

Warszawa

12 - 13 grudnia 2022

Crowne Plaza Warsaw – The HUB

VII Customer Experience Transformation

2595 zł netto do 13 grudnia



CEL

„Posłuchaj klientów, aby odkryć ich prawdziwe potrzeby. Tylko wtedy możesz znaleźć sposób na rozwiązanie ich problemów lub spełnienie ich oczekiwań. Wylecz przyczynę, a nie tylko objawy”.

– Ginger Conlon, Thought Leadership Director and Customer Experience Advocate, Genesys

Przed nami **7. edycja konferencji Customer Experience Transformation.**

12-13 grudnia 2022 r. zapraszamy do **hotelu Crowne Plaza Warsaw** po ogromną dawkę wiedzy i inspiracji!

Od marca 2020 roku żyjemy i pracujemy w ciągle zmieniających się warunkach. VUCA, czyli zmienność, niepewność, złożoność i niejednoznaczność stały się stałymi elementami codzienności, a nie jedynie przepowiadaną przyszłością. Już w zeszłym roku obserwowaliśmy rosnącą potrzebę firm, by poznać klienta i jego perspektywę. Ten trend utrzymuje się nadal – firmy diagnozują doświadczenia swoich klientów i pracowników oraz mapują ich podróże. Podejście Customer Experience oferuje jeszcze jedno narzędzie wspierające firmy w poznawaniu klientów: Program Głosu Klienta, czyli ang. Voice of Customer Program. Program, który oznacza stałe bądź cykliczne analizowanie głosu klienta (głównie niezamówionego) i wdrażanie usprawnień na tej podstawie.

Podczas 7. edycji Customer Experience Transformation, tak jak rok wcześniej, każdy dzień konferencji poświęcimy oddzielnemu tematowi.

Zapraszamy na 2 dni pełne opowieści i inspiracji CX Menedżerów, którzy podzielą się swoimi doświadczeniami:

Dzień 1: Wykorzystanie głosu klienta - pomiar doświadczeń, analiza jakościowa głosu klienta i pętla usprawnień

- Co i jak mierzymy?
- Jak pracujemy w firmie z komentarzami klientów z badań i analizą głosu klienta (np. maile, reklamacje, odsłuchy, posty w social media)?
- Jak angażujemy inne działy do pracy z jakościowym głosem klienta?
- Jak wdrożyliśmy i zarządzamy pracą nad usprawnieniami w ramach VOC Improvement Closed Loop (zamkniętej pętli usprawnień na bazie głosu klienta)?

- Jak weryfikujemy osiągnięcie celów po wdrożeniu zmiany?
- Jakie odnieśliśmy sukcesy, a co nam się nie udało?

Dzień 2: CX Governance, czyli jak organizujemy zarządzanie CX i budowanie kompetencji CX w organizacji

- Jak zarządzamy CX w organizacji – podział zadań i obowiązków?
- Jak organizujemy pracę z głosem klienta (VOC) w firmie?
- Jak mierzymy poziom doświadczeń i jak angażujemy organizację do pracy z wynikami?
- Jak prezentujemy dane związane z CX?
- Jakie odnieśliśmy sukcesy, a co nam się nie udało?
- Z jakimi wyzwaniami mierzymy się na co dzień (co spowalnia transformację CX)?

Już 7. rok z rzędu robimy wszystko, aby stworzyć merytoryczną konferencję, pełną inspiracji i przykładów konkretnych rozwiązań.

Dlatego ponownie zaprosiliśmy CX Managerów, którzy w swoich godzinnych prelekcjach podzielą się z szerszą publicznością ciekawymi i szczegółowymi case studies wprost z „życia firm”.

Zapraszamy!

Zespół Puls Biznesu Konferencje

Zespół CustomerMatters

#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.



Opinie uczestników poprzedniej edycji wydarzenia

“

Ciekawe wypowiedzi, dużo inspiracji!

“

Bardzo ciekawe i dobrze zorganizowane. Prelegenci byli wyjątkowo sprawni.

“

Profesjonalne i wartościowe szkolenie. Wysoki poziom prelegentów.

“

Byłam trzeci raz na tym wydarzeniu, uważam, że to najlepsza z edycji, na których byłam. Gratuluję!

“

Bardzo, dużo miejsca na dyskusję, ciekawi prelegenci, którzy zdradzili dużo szczegółów.

“

Bardzo dobre podejście case study, ciekawe prezentacje, interesujący prelegenci.



PROGRAM

Poniedziałek, 12 grudnia

**Wykorzystanie głosu klienta - pomiar doświadczeń, analiza jakościowa głosu klienta i pętla usprawnień.
MODERATOR 1 DNIA KONFERENCJI Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner, CustomerMatters**

09:00

Rejestracja uczestników

09:30

Oficjalne rozpoczęcie konferencji

 *Aldona Mlonek-Korzonkowska, Project Manager, Puls Biznesu*

09:35

Customer Experience Transformation (CET 2022) - INTRO

 *Marta Łukawska-Daruk, Partner, CustomerMatters*

 *Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner, CustomerMatters*

09:45

CASE STUDY #1 IKEA Group

 *Marta Kozicka-Trojan, Customer Knowledge Manager, Ikea Retail*

10:45

CASE STUDY #2 Answear.com i Webankieta

 *Agata Rzeszótko, Answear.com*

 *Piotr Sadowski, Chief Evangelist, Webankieta*

11:45

Przerwa na kawę

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



12:00

CASE STUDY #3 Santander Bank Polska

 Zuzanna Chodyra, Dyrektorka ds. Transformacji Doświadczeń Klienta, Bankowość Korporacyjna i Biznesowa, Santander Bank Polska

 Małgorzata Otworowska-Kubiak, Head of Research w Centrum Kompetencyjnym Jakości, Santander Bank Polska

 Beata Matusiak, Head of Customer Care Centre of Excellence, Santander Bank Polska

13:00

CASE STUDY #4 Skarbnica Narodowa

 Anna Partas, Dyrektor Operacyjny, Skarbnica Narodowa

14:00

Lunch

15:00

CASE STUDY #5 LuxMed i Medallia

 Ryszard Regucki, Dyrektor Regionalny Medallia, Europa Środkowo-Wschodnia

 Justyna Mościcka Wieczorek, Z-ca Dyrektora Departamentu NPS, Departament NPS, Pion Doświadczeń Pacjenta, Lux Med

16:00

CASE STUDY #6 Bank Millennium

 Piotr Gajnodzinow, Head of CX monitoring, Bank Millennium

 Magdalena Suchanek, Dyrektor Departamentu Jakości, Bank Millennium

17:00

Zakończenie pierwszego dnia konferencji

Wtorek, 13 grudnia



VII Customer Experience Transformation

CX Governance, czyli jak organizujemy zarządzanie CX i budowanie kompetencji CX w organizacji. MODERATOR 2
DNIA KONFERENCJI Marta Łukawska-Daruk, Partner, CustomerMatters

09:00

Rejestracja uczestników

09:30

CET- INTRO

 *Marta Łukawska-Daruk, Partner, CustomerMatters*

 *Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner, CustomerMatters*

10:00

CASE STUDY #7 PZU

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

11:00

Przerwa kawowa

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

11:15

CASE STUDY #8 mLeasing

 *Paweł Bielski, Customer Experience Manager, mLeasing*

12:15

CASE STUDY #9 Znany Lekarz

 *Joanna Sobolewska, Global Head of Patients, DocPlanner*

13:15

Lunch

14:15

CASE STUDY #10 Echo Investment

 *Magdalena Teoderek, Ekspert w obszarze Customer Experience i badań satysfakcji klienta, Echo Investment*



15:15

CASE STUDY #11 x-kom

 *Daniel Śledź, CX Manager, x-kom*

16:15

Zakończenie drugiego dnia konferencji



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(11580)



PRELEGENCI



Paweł Bielski

Customer Experience Manager mLeasing

Projektuję produkty i usługi w mLeasingu. Od ponad 7 lat dbam o to, aby procesy były proste i zrozumiałe dla klienta, a dostarczane produkty czy usługi wprost odpowiadały na jego potrzeby, budując pozytywne doświadczenia. Dzięki bogatemu doświadczeniu staram się łączyć techniki kreatywne z potrzebami biznesu. Angażuję się w wiele inicjatyw, w ramach których zamieniam problemy na wyzwania i wspieram w poszukiwaniu skutecznych rozwiązań. Pomagam zespołom patrzeć na problem oczami klienta, wdrażać design thinking i wzmacniać kulturę innowacji. Jestem miłośnikiem design thinking i orędownikiem podejścia Human-centered Design i Customer Experience. Od 3 lat współpracuję z Fundacją KIDS. Klub Innowatorów Dziecięcych Szpitali. Wykorzystując swoją wiedzę i doświadczenie w ramach wolontariatu kompetencyjnego z gronem ekspertów poprawiamy doświadczenia małych pacjentów i personelu w szpitalach pediatrycznych w Polsce. Jestem jednym z autorów Raportu „Dziecięcy Szpital Przyszłości”, który stał się podstawą do stworzenia strategii Fundacji. Obecnie wraz z zespołem wypracowujemy rozwiązanie, które poprawi doświadczenia i ułatwi dzieciom i rodzicom adaptację w szpitalnej rzeczywistości.



Zuzanna Chodyra

Dyrektorka ds. Transformacji Doświadczeń Klienta, Bankowość Korporacyjna i Biznesowa Santander Bank Polska

26 lat doświadczeń zawodowych w dużych organizacjach (T-Mobile, Medicover, PLAY, Santander Bank Polska). Pełniła role menedżerskie w obszarach obsługi klienta, zarządzania jakością, zarządzania szkoleniami. Od 2012 roku specjalizuje się w zarządzaniu doświadczeniami klientów: była odpowiedzialna za stworzenie i rozwój strategicznego obszaru CEM w PLAY. Aktualnie w Santander Bank Polska, gdzie zajmuje się rozwojem podejścia Customer Experience w segmencie bankowości korporacyjnej. Członkini Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii (PTBRiO), prelegentka na konferencjach o tematyce Customer Experience.





Piotr Gajnodzinow

Head of CX monitoring Bank Millennium

Od ponad 15 lat związany z obszarem pogłębiania wiedzy o Kliencie i wykorzystywania jej w praktyce. Odpowiedzialny za działy badawcze w Getin Banku oraz Eurobanku. Obecnie odpowiedzialny za monitoring CX w Banku Millennium. Promotor angażowania biznesu w analizę potrzeb klienta, polegające na wchodzenie w 'jego buty' oraz service design thinking. Fan wykorzystywania niestandardowych rozwiązań w przekazywaniu wiedzy o kliencie. Certyfikowany Net Promoter Associate (Satmetrix). Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Prywatnie: pilot wycieczek, entuzjasta Ameryki Południowej, wielbiciel skandynawskich kryminałów.



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. Wraz z Zespołem CustomerMatters realizuje projekty z zakresu Customer Experience w firmach wielu branż, m.in.: ubezpieczeniowej, bankowej, telekomunikacyjnej, energetycznej, deweloperskiej czy handlu detalicznego. Doświadczony konsultant i trener w obszarze Customer-centricity, Employee i Customer Experience. Wcześniej związana z bankowością (1999-2014) w obszarach: sprzedaży oraz zarządzania wynagrodzeniami i benefitami. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej. Od 2015 roku prelegent na konferencjach poświęconych tematyce Customer Experience oraz wraz z Zespołem CustomerMatters także partner merytoryczny wydarzeń, m.in. CX Transformation (od 2016) organizowanego przez Puls Biznesu. Członek i współzałożyciel CX Influencers - platformy zrzeszającej profesjonalistów CX na polskim rynku.



Marta Kozicka-Trojan

Customer Knowledge Manager Ikea Retail

Marta Kozicka-Trojan, Absolwentka wydziału Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego oraz manager z ponad 12 letnim doświadczeniem w międzynarodowych organizacjach oraz pasjonatka obsługi klienta. Specjalizuje się w zarządzaniu projektami na rzecz budowania lepszych doświadczeń z oferowanych usług oraz zwiększania efektywności biznesowej. Obecnie pełni rolę Experience Designe Managera w Ikea Retail wspierając budowę omnichannelowej rzeczywistości słuchając potrzeb i głosu klientów.





Marta Łukawska-Daruk

Partner CustomerMatters

Ekspert customer experience. Jeden z pierwszych polskich Managerów Customer Experience. Założyciel 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 dokładnego diagnozowania Podróży Klienta (Customer Journey). Promotor „burzenia silosów funkcyjnych” w organizacjach i angażowania wszystkich funkcji do tworzenia wartości dla Klienta. Lubi dzielić się wiedzą podczas szkoleń i prelekcji, w szczególności uczyć „myślenia Klientem” i „dlaczego sprzedaż odbywa się w każdym punkcie styku”. Wraz z Zespołem CustomerMatters realizuje projekty z zakresu poprawy doświadczeń klientów (Customer Experience) w firmach wielu branż, m.in.: ubezpieczeniowej, bankowej, telekomunikacyjnej, energetycznej czy handlu detalicznego, zarówno w kanałach offline i online. Wcześniej związana z telekomunikacją i bankowością (1999-2012). Ukończyła wydział Marketingu i Zarządzania na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Od 2012 roku prelegent na konferencjach poświęconych tematyce Customer Experience oraz wraz z Zespołem CustomerMatters także partner merytoryczny wydarzeń, m.in. CX Transformation (od 2016) organizowanego przez Puls Biznesu. Członek i współzałożyciel CX Influencers - platformy zrzeszającej profesjonalistów CX na polskim rynku.



Beata Matusiak

Head of Customer Care Centre of Excellence Santander Bank Polska



Mirosław Mikłoś

Dyrektor Biura Zarządzania Doświadczeniami Klientów PZU

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





Małgorzata Otworowska-Kubiak

Head of Research w Centrum Kompetencyjnym Jakości Santander Bank Polska

Doświadczony badacz i menadżer w zakresie CX. Od kilku lat związana z Santander Bank Polska. Wcześniej kilkanaście lat Project Manager w renomowanej agencji badawczej. Obecnie prowadzi Zespół Badań w Centrum Kompetencyjnym Jakości, współpracuje z innymi jednostkami CX w banku, czuwa nad realizacją badań w banku. Odpowiada za współpracę w tym zakresie z Grupą Santander. Ponadto obecnie koordynuje prace związane z Polityką Zarządzania CX w banku.



Anna Partas

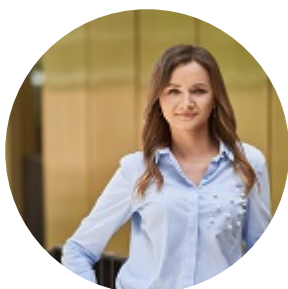
Dyrektor Operacyjny Skarbnica Narodowa

Od ponad 15 lat odpowiada za procesy logistyczne wspierające dostarczanie produktów kolekcjonerskich do klientów. Ma wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu projektami i wdrażaniu nowych rozwiązań systemowych. Zdobyte umiejętności wykorzystuje w działaniach ukierunkowanych na poprawę jakości procesów klienckich oraz polepszanie ich doświadczeń. Od 2019 roku koordynuje inicjatywy związane z badaniem NPS.



Joanna Sobolewska

Global Head of Patients DocPlanner



Magdalena Teodorek

Ekspert w obszarze Customer Experience i badań satysfakcji klienta Echo Investment

Od 15 lat działa aktywnie na rzecz satysfakcji i budowania pozytywnych doświadczeń klientów. W swojej karierze zawodowej związana z takimi markami jak Orange czy UPC. Obecnie, w Echo Investment, odpowiedzialna za realizację działań mających na celu budowanie kultury firmy zorientowanej na klienta. Opracowała i wdrożyła proces cyklicznych badań satysfakcji klientów NPS. Lider projektu "chatbot dla resi" polegającego na wdrożeniu najbardziej zaawansowanego technologicznie chatbota na rynku, który w 2021 r. otrzymał wyróżnienie w ramach Digital Excellence Awards. Pracując w UPC opracowała i wdrożyła standardy obsługi technicznej, które z powodzeniem zostały zaimplementowane we wszystkich krajach CEE tego operatora.





Magdalena Suchanek

Dyrektor Departamentu Jakości Bank Millennium

Kieruje zespołami monitorowania CX, badań i doskonalenia CX, zarządzania jakością obsługi sieci detalicznej oraz zespołem relacji z klientami i reklamacji. W pracy czerpie z wieloletnich doświadczeń w zarządzaniu doświadczeniami klientów, komunikacją zewnętrzną i wewnętrzną, marketingiem, CSR i HR w instytucjach finansowych (Bank Millennium, eurobank, Santander Consumer Bank, Polskie Towarzystwo Finansowe, AIG Bank Polska). Z wykształcenia ekonometryczka, z zamiłowania humanistka. W latach 1999-2000 dziennikarka Gazety Wyborczej. Absolwentka ekonometrii menedżerskiej wrocławskiego Uniwersytetu Ekonomicznego oraz programu Leadership and Business INSEAD Business School.



Daniel Śledź

CX Manager x-kom

Od 7 lat związany z x-komem – jednym z największych Polskich e-commerce, który sprzedaje elektronikę użytkową. Karierę zaczynał jako doradca klienta i specjalista w dziale supportu. Od 5 lat wspomaga realizację strategii Customer Experience całej grupy x-kom. Entuzjasta upraszczania procesów, filozofii Kaizen i szukania nieszablonowych rozwiązań. Miłośnik prostego języka.



Justyna Mościcka Wieczorek

Z-ca Dyrektora Departamentu NPS, Departament NPS, Pion Doświadczeń Pacjenta Lux Med



Ryszard Regucki

Dyrektor Regionalny Medallia, Europa Środkowo-Wschodnia

Od 2021 kieruje Polskim oddziałem Medallia realizującym programy transformacji w obszarze Customer oraz Employee Experience w regionie Europy Środkowej. Posiada ponad 15 letnie doświadczenie w obszarach związanych z wykorzystaniem nowych technologii w transformacji cyfrowej biznesu w ramach projektów realizowanych na rynkach Europy oraz Azji. Absolwent studiów MBA na Uniwersytecie im. Leona Koźmińskiego, prywatnie pasjonat kolarstwa i zapalony podróżnik.





Agata Rzeszółtko

Answer.com



Piotr Sadowski

Chief Evangelist Webankieta

Ojciec platform Webankieta.pl i Ankieta.pl. NPS2 Certified professional by Satmetrix. Wyznaje zasadę, że trzeba spytać aby poznać odpowiedzi. Przygodę z Internetem i badaniami rozpoczął w Gemiusie w 2008 roku. Od 2006 tworzy narzędzia do słuchania głosu klienta i pracownika, z którego korzystają największe banki, ubezpieczyciele, wydawcy a nawet Skarb Państwa. Publikuję i doradzam klientom w temacie realizacji internetowych badań satysfakcji klientów i pracowników. Inicjator, twórca i członek grupy CX Influencers, zrzeszających praktyków i ekspertów w dziedzinie Customer Experience w Polsce.



KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Aldona Mlonek

Project Manager

☎ 48223339830

✉ a.mlonek@pb.pl

Współpraca



Mateusz Stempak

Marketing Manager

☎ 48223339912

✉ m.stempak@pb.pl

Crowne Plaza Warsaw - The HUB

Rondo Daszyńskiego 2
Warszawa



Partner Merytoryczny



Formularz rejestracji: VII Customer Experience Transformation

Cena

VII Customer Experience Transformation

12 - 13 grudnia 2022, Warszawa

2595 zł netto od 2022-12-13 do 2022-12-13

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_wydarzen_platnych_18102022_pdf.pdf) wydarzenia i akceptuję jego treść.

☐

Chcę wiedzieć pierwszy i otrzymywać Newsletter Konferencji "PB" od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) na zasadach określonych w „Regulaminie serwisów internetowych Bonnier Business Polska”.

☐

Chcę być na bieżąco! Zgadzam się na otrzymywanie od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) e-maili z informacjami o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

☐

Chcę wiedzieć więcej! Zgadzam się, by dzwonił do mnie przedstawiciel wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) i informował mnie o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

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

Pieczętka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(11580)

Formularz rejestracji: VII 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



VII Customer Experience Transformation

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 000024847, 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 oszenia/udost pnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. 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 zyczn 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 wiadczenia 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
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 z 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 nie 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. Wszystkie 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 wietlanie, 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 jakiekolwiek 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 wi k 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.



VII Customer Experience Transformation

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 (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 licz b uczestników rejestrowanych przez osob dokonuj c rejestracji i uprawnion 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 niezb dne 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 niezb dnych 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 by 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.

