

Warszawa

10 - 11 grudnia 2024

Hotel Sound Garden

IX Customer Experience Transformation

3095 zł netto do 11 grudnia



CEL

Szanowni Państwo, przed nami **9. już edycja** konferencji **Customer Experience Transformation**! W tym roku, spotkamy się **10-11 grudnia** w hotelu **Sound Garden w Warszawie**! To wydarzenie, które nie tylko dostarcza ogromnej wiedzy, ale także inspirowe do działań, prezentując konkretne przykłady rozwiązań i ich wdrożeń.

Nasz sposób postrzegania customer experience oraz jego wpływu na biznes stale ewoluje. Z dnia na dzień poszerzamy horyzonty, przekroczyliśmy tym samym etap w którym skupialiśmy się na poznawaniu klienta i jego emocjonalnych potrzeb. Dziś nie tylko kształtujemy strategię i politykę CX, ale również zdajemy sobie coraz bardziej sprawę, że kluczem do sukcesu jest edukacja inwestorów oraz klientów wewnętrznych, dotycząca istoty CX w organizacji.

Podczas **9. edycji Customer Experience Transformation** – tak jak co roku - każdy dzień konferencji będzie poświęcony innemu tematowi. Przygotujcie się na dwa dni pełne fascynujących historii i inspirujących przemówień CX Menedżerów, którzy podzielą się swoimi doświadczeniami.

DZIEŃ #1: CX Governance - jakimi działaniami zmieniamy organizację, aby cała pracowała w podejściu CX

- Jak przekonywać decydentów do pracy w podejściu CX (z głosem klienta), w tym jak pokazywać opłacalność dbania o doświadczenia klientów i pracowników
- Jak zakotwiczyć CX w strategii firmy i go zoperacjonalizować, czyli skaskadować cele strategiczne na cele operacyjne
- Jak przygotować, uzgodnić, wdrożyć i realizować Politykę CX w organizacji
- Jak wdrażać ogólnoorganizacyjne procesy wspierające budowanie i dbanie o odpowiednie doświadczenia: zarządzanie głosem klienta, zamknięta pętla usprawnień na bazie głosu klienta, mapowanie podróży klienckich, monitorowanie poziomu doświadczeń w podróżach klienckich
- Jak łączyć działania CX i EX, aby „grać do jednej bramki”
- Jakie są sprawdzone sposoby na rozwijanie podejścia CX w małych, średnich i dużych organizacjach
- Jak uczyć pracowników w jednostkach organizacyjnych, aby byli samodzielni w pracy z głosem klienta i projektowaniu produktów/usług, procesów, systemów i aplikacji, komunikacji, które gwarantują odpowiednie doświadczenia klientów
- Jak szkolić pracowników w obszarze wykorzystania narzędzi CX, co się sprawdza bardziej, a co mniej
- Jak priorytetyzować inicjatywy klienckie w organizacji, aby realizować te, które mają największy potencjał zmian na lepsze
- Co nie wyszło, mimo zaangażowania i chęci

DZIEŃ #2 Narzędzia CX – rozwiązania, które wspierają codzienne zarządzanie doświadczeniami klienta

- Jak wykorzystujemy i jakie mamy efekty stosowania Programu Głosu Klienta i Zamkniętej Pętli Usprawnień
- Jak wykorzystujemy i jakie mamy efekty z mapowania Podróży Klienta / Podróży Pracownika
- Jakie wykorzystujemy i jakie mamy efekty z pomiarów/badań; jakie mamy sposoby na wyciąganie wniosków z badań
- Jak wykorzystujemy i jakie mamy efekty wdrażania w organizacji demokratycznych rozwiązań dot. dostępu do wyników pomiarów i głosu klienta (zamówionego i niezamówionego) dla wszystkich pracowników
- Jak wykorzystujemy i jakie mamy efekty wyliczania szacunków opłacalności inicjatyw klienckich (ex-ante) oraz jak sprawdzamy efekty (ex-post)
- Jak wykorzystujemy i jakie mamy efekty z korzystania z innych narzędzi, które wspierają ogólnofirmową zdolność do budowania i dostarczania odpowiednich doświadczeń, np.: wdrażanie/aktualizacja standardów obsługi spójnych we wszystkich kanałach, wdrażanie/aktualizacja zasad komunikacji z klientem spójnych we wszystkich kanałach
- Jak wykorzystujemy i jakie mamy efekty korzystania z technologii AI w usprawnianiu pracy zespołów CX (np. w analizie głosu klienta)
- Co nie wyszło, mimo zaangażowania i chęci

ZOBACZ JAK BYŁO W UBIEGŁYM ROKU!

Zespół Puls Biznesu Konferencje

Zespół CustomerMatters

IX Customer Experience Transformation to:

#Dwa dni solidnej dawki inspiracji i rzetelnej wiedzy

#Kilkanaście prelekcji w formie praktycznych case studies

#Kilkunastu znakomitych ekspertów - praktyków z różnych branż

#Setka zaangażowanych uczestników - okazja do wymiany doświadczeń i nawiązania wartościowych kontaktów, okazja do interakcji prelegentów z uczestnikami.





PROGRAM

Wtorek, 10 grudnia

CX Governance - jakimi działaniami zmieniamy organizację, aby cała pracowała w podejściu CX

08:30

Rejestracja uczestników, poranna kawa

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

09:20

Oficjalne rozpoczęcie IX Customer Experience Transformation

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

09:25

Customer Experience Transformation (CET 2024) – INTRO #1

 *PARTNER MERYTORYCZNY - Marta Łukawska-Daruk, Partner, CustomerMatters*

 *PARTNER MERYTORYCZNY - Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner, CustomerMatters*

09:45

CASE STUDY #1 Santander Consumer Bank

 *Jacek Wieczorkowski, Head of Customer Experience Management Team, Santander Consumer Bank S.A.*

10:45

CASE STUDY #2 DHL eCommers

 *Malwina Głowacka, Dyrektorka działu Obsługi Klienta, DHL eCommers*

11:45

Przerwa na kawę

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



12:15

CASE STUDY #3 Millennium Leasing

 Piotr Maj, Członek Zarządu, Chief Transformation Officer, Millennium Leasing

13:15

CASE STUDY #4 Pekao Direct

 Dorota Ciejka, Dyrektor Departamentu Zarządzania Doświadczeniem Pracowników, Pekao Direct

 Marcin Lewicki, Dyrektor Biura Doskonalenia Jakości, Pekao Direct

14:15

Przerwa na lunch

15:15

CASE STUDY #5 TOTALIZATOR SPORTOWY

 Konrad Wróblewski, Kierownik Zespołu Customer Experience, TOTALIZATOR SPORTOWY Sp. z o.o.

16:15

CASE STUDY #6 PKO BP

 Agata Szczepańska-Jochemczyk, dyrektorka Biura Jakości w Pionie Klienta Korporacyjnego i Przedsiębiorstw, PKO Bank Polski

 Mariusz Smoliński, ekspert Customer Experience, PKO Bank Polski

17:15

Zakończenie pierwszego dnia konferencji

Środa, 11 grudnia

Narzędzia CX – rozwiązania, które wspierają codzienne zarządzanie doświadczeniami klienta

09:00

Rejestracja uczestników, poranna kawa

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



09:30

Customer Experience Transformation (CET 2024) – INTRO #2

 PARTNER MERYTORYCZNY - Marta Łukawska-Daruk, Partner, CustomerMatters

 PARTNER MERYTORYCZNY - Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner, CustomerMatters

09:45

CASE STUDY #7 PZU

 Damian Kamiński, dyrektor ds. Efektywności Procesów i Standardów Obsługi, PZU

10:45

CASE STUDY #8 FM Logistic

 Sebastian Plesiński, Central Europe Senior Business Development Director, FM Logistic

11:45

Przerwa na kawę

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

12:15

CASE STUDY #9 ZUS

 Magdalena Mazur-Wolak, Dyrektor Departamentu Relacji z Klientami, ZUS

13:15

CASE STUDY #10 FIXIT

 Mariusz Ryło, CEO, FIXIT S.A.

 Paweł Mikołajczyk, Sustainable Experience Strategist, FIXIT S.A.

14:15

Przerwa na lunch

15:15

CASE STUDY #11 LPP

 Marcin Wcisło, Head of Experience Design, Silky Coders, Grupa LPP



16:15

CASE STUDY #12 VeloBank

 *Kamil Maciejewski, Ekspert w Biurze Badań i Monitoringu Jakości, VeloBank S.A.*

 *Tomasz Siara, Dyrektor Departamentu Obsługi Klienta, VeloBank S.A.*

17:15

Oficjalne zakończenie IX Customer Experience Transformation





PRELEGENCI



Dorota Ciejka

Dyrektor Departamentu Zarządzania Doświadczeniem Pracowników Pekao Direct



Malwina Głowacka

Dyrektorka działu Obsługi Klienta DHL eCommers

Dyrektor Działu Customer Experience w DHL Parcel, z ponad 14 letnim doświadczeniem w efektywnym zarządzaniu zespołami. Jej specjalizacja to projektowanie kompleksowej strategii obsługi klienta i pilotowanie procesów, z uwzględnieniem wykorzystania potencjału nowych technologii. W portfolio jej doświadczeń znajdują się m.in. stanowiska managera liniowego, kierownika infolinii, zarządzającego zespołem managerów i konsultantów, czy eksperta rekomendującego kompleksowego rozwiązania strategiczne w zakresie procesu obsługi klienta. Jako liderka w swoim obszarze, aktywnie współpracuje w cross-funkcyjnych zespołach w ramach międzynarodowych i krajowych struktur, dzieląc się wiedzą i czerpiąc inspiracje od innych. Obszar obsługi klienta to dla niej platforma rozwoju digitalizacji, czerpania z potencjału innowacji i rozwijania trendu customer centricity m.in. poprzez wdrażanie nowych kanałów kontaktu z klientem.





Damian Kamiński

dyrektor ds. Efektywności Procesów i Standardów Obsługi PZU

Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego. Ukończył także studia podyplomowe w zakresie ubezpieczeń na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu oraz program MBA w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. Przez ostatnie dwie dekady nieprzerwanie związany z sektorem ubezpieczeniowym, zaczynając swoją karierę jako specjalista, przez stanowisko kierownicze, awansując na stanowisko dyrektora zespołów operacyjnych obsługujących szkody i świadczenia. Aktualnie, jako Dyrektor ds. Efektywności Procesów i Standardów Obsługi odpowiada za obszar szkoleniowy oraz standaryzacyjny w Pionie Obsługi Szkód, Świadczeń i Kanałów Zdalnych w Grupie PZU. Stawia na najwyższą jakość doświadczeń klientów w zakresie obsługi szkód i świadczeń. Uważa, że w kluczowym momencie dla Klienta, jakim jest wystąpienie szkody, poza szybką reakcją i pomocą klientowi niezwykle ważna jest empatia i zrozumienie. Prywatnie tata dwójki energicznych dzieci, pasjonat piłki nożnej i miłośnik literatury współczesnej.



Piotr Maj

Członek Zarządu, Chief Transformation Officer Millennium Leasing

Z Grupą Millennium związany jestem od 2009 roku. Jako Six Sigma Black Belt realizowałem wiele kluczowych projektów związanych z optymalizacją procesów, usprawnianiem obszarów oraz rozwojem sprzedaży produktów bankowych. Obecnie jako Członek Zarządu Millennium Leasing odpowiadam za efektywność operacyjną oraz procesową transformację organizacji.



Magdalena Mazur-Wolak

Dyrektor Departamentu Relacji z Klientami ZUS

Od 2011 r. dyrektor departamentu odpowiedzialnego za relacje z klientami w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych. Sprawuje nadzór funkcjonalny nad siecią obsługi klientów (320 placówek w całej Polsce, ponad 3 tys. pracowników front office), odpowiada za jakość obsługi telefonicznej (500 konsultantów infolinii) i rozwój usług elektronicznych dla klientów (aplikacje mobilne, PUE/eZUS). Od lat wprowadza w ZUS standardy obsługi i usprawnienia w obsłudze klientów. Monitoruje jakość usług z wykorzystaniem własnych badań mystery shopping oraz odsłuchu i oceny rozmów telefonicznych i e-wizyt. Wraz z zespołem wsłuchuje się w głos klienta i na jego podstawie opracowuje rozwiązania doskonalące usługi świadczone przez ZUS. Ma ambicję wprowadzenia podejścia CXM w całej organizacji.





Paweł Mikołajczyk

Sustainable Experience Strategist FIXIT S.A.

Strateg, projektant i badacz. W Fixit odpowiada za strategię gospodarki o obiegu zamkniętym i doświadczenia klienta. Wykorzystuje myślenie systemowe, aby pomóc firmom tworzyć zrównoważone produkty i usługi. Współpracuje ze strategicznym studium projektowym Change Pilots. Jest częścią think tanku CircularDesign.pl i współautorem raportu „Zrównoważony design w biznesie – przegląd inicjatyw i trendów” dla PARP. Studiował wzornictwo na Uniwersytecie Sztuk Pięknych w Poznaniu i na Uniwersytecie Shih Chien w Tajpej. Posiada certyfikat Change Leadership z IDEO-U. Jest koordynatorem programu DtB Sustainability Summit. W wolnym czasie ćwiczy jogę, jeździ na rowerze i słucha techno.



Sebastian Plesiński

Central Europe Senior Business Development Director FM Logistic

Posiada ponad 20-letnie doświadczenie w pracy w międzynarodowych korporacjach sektora TSL z zakresu sprzedaży i marketingu oraz operacji. Dysponuje obszerną wiedzą o branży logistycznej pozyskaną podczas pracy nad wieloma kompleksowymi projektami w naszym regionie. Jest absolwentem studiów magisterskich na Politechnice Częstochowskiej, ponadto ukończył studia podyplomowe na SGH oraz MBA w Wyższej Szkole Bankowej. W FM Logistic jest odpowiedzialny, wspólnie z zespołem, za opiekę i rozwój kluczowych klientów firmy.



Mariusz Ryło

CEO FIXIT S.A.

Lider z ponad trzydziestoletnim doświadczeniem managerskim i sprzedażowym w branży IT oraz elektroniki konsumenckiej. Jest zwolennikiem zarządzania zwinnego, umożliwiającego szybkie dopasowanie strategii organizacji do zmieniającego się otoczenia. Do zespołu Fixit dołączył w 2006 roku wspierając dział sprzedaży. Od 2019 roku pozostaje na stanowisku Prezesa Zarządu i odpowiada za realizację strategii firmy. Jest absolwentem Wydziału Mechanicznego Politechniki Krakowskiej, specjalizacja Mechanika Stosowana/Mechanika Komputerowa. Prywatnie Mariusz jest miłośnikiem muzyki z lat 70- i 80-tych, szczególnie tej wydanej na czarnym krążku. Latem wybiera rower, zimą spędza wolne chwile jeżdżąc na nartach.





Mariusz Smoliński

ekspert Customer Experience PKO Bank Polski

Ekspert Customer Experience odpowiedzialny w PKO Banku Polskim za rozwój kompetencji sieci sprzedaży i badania CX w segmencie klientów korporacyjnych. Badacz trendów i diagnosta organizacyjny, który z uwagą obserwuje wpływ zmian rynkowych na modele biznesowe. W poszukiwaniu optymalnych rozwiązań chętnie łączy wiedzę o kliencie, organizacji i pracowniku z wiedzą o najlepszych praktykach stosowanych w wiodących branżach i sektorach. Pełnił funkcje dyrektora badań, sprzedaży i operacji w agencjach badawczych. Zarządzał złożonymi programami badawczo doradczymi i obsługiwał strategicznych klientów. Prelegent na konferencjach, wykładowca, autor publikacji w Harvard Business Review Polska i MIT Sloan, inicjator i członek kapituły konkursów o biznesie.



Agata Szczepańska-Jochemczyk

dyrektorka Biura Jakości w Pionie Klienta Korporacyjnego i Przedsiębiorstw PKO Bank Polski

Od 15 lat zajmuje się poprawą doświadczeń Klientów, głównie w branży finansowej. Inicjatorka unikalnej współpracy między bankami korporacyjnymi, w ramach której wspólnie mierzymy NPSa branży. Współzałożycielka jednej z pierwszych na polskim rynku firm doradczych specjalizujących się w Customer Experience – CustomerMatters. Absolwentka studiów podyplomowych UX Design. Prywatnie mama dwójki dzieci, wolny czas spędza na impro i w kooperatywie spożywczej.



Marcin Wciśło

Head of Experience Design Silky Coders, Grupa LPP

Od 2023 roku związany z Silky Coders, gdzie odpowiada za projektowanie i optymalizację aplikacji mobilnych oraz serwisów e-commerce Grupy LPP. Koordynuje prace zespołów UX/UI Designerów i UX Resercherów, których rolą jest m.in. tworzenie i testowanie przyjaznych użytkownikom funkcjonalności czy analizowanie potrzeb oraz zachowań klientów marek Reserved, Cropp, House, Mohito i Sinsay. Na co dzień współpracuje z zespołami technologicznymi, celem zaadaptowania produktów cyfrowych do potrzeb użytkowników oraz założeń biznesowych Grupy. Posiada 10-letnie doświadczenie w branży e-commerce. Swoją karierę zaczynał w startupach i agencjach 360. Przed dołączeniem do Silky Coders, pracował w Modivo i Eobuwie, gdzie budował zespoły Experience Design odpowiedzialne za badanie, projektowanie i optymalizację produktów sprzedażowych.





Jacek Wieczorkowski

Head of Customer Experience Management Team Santander Consumer Bank S.A.

Entuzjasta i propagator ekonomii behawioralnej oraz podejścia total experience. W Santander Consumer Banku odpowiada za obszar CX/UX i zarządza działaniami zorientowanymi na poprawę doświadczeń klientów. Jest ekspertem w zakresie jakości obsługi, optymalizacji ścieżek zakupowych, wskaźników satysfakcji i lojalności klientów, audytów i analiz UX, a także prostej i efektywnej komunikacji. Z sektorem finansowym związany od 2004 roku. Doświadczenie zawodowe zdobywał m.in. w Banku Millennium, AIG Bank Polska, Neonet, Getin Noble Bank oraz Santander Consumer Banku. Od kilku lat jest także jurorem w międzynarodowych konkursach Customer Centricity Award oraz prelegentem na konferencjach branżowych. Jako stały felietonista, dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem na łamach magazynu Customer Experience Manager.



Konrad Wróblewski

Kierownik Zespołu Customer Experience TOTALIZATOR SPORTOWY Sp. z o.o.

Niemal od początku kariery zawodowej jestem związany z branżą hazardową. Od 2016 roku jestem pracownikiem Totalizatora Sportowego, gdzie zajmowałem się m.in.: obsługą losowań i systemu centralnego, uruchomieniem biura obsługi klienta, opieką nad produktem internetowego kasyna na żywo oraz obszarem odpowiedzialnej gry. W 2023 roku powierzono mi stworzenie Zespołu Customer Experience skupionego na klientach online. W pracy nad CX fascynuje mnie badanie głosu klienta oraz poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań w obszarze internetowej rozrywki.



Kamil Maciejewski

Ekspert w Biurze Badań i Monitoringu Jakości VeloBank S.A.

Badacz, zajmujący się analizą głosu klienta, projektami jakościowymi oraz mapowaniem ścieżek klientów, dostarczając cennych insightów, które wspierają optymalizację doświadczeń klientów. Psycholog biznesu i pasjonat kultury organizacyjnej, u podstaw której leżą pozytywne doświadczenia klienta oraz pracownika. W branży bankowej od 2017 roku, skoncentrowany na Customer Experience w roli praktyka i teoretyka. Uczestnik projektów strategicznych banku. Pomysłodawca i autor newslettera Bank Blisko Ludzi, który edukuje i szerzy kulturę opartą o głos klienta w banku. Z sukcesem stworzył i zrealizował projekt Customer Journey Map w rytmie Velo.





Tomasz Siara

Dyrektor Departamentu Obsługi Klienta VeloBank S.A.

Mentor, coach, praktyk zarządzania. Doświadczenia zdobywał prowadząc jednostki operacyjne wiodących polskich firm z sektorów telco, FMCG, bankowość. Specjalizuje się w zadaniach związanych z transformacją obszarów odpowiedzialnych za sprzedaż i obsługę klienta. Wysoko stawia poprzeczkę, ale nie zapomina, że bez zadowolenia i satysfakcji pracowników nie da się osiągać ambitnych celów. Absolwent Ekonomii Uniwersytetu Warszawskiego i Podyplomowych Studiów Coachingu i Mentoringu, realizowanych przez Laboratorium Psychoedukacji we współpracy z Uniwersytetem SWPS. Lubi cieszyć oko architekturą i zabytkami, które we współczesnej formie dostały drugie życie.



PARTNER MERYTORYCZNY - Marta Łukawska-Daruk

Partner CustomerMatters

Ekspert customer experience. Partner w CustomerMatters, polskiej firmy doradczej, która od 2013 roku promuje wśród swoich Klientów podejście do obsługi Klienta oparte na budowaniu pozytywnych doświadczeń w każdym punkcie styku, obniżaniu wysiłku Klienta w relacjach z firmą i dokładnym diagnozowaniu Podróży Klienta (Customer Journey). Obserwator mechanizmów działania ludzi, badacz ich motywacji, fanka logiki i prostoty w procesach. Ma bogate doświadczenie w diagnozowaniu doświadczeń, analizowaniu zebranego głosu klienta, projektowaniu usprawnień i nowych rozwiązań.



PARTNER MERYTORYCZNY - Aleksandra Jagiełło-Bono

Partner CustomerMatters

Ekspert customer experience. Partner w CustomerMatters, polskiej firmy doradczej, która od 2013 roku promuje wśród swoich Klientów podejście do obsługi Klienta oparte na budowaniu pozytywnych doświadczeń w każdym punkcie styku, obniżaniu wysiłku Klienta w relacjach z firmą i dokładnym diagnozowaniu Podróży Klienta (Customer Journey). Obserwator mechanizmów działania ludzi, badacz ich motywacji, fanka logiki i prostoty w procesach. Ma bogate doświadczenie w diagnozowaniu doświadczeń, analizowaniu zebranego głosu klienta, projektowaniu usprawnień i nowych rozwiązań.



Marcin Lewicki

Dyrektor Biura Doskonalenia Jakości Pekao Direct

Specjalizuję się w zarządzaniu jakością, reklamacjami oraz compliance. Od lat z pasją śledzę trendy w obsłudze klienta i sprzedaży, przekładając zdobytą wiedzę na praktyczne rozwiązania w codziennej pracy. Jako praktyk obsługi klienta, stawiam na klientocentryczność, kładąc szczególny nacisk na słuchanie głosu klienta i skuteczne rozwiązywanie jego spraw. Moją misją jest wspieranie organizacji w budowaniu doskonałych doświadczeń klientów, które przekładają się na ich lojalność i satysfakcję.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Marczak
Project Manager

 695 370 210

 m.marczak@pb.pl

Współpraca



Mateusz Stempak
Marketing Manager

 600 013 355

 m.stempak@pb.pl

Hotel Sound Garden

ul. Żwirki i Wigury 18
Warszawa

Partner Merytoryczny



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(52236)

Formularz rejestracji: IX Customer Experience Transformation

Cena

IX Customer Experience Transformation

10 - 11 grudnia 2024, Warszawa

3095 zł netto od 2024-10-26 do 2024-12-11

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_uczestnictwa_w_konferencjach_ver_25.04..pdf) a) 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)

Pieczętka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(52236)

Formularz rejestracji: IX Customer Experience Transformation

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”) określone 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”), a następnie 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 formie .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. W przypadku, o którym mowa w Pkt 5 Regulaminu, Organizator dopuszcza możliwość wskazania osób, które wezmą udział w Wydarzeniu na podstawie Zgłoszenia w terminie późniejszym niż jego zatwierdzenie zgodnie z pkt 3 Regulaminu, jednakże nie później niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem 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 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
9. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną.
10. Niewywołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
11. Niewskazanie osób, które wezmą udział w Wydarzeniu stosownie do pkt 6 Regulaminu jest równoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Pkt 8 i 9 Regulaminu stosuje się w takim przypadku odpowiednio.
12. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 3 Regulaminu 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.
13. 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.
14. 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.
15. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
16. 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.
17. 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.
18. 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 jakiejkolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
19. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwalać 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.
20. 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.
21. 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 przysyłany 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.
22. 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.



IX Customer Experience Transformation

23. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
1. dostęp do Internetu,
 2. urządzenie końcowe,
 3. zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, wideo itp.).
24. 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
25. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
1. problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
 2. niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
 3. niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia do wzięcia udziału w Wydarzeniu,
 4. wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
 5. brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia,
 6. nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia, <.li>
 7. innymi okoliczności uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
26. 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.
27. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraża 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.
28. 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.

