuj cej Zg oszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejn edycj Wydarzenia lub konferencj , warsztat, szkolenie p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do up ywu wskazanego terminu rejestracji na kolejn edycj Wydarzenia lub konferencj , warsztat, szkolenie p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy ka dego uczestnika zg aszanego przez osob uprawnion do rabatu. Rabat czy si z innymi rabatami, chyba e Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.



20. Je li osoba dokonuj ca rejestracji wyra a b d utrzymuje wyra one uprzednio zg marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% sta ego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na p atne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i og aszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy dzia aj cy pod adresem: [www.konferencje.pb.pl](http://www.konferencje.pb.pl) (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgó. Rabat ten czy si z innymi. Wery kacja nast puje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zg oszeniu adresu e-mail osoby zg aszaj cej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przys uguje wy cznie osobie dokonuj cej rejestracji (dokonuj cej Zg oszenia) i dotyczy danego Zg oszenia bez wzgl du na liczb uczestników rejestrowanych przez osob dokonuj c rejestracji i uprawni on do otrzymania rabatu.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywaj cym si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spe niaj cym nast puj ce minimalne wymagania techniczne:
- 21.1.1 dost p do Internetu,
- 21.1.2 urz dzenie ko cowe,
- 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umo liwiaj cego odczytywanie plików w ró nych formatach (m.in. gra cznych, d wi kowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
22. O ile jest to niezbd ne ze wzgl du na charakter Wydarzenia odbywaj cego si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zg oszenia przekazuje informacj o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbd nych do wzi cia udzia u w Wydarzeniu
23. Organizator Wydarzenia odbywaj cego si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialno ci za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywo ane dzia aniami lub zaniechaniami osób trzecich,
- 23.1.2 niedzia anie albo wadliwe dzia anie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania rm trzecich, w tym dzia anie wirusów komputerowych,
- 23.1.3 niew a ciw kon guracj sprz tu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzi cia udzia u w Wydarzeniu,
- 23.1.4 wady sprz tu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.5 brak lub przerwy w dost pie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
- 23.1.6 nieprawid ow obs ug aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.7 innymi okoliczno ci uniemo liwiaj ce lub utrudniaj ce uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane dzia aniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. W przypadku Wydarze stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami w adzy pa stwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego cz ci, ogranicze , a tak e wytycznych w a ciwych s u b, instytucji oraz innych podmiotów realizuj cych ustawowe obowi zki, które wp ywa yby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega mo liwo wprowadzenia dodatkowych wymaga dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpiecze stwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zg oszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczno ci potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przes anej wiadomo ci. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyra zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
25. Osoba dokonuj ca Zg oszenia podejmuj c czynno ci w celu dokonania Zg oszenia potwierdza, e dane zg aszanego uczestnika s prawdziwe, a osoba zg aszana do wzi cia udzia u w Wydarzeniu wyrazi a zgod na dokonanie Zg oszenia z uwzgl dnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zg oszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokona Zg oszenia oraz jakie dane zosta y wskazane z pro b o ich potwierdzenie.
26. Niniejszy regulamin obowi zuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrze eniem e dokonane zmiany obowi zuj od chwili ich przekazania do publicznej wiadomo ci.

