



Social Media Academy

4 lutego - 31 marca 2021 / Online

756 zł ~~995 zł~~ netto 24% TANIEJ do 14 stycznia (cena udziału online)

TYLKO DZIŚ 24% RABATU NA 24 URODZINY PULSU BIZNESU



CEL

Media społecznościowe to z jednej strony wizerunek, ale z drugiej efekt.

W mediach społecznościowych warto być, warto poznać najlepsze praktyki. I nie dlatego, że wszyscy tak robią. Tam są naprawdę pieniądze. I dzisiaj to nie wybór - ale konieczność.

Social Media Academy to cykl 5 spotkań przedstawiających **LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube a także Google Ads**. Każdy z naszych ekspertów opowie Ci o możliwościach, każdej z platform, tak aby praktyczna wiedza o nich wszystkich umożliwiła Ci stworzenie takiego kanału komunikacji dzięki któremu dotrzesz do kogo chcesz.

Zastanawiasz się, czego Ci brakuje, aby zostać Social Media Ninja?

Social Media Academy to jedno wydarzenie zapewniające kompleksową wiedzę o największych socialach, podczas którego:

- Dowiesz się, **jak pozyskiwać kontakty** z LinkedIna
- Zobaczysz, jakie są **najsukuteczniejsze formy publikacji treści**
- Dowiesz się, jak można **targetować reklamy** na LinkedInie
- Dowiesz się, kogo warto **śledzić w socialach**, zobaczysz firmy, którym wychodzi to najlepiej
- Dowiesz się jak ocenić skuteczność działań na YouTube? Jak **mierzyć efektywności influencer** marketingu
- YouTube to nie tylko śmieszne filmiki - poznasz **potencjał platformy YouTube**, by skutecznie potrafić go wykorzystać
- Uzyskasz odpowiedzi gdzie na **YouTube jest miejsce dla marek?**
- Otrzymasz gotową checklistę, jak **zwiększyć zasięgi postów**
- Dowiesz się, jak utworzyć **zgodny z prawem konkurs** na Facebooku
- Otrzymasz gotowy **scenariusz kryzysowy** na pierwsze 24 godziny destabilizacji
- Poznasz dobre praktyki i przykłady **zyskownych kampanii**
- Zdobędziesz wiedzę jak zrozumieć **dane i raporty**, jak wyciągnąć wnioski z **Goog**
- Dowiesz się jakie zmiany w kampanii i na stronach prowadzą do lepszych kampanii

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



- Zastanawiasz się jak skutecznie zaistnieć z Twoim produktem na Instagram?, poznasz **najlepsze przykłady skutecznych kampanii z Twórcami**

*Jeśli nie będziesz mógł uczestniczyć na żywo, prześlemy nagranie, które odtworzysz w dowolnym czasie.





PROGRAM

Czwartek, 4 lutego

Webinar I - Jak zwiększyć widoczność Twojej marki na LinkedIn - 4 lutego 2021

10:00

Większa widoczność i większy wpływ eksperta dzięki LinkedIn

 *Piotr Grządział, Partner Zarządzający, Magna Talenta*

LinkedIn jest dzisiaj jednym z najważniejszych miejsc w biznesie – zarówno pod kątem sprzedaży, rekrutacji jak i budowaniu wpływu na branżę. Dowiedz się jak zbudować silną markę osobistą eksperta po to, żeby ludzie chcieli robić z tobą biznes, zanim poznają cię osobiście.

- Dlaczego warto budować markę firmy i markę osobistą jako eksperta
- Jak pozyskać kontakty z LinkedIna
- Jak targetować reklamy na LinkedInie
- Jakie są najskuteczniejsze formy publikacji treści
- kogo warto śledzić, jakim firmom bycie na LinkedIn wychodzi najlepiej
- Najprostszy wzór na markę osobistą
- Siła multilokacji – czyli jak skutecznie działać na LinkedIn
- Social Selling Index – twój potencjał na LinkedIn i cztery kluczowe obszary

Webinar II - Budowanie marki na YouTube - najskuteczniejsze formy promocji - 25 lutego 2021

10:01

Budowanie marki na YouTube - najskuteczniejsze formy promocji

 *Dominika Kucner, PR Manager, LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset)*

Widoczność marki na YouTube nie ogranicza się tylko do współpracy z influencerami w ramach standardowego (i robionego przez wszystkich) lokowania produktu. Rozwijają się innowacyjne subformaty i sposoby współprac, które trzeba znać, by wzmocnić efektywność przekazu marki (w tym również by go uwiarygodnić oraz uatrakcyjnić).

- YouTube to nie tylko śmieszne filmiki - poznaj potencjał platformy YouTube, by skutecznie potrafić go wykorzystać
- Gdzie na YouTube jest miejsce dla marek? Omówienie konkretnych możliwości, jakie daje platforma
- Kim jest influencer i czym jest influencer marketing - najskuteczniejsze formy pr z przeprowadzonych kampanii,
- Czym jest kanał marki i jak stworzyć tematyczną telewizję, którą konsumenci og
- Jak ocenić skuteczność działań na YouTube? Mierzenie efektywności influencer marketingu.

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



Webinar III - Jak budować markę osobistą i markę firmy za pomocą Facebooka - 11 marca 2021

10:02

Profil na Facebooku jako narzędzie do budowania marki brandu oraz marki osobistej

 Sylwia Walkowicz, General Director, Agencja Reklamowa Brandbay.pl

Niewielkie zaangażowanie fanów, spadające zasięgi i coraz większe budżety reklamowe, które nie przynoszą zwrotu z inwestycji, to problemy, z którymi prawdopodobnie się borykasz. Mamy dla Ciebie praktyczny webinar, które pomoże Ci lepiej zarządzać marką twojej firmy na Facebooku.

1. Profil na Facebooku

- Dowiesz się, jak działa machine learning
- Poznasz dobre praktyki w tworzeniu angażujących postów
- Otrzymasz gotową checklistę, jak zwiększyć zasięgi postów
- Poznasz techniki moderacji zwiększające liczbę komentarzy
- Dowiesz się, jak zwiększyć liczbę fanów na twoim profilu
- Poznasz przyczyny, co może szkodzić twoim zasięgom

2. Grupy na Facebooku

- Poznasz sprawdzone pomysły na grupy na różnym etapie lejka sprzedażowego
- Nauczysz się tworzyć regulamin grupy i egzekwować jego przestrzeganie
- Dowiesz się jak moderować i aktywizować członków grupy
- Nauczysz się mierzyć rozwój swojej grupy za pomocą modelu 5 poziomów
- Poznasz płatne i bezpłatne metody promocji grupy
- Otrzymasz listę najciekawszych grup, którymi warto się inspirować

3. Wydarzenia

- Dowiesz się jak walczyć z niskimi zasięgami postów na wydarzeniu
- Nauczysz się tworzyć wydarzenia na każdym etapie lejka sprzedażowego
- Poznasz płatne i bezpłatne sposoby na promocję wydarzenia

4. Facebook Live

- Nauczysz się przeprowadzać angażującą transmisję live krok po kroku
- Poznasz metody, jak aktywizować odbiorców w trakcie live
- Otrzymasz przykładowy scenariusz transmisji na żywo wraz z wytycznymi technicznymi

5. Konkursy

- Dowiesz się, jak utworzyć zgodny z prawem konkurs na Facebooku
- Poznasz sprawdzony przepis na idealne zadanie konkursowe
- Otrzymasz gotową listę nielegalnych praktyk konkursowych
- Dowiesz się, jakie są twoje obowiązki w zakresie przetwarzania danych osobowych
- Otrzymasz gotowy wzór regulaminu konkursu na Facebooku

6. Zarządzanie kryzysowe



- Poznasz najczęstsze przyczyny kryzysów na Facebooku
- Nauczysz się korzystać z narzędzi do monitorowania marki w sieci (Brand24)
- Dowiesz, jak radzić sobie z negatywnymi komentarzami
- Otrzymasz gotowy scenariusz kryzysowy na pierwsze 24 godziny destabilizacji

7. Marka przedsiębiorstwa a marka osobista

- Poznasz najważniejsze zasady, jak budować swój personal brand na Facebooku
- Dowiesz się, jakie są najczęstsze błędy w budowaniu marki osobistej i jak mogą wpłynąć one na twoją firmę

Webinar IV - Jak skutecznie zaistnieć z Twoim produktem na Instagram. Najlepsze przykłady skutecznych kampanii z Twórcami - 25 marca 2021

10:03

Jak realizować cele biznesowe przy użyciu technik influencer marketingu i customer advocacy

 Karina Hertel, Dyrektor zarządzający, BrandLift Customer Advocacy

Pozornie odbierane jak rozrywka są w praktyce jednym z bardziej sprzedażowych kanałów do komunikacji marek. Jeśli Twoja usługa lub produkt chcą się stać elementem lifestyle'u i na dobre wpisać się w życie konsumentów – pokaż to na Instagramie czy na TikToku.

- Czy to w ogóle działa? Helicopter view na branżę
- Jak określić cele biznesowe?
- Działania In house czy usługa zewnętrzna? A jeśli zewnętrzna to jak wybrać dostawcę?
- Najważniejsze elementy strategii
- Dobór kanału komunikacji w mix media
- Kampania na ruchu organicznym czy kampanie płatne?
- KPI kampanii _ nie oceniaj smaku cukierka po papierku
- Nie wszyscy do wszystkiego czyli casting twórców
- Najważniejszą cechą influencerów jest ...ich „influence”
- Przebieg kampanii od A do Z
- Prawa autorskie _ co mogę z tym dalej zrobić?
- Brand Safety _ czyli programy dla tych firm, które boją się bezpośredniej konfrontacji z konsumentem
- Raport post buy _ czas podsumowań biznesowych
- Analiza sentymentu komentarzy_ nauka to potęgi klucz
- Nie bój się, twój brand nabiera wartości w użyciu! Eksperymentuj

Webinar V - Narzędzia Google - jak za pomocą Google Ads zwiększać świadomość marki oraz za pomocą Google Analytics mierzyć efekty działań - 31 marca 2021

10:04

Narzędzia Google - jak za pomocą Google Ads zwiększać świadomość marki oraz za pomocą Google Analytics mierzyć efekty działań

 Krzysztof Marzec, CEO, DevaGroup



Google Ads to jeden z najskuteczniejszych systemów reklamowych, który przeszedł ogromną ewolucję w ostatnich latach. Od zmiany sposobu kierowania reklamy - z miejsc i słów kluczowych na konkretne grupy użytkowników po nowe funkcje odpowiadające na zmieniający się Internet. Google Analytics to najpopularniejszy system analityki cyfrowej dostępny w sieci. Nowa, czwarta odsłona, to jeszcze lepsze sposoby na analizę danych i wyciąganie wniosków.

- Możliwości systemu Google Ads
- Skalowalne i sprawdzone dobre praktyki działania
- Największe pułapki systemu
- Konkretny przykłady strategii oraz pracy z interfejsem
- Jak wyciągać wnioski z Google Analytics
- Jak lepiej zrozumieć dane i raporty
- Jakie zmiany w kampanii i na stronach prowadzą do lepszych kampanii





PRELEGENCI



Piotr Grządziel

Partner Zarządzający Magna Talenta

Wprowadza innowacyjne rozwiązania dla liderów oparte o personal branding, employer branding i social selling. Od 15 lat skutecznie łączy marketing, komunikację i sprzedaż, realizując projekty dla różnych branż. Twórca metody Top Personal Branding, na bazie której pracuje z liderami w biznesie, pomagając im zbudować silne, wyróżniające się i skuteczne marki osobiste. Jeden z kluczowych influencerów na LinkedIn, mówca na TEDx oraz konferencjach marketingowych, sprzedażowych, IT w Polsce i za granicą.



Karina Hertel

Dyrektor zarządzający BrandLift Customer Advocacy

Świat digital nie ma przede mną tajemnic. Jestem menedżerem z 15 letnim doświadczeniem w różnych obszarach związanych z mediami cyfrowymi w szczególności z kategorią influencer marketingu. Mam dużą skuteczność w przewidywaniu potencjalnych potrzeb rynkowych i prognozowaniu pojawiających się trendów globalnych i krajowych. Bardzo dobrze czuję się w wyszukiwaniu i rozwijaniu talentów. Jestem współzałożycielką i dyrektorem zarządzającym BrandLift. Agencja specjalizująca się w budowaniu relacji pomiędzy markami i ich klientami. Skutecznie łączymy twórców z biznesem w ramach kampanii z nano, mikro-influencerami oraz największymi twórcami. Stworzyliśmy autorską platformę technologiczną zapewniającą m.in. nadzór nad realizacją kampanii w czasie rzeczywistym. W codziennej pracy wykorzystujemy narzędzia do weryfikacji influencerów pod kątem jakości i optymalizacji zasięgów, aby efekty kampanii przynosiły maksimum korzyści naszym klientom. Współpracujemy z największymi markami takimi jak Beiersdorf, Avon, Rossmann, Żabka, BP, Polkomtel, Bausch&Lomb, Warta i inni.



Dominika Kucner

PR Manager LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset)

PR Manager w grupie LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset), która jest liderem rynku influencer marketingu w Polsce. Pisze, rozmawia i zawodowo pogłębia wiedzę na temat marketingu na YouTube. Wcześniej związana z komunikacją w obszarach takich jak kultura i sztuka. Wierzy, że siła influencer marketingu tkwi w autentyczności przekazu i nieograniczonej kreatywności twórców.





Krzysztof Marzec

CEO DevaGroup

CEO w DevaGroup, agencji z tytułem Partner Google Premier i Google Rising Star. Trener SEO, Google Ads & Analytics, szkolił najlepsze agencje i domy mediowe bezpośrednio dla Google. Autor dwóch książek, ponad setki artykułów i wysoko ocenianych kursów on-line. Wykładowca m.in. Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Wyższej Szkoły Europejskiej im. Józefa Tischnera. Gościł na scenie kilkudziesięciu konferencji, zdobywając wysokie miejsca i nagrody publiczności. Pomysłodawca i organizator semKRK skupiającego nawet 500 uczestników barcampu branży SEM. Pracował dla takich marek, jak: Allegro.pl, Neo24, Shoper.pl, Conrad.pl, Interia.pl, Grupa RMF czy Wydawnictwo Bauer.



Sylwia Walkowicz

General Director Agencja Reklamowa Brandbay.pl

Wykładowca i szkoleniowiec. Z marketingiem związana prawie od dekady. Doświadczenie zdobywała w jednej z największych spółek medialnych w Polsce oraz w wiodących agencjach marketingowych. Na co dzień odpowiada za wizerunek agencji oraz realizuje projekty z zakresu nowych mediów dla jej kluczowych klientów. Łączy kreatywność, technologię oraz strategię, by tworzyć komunikację, która zacieka i zaangażuje odbiorców.



KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Renata Grzeszczak

Project Manager - Team Leader

☎ 48223339824

✉ r.grzeszczak@pb.pl

Współpraca



Mateusz Stempak

Marketing Manager

☎ 48223339912

✉ m.stempak@pb.pl

Szczegółowa lokalizacja wkrótce

Online

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



Formularz rejestracji: Social Media Academy

Cena

Social Media Academy

4 lutego - 31 marca 2021, Online

995 zł netto od 2021-02-06 do 2021-02-06

Kod promocyjny

Osoba zgłaszająca

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

Dane do faktury

firma

osoba fizyczna

Państwo

NIP

Nazwa/Imię i nazwisko

Miejscowość

Ulica i numer

Kod pocztowy

Akceptuję regulamin konferencji.

Wyrażam zgodę na otrzymywanie od Bonnier Business (Polska) informacji handlowych drogą elektroniczną dotyczących: produktów i usług tej spółki

Wyrażam zgodę na inicjowanie przez Bonnier Business (Polska) połączeń telefonicznych w celu marketingu bezpośredniego: produktów i usług tej spółki

Chcę otrzymywać newsletter Konferencje "PB"

Administratorem Pani/a danych osobowych będzie Bonnier Business (Polska) Sp. z o. o. (dalej: my). Adres: ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa. Administratorem Pani/a danych osobowych będzie Bonnier Business (Polska) Sp. z o. o. (dalej: my). Adres: ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa. Nasz telefon kontaktowy to: +48 22 333 99 99. Nasz adres e-mail to: rodo@bonnier.pl. W naszej spółce mamy powołanego Inspektora Ochrony Danych, adres korespondencyjny: ul. Ludwika Narbutta 22 lok. 23, 02-541 Warszawa, e-mail: iod@bonnier.pl. Będziemy przetwarzać Pani/a dane osobowe 1) na potrzeby realizacji i wzięcia udziału w Konferencji, 2) by dokonywać rozliczeń z niej wynikających, 3) prowadzić nasze działania marketingowe i kampanie reklamowe naszych produktów lub usług. Podstawą prawną przetwarzania będzie: 1) umowa, którą zawrzemy z Panią/em, 2) art. 106e ust. 1 ustawy o podatku od towarów i usług, 3) zgody marketingowe, które ewentualnie Pani/Pan zaznaczy, oraz 4) nasz „prawnie uzasadniony interes”, który mamy w tym by przedstawiać Pani/ą, jako naszemu klientowi, inne nasze oferty. Jeśli to będzie konieczne byśmy mogli wykonywać nasze usługi, Pani/a dane osobowe będą mogły być przekazywane następującym grupom osób: 1) naszym pracownikom lub współpracownikom na podstawie odrębnego upoważnienia, 2) podmiotom, którym zlecimy wykonywanie czynności przetwarzania danych, 3) innym odbiorcom np. kurierom, spółkom z naszej grupy kapitałowej, urzędów skarbowym. Pani/a dane osobowe będą przetwarzane przez czas trwania umowy, chyba że na podstawie obowiązujących przepisów konieczne to będzie po zakończeniu umowy. Ma Pani/Pan prawo do: 1) żądania dostępu do treści danych osobowych, 2) ich sprostowania, 3) usunięcia, 4) ograniczenia przetwarzania, 5) przenoszenia danych, 6) wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania oraz 7) cofnięcia zgody (w przypadku jej wcześniejszego wyrażenia) w dowolnym momencie, a także 8) wniesienia skargi do organu nadzorczego („Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych”). Podanie danych osobowych warunkuje zawarcie z nami umowy. Jest dobrowolne, ale ich niepodanie wykluczy możliwość jej zawarcia. Pani/Pana dane osobowe mogą być przetwarzane w sposób zautomatyzowany, w tym również w formie profilowania. Zautomatyzowane podejmowanie decyzji będzie się odbywało przy wykorzystaniu adekwatnych, statystycznych procedur. Celem takiego przetwarzania będzie wyłącznie optymalizacja kierowanej do Pani/Pana oferty naszych produktów lub usług.

Pieczętka i podpis

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(1708)

Formularz rejestracji: Social Media Academy

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 webinarach płatnych organizowanych przez Bonnier Business Polska Sp. z o.o.

1. Organizatorem webinarów płatnych („**Wydarzenia**”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („**Organizator**”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („**Cena**”) określane są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („**Strona Wydarzenia**”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje oraz materiały szkoleniowe. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie.
3. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
4. Przesłanie do Organizatora pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego („**Zgłoszenie**”) jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest świadczenie przez Organizatora usługi szkoleniowej. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
5. Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
6. Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
7. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równowartość 20% Ceny. 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. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
11. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 4 powyżej nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
12. 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.
13. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie osoby prowadzącej, jak również do odwołania Wydarzenia.
14. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub –za zgodą podmiotu zgłaszającego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
15. 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.
16. Wszystkie materiały przekazane uczestnikowi w związku z Wydarzeniem („**Materiały**”) stanowią własność Organizatora (lub podmiotów współpracujących z Organizatorem) i w związku z tym przeznaczone są wyłącznie do użytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
17. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, użyczanie, wyświetlanie, publiczne udostępnianie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
18. 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.
19. 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.
20. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
 - 20.1.1 dostęp do Internetu,
 - 20.1.2 urządzenie końcowe,
 - 20.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
1. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, podmiot zgłaszający zobowiązany jest do przekazania informacji o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(1708)

2. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:

22.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,

22.1.1 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,

22.1.2 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,

22.1.3 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,

22.1.4 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia

22.1.5 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,

22.1.6 innymi okoliczności uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.

1. Administratorem danych osobowych jest Organizator. Szczegółowe dane Organizatora: Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o., ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa, e-mail: rodo@bonnier.pl. Organizator posiada powołanego Inspektora Ochrony Danych, adres korespondencyjny jak u administratora z dopiskiem IOD, e-mail: iod@bonnier.pl. Dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust 1 lit. b), c) i f) Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO), na potrzeby realizacji Wydarzenia.
2. Dane przetwarzane będą w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu, dokonania niezbędnych rozliczeń, archiwizacji, rozpatrzenia reklamacji w przypadku jej złożenia, bądź ewentualnego dochodzenia roszczeń, jak też marketingu bezpośredniego własnych produktów lub usług prowadzonego w formie tradycyjnej, co nie wymaga zgody.
3. Za odrębnymi wyrażeniami zgodami dane osobowe mogą być przetwarzane w celach z nich wynikających. Jeśli to będzie konieczne do należytej realizacji Wydarzenia, dane osobowe uczestników Wydarzenia będą mogły być przekazywane następującym grupom osób: 1) pracownikom lub współpracownikom Organizatora na podstawie odrębnego upoważnienia, 2) podmiotom, którym Organizator zleci wykonywanie czynności przetwarzania danych, 3) innym odbiorcom np. kurierom, spółkom z grupy kapitałowej Organizatora, urzędem skarbowym. Dane osobowe uczestników Wydarzenia przetwarzane będą do zakończenia Wydarzenia, w celach marketingowych -do momentu cofnięcia zgody, dla celów rozliczeniowych -zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Dane osobowe mogą być przetwarzane w sposób zautomatyzowany, w tym również w formie profilowania. Zautomatyzowane podejmowanie decyzji będzie się odbywało przy wykorzystaniu adekwatnych, statystycznych procedur. Celem takiego przetwarzania będzie wyłącznie optymalizacja kierowanej oferty produktów i usług Organizatora.
4. Uczestnik Wydarzenia posiada prawo dostępu do treści swoich danych i ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych, prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania oraz prawo do cofnięcia zgody (w przypadku jej wyrażenia) w dowolnym momencie bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania. Podanie danych w zakresie wskazanym w trakcie procedury rejestracji na Wydarzenie jest dobrowolne, ale niezbędne w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu.
5. Organizator zastrzega, że w trakcie dokonywania Zgłoszenia osoba zgłaszająca może zostać poproszona o wyrażenie odrębnych zgód na przetwarzanie danych osobowych w celach marketingowych własnych produktów lub usług Organizatora (w formie komunikacji elektronicznej lub telefonicznej), jak również o wyrażenie zgody na udostępnienie danych osobowych zaufanym partnerom Organizatora, z którymi Organizator współpracuje, w celach marketingowych dotyczących produktów lub usług tych partnerów (w formie komunikacji elektronicznej lub telefonicznej). Powyższa zgoda obejmować będzie wyłącznie partnerów Organizatora współpracujących z Organizatorem w zakresie danego Wydarzenia, z którymi Organizator do dnia rozpoczęcia Wydarzenia zawarł umowę o powierzeniu przetwarzania danych osobowych. Lista partnerów, których dotyczy ewentualna zgoda na przetwarzanie danych osobowych zamieszczona jest i aktualizowana do dnia rozpoczęcia Wydarzenia na Stronie Wydarzenia. Na żądanie osoby, która wyrazi zgodę, o której mowa powyżej, Organizator przekaze pisemną informację wskazującą zaufanych partnerów których dotyczy wyrażona zgoda.
6. W przypadku udzielenia zgody, osobie której dane dotyczą przysługuje prawo do jej cofnięcia w każdym czasie. O wycofaniu udzielonej zgody osoba której dane dotyczą, informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl. W przypadku gdy udzielona zgoda wycofywana jest po dacie zakończenia Wydarzenia, osoba której dane dotyczą wskazuje Wydarzenie przy okazji którego zgoda (zgody) zostały udzielone. Powyższe umożliwi Organizatorowi podjęcie czynności zgodnie z zakresem żądania.
7. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraziła zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych.
8. 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.

