

Digital marketing

24 lutego 2021 / online

995 zł netto do 24 lutego (cena udziału online)

OFERTA SPECJALNA DLA GAZEL I E-GAZEL BIZNESU



KONFERENCJA JEST OBJĘTA PROGRAMEM RECERTYFIKACJI DIMAQ

UCZESTNIK BIORĄCY UDZIAŁ W PROGRAMIE OTRZYMA 20 PUNKTÓW, PRELEGENT 40 PUNKTÓW

OFERTA SPECJALNA DLA GAZEL I E-GAZEL BIZNESU!

ZADZWOŃ LUB NAPISZ:

Wojciech Winiarski

w.winiarski@pb.pl

600 013 701

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



Mamy przyjemność zaprosić Cię do udziału w **4. edycji konferencji Digital marketing**. Motywem przewodnim aktualnej edycji będzie **wykorzystanie sprzyjającej koniunktury dla digitala**, by rozwinąć swój biznes i szukać nowych, angażujących klienta pomysłów. Zachęcamy Cię byś poznał sprawdzone sposoby na skuteczne działania w digitalu. Trudny czas pandemii w dużym stopniu przeniósł działania do sieci, jednakże wygrywają Ci, którzy potrafią nieszablonowo promować swoje produkty czy usługi.

Udział pozwoli Ci:

- poznać nowe trendy i uzyskać konkretną podpowiedź jak je zastosować
- zobaczyć co proponują inni
- spojrzeć obiektywnie na własne procesy
- zyskać inspirację
- upewnić się, że Twoje działania są skuteczne
- zweryfikować własne strategie
- zadać pytania i uzyskać odpowiedź
- pozyskać pomysły i świeże spojrzenie

W ramach konferencji opowiemy Ci m.in.:

- o nowych trendach
- ciekawych case-ach
- miarodajnej współpracy z influencerami
- jak strategicznie wykorzystać społeczności
- jak budować pozytywne doświadczenia klienta w digitalu
- o świecie poza Facebookiem i Instagramem
- o LiveCommerce
- spersonalizowanych treściach
- komunikacji marki w social mediach
- robotyzacji i automatyzacji w marketingu

Do udziału zapraszamy przede wszystkim reprezentantów działów marketingu, digital marketingu, ekspertów ds. social mediów czy ecommerce oraz wszystkie osoby, które chcą poznać konkrety wzmacniające ich pozycję w digitalu.

Będzie nie tylko inspirująco, ale też bardzo praktycznie, nie tylko pokażemy "drogę", ale i sposób jej przejścia.

Zapraszamy Cię do udziału, bądź z nami 24 lutego !





PROGRAM

Środa, 24 lutego

08:55 - 09:00

Przywitanie uczestników

 Ewelina Stęplewska, Kierownik Projektu, Puls Biznesu

09:00 - 09:30

Trendy w digital marketingu 2021

 Karolina Liberka, strategka w Garden of Words Group

- Wpływ pandemii na zachowania w digitalu
- Na jakie rozwiązania warto postawić
- Powracają zapomniane grupy docelowej
- Jak to robią inni
- Co nowego czeka nas w digitalu

09:30 - 10:00

Covid szansą dla digital marketingu ?

 Mike Korba, Chief Commercial Officer - Co-founder w User.com

- Co zmienił covid, a co warto kontynuować
- Pozytywne wnioski z szybkiej transformacji w stronę ecommerce
- Jak nie stracić dobrej koniunktury w digitalu
- Wskazówki na przyszłość , dobre praktyki

10:00 - 10:30

Profesjonalny influencer marketing - jak mierzyć jego efektywność

 Karol Gązwa znany szerszej publiczności jako Blowek

 Marcin Pyć, Head of content strategy & analytics w grupie LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset)

- Standaryzacja świadczeń, czyli dlaczego influencer marketing to nie lokowanie produktu
- Operacjonalizacja zmiennych, co i jak zmierzyć (dobór KPI i narzędzi do celu)
- Case studies - wnioski z realizacji kampanii również w czasie pandemii
- Q&A z Influencerem

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



10:30 - 11:00

Jak strategicznie wykorzystać społeczności?

 *Martyna Tarnawska, Service Design & Digital Marketing Lead, Socjomania*

 *Anna Żurek-Lisowska, Digital Marketing Lead, Socjomania*

- Przedstawienie możliwych celów, jakie realizują społeczności za pomocą konkretnych przykładów społeczności (teambuilding, wymiana wiedzy i doświadczeń, sprzedaż, budowa sieci ambasadorów)
- Fundamenty, czyli jak wypracować cel dla społeczności zgodny z potrzebami organizacji
- Community canvas, jako framework, który pozwoli zadbać o prawidłowy rozwój społeczności i osiągnięcie wyznaczonego celu

11:00 - 11:10

Przerwa

11:10 - 11:50

Robotyzacja i automatyzacja w digital marketingu

 *Łucja Gdala, VP/Director Marketing Cloud w Centraals Europe SA*

- Dlaczego ponad 50% komunikacji online w polskim internecie obsługują roboty?
- Efektywność dzięki personalizacji – „walka o dane” – dopasowanie „w locie” komunikacji i kontentu do potrzeb konsumenta
- Adaptive Intelligence – automatyczny wybór kanału komunikacji i czasu dostarczenia komunikatu
- Najczęstsze przypadki realnego wykorzystania sztucznej inteligencji w digital marketingu m.in.:

- algorytmy samouczące w ecommerce

- „halo, czy rozmawiam z człowiekiem?”

- fintech - automatyczny scoring klienta

- Praktyczne przykłady wykorzystania narzędzi do zarządzania wiedzą o użytkownikach anonimowych i zidentyfikowanych
- Przypadek użycia: automatyzacja na poszczególnych etapach ścieżki online klienta na przykładzie branży FMCG z udziałem aplikacji mobilnej i danych retailera
- Non Human Traffic – czarne oblicze robotyzacji

11:50 - 12:20

Komunikacja marki w mediach społecznościowych

 *Edyta Sierostawska, Head of Social Media w Sigma Bis SA GK Orlen*

- Jak podjąć decyzję, w jakich mediach społecznościowych warto być obecnym i jakie treści tam publikować
- Jak wyznaczać cele obecności w social mediach i dlaczego nie warto się skupiać
- Zasięgi organiczne - mit czy prawda?
- Jak planować budżet na kreację i na reklamy w social mediach
- Social media jako źródło zasięgu kampanii



12:20 - 13:00

Społeczności zapomniane - czyli o świecie poza Facebookiem i Instagramem

 Agata Patoła, Social Media Team Leader, Feeders Agency

- Pinterest, Spotify, Twitch, Discord, Watsapp

13:00 - 13:30

Przerwa

13:30 - 14:00

LiveCommerce - nowa rzeczywistość Marketera

 Krzysztof Nowicki, Współzałożyciel Live.Market

- Jak sprzedać 500 sztuk w godzinę w Polsce?
- Dlaczego Loreal sprzedał więcej w godzinę livestreamingu niż przez miesiąc w sklepach?
- USA vs Chiny - co GAFA teraz naśladowuje?
- Influencer marketing a atrybucja w czasie rzeczywistym
- Azjatyccy liderzy opinii a polska rzeczywistość

14:00 - 14:40

Customer Experience w digital marketingu

 Katarzyna Czuchaj-Łagód, Współzałożycielka i Dyrektorka Zarządzająca firmy badawczej Mobile Institute


- Czego oczekują cyfrowi klienci od digital marketingu (komunikacja, oferty, promocje)
- Jak budować pozytywne doświadczenia klienta w kanale cyfrowym (wskazówki od samych klientów, trendy, cases)
- Czasy kryzysowe, a customer experience (co zmieniła pandemia jeśli chodzi o nawyki zakupowe i oczekiwania)
- Specyfika badania doświadczeń klienta w digitalu (stałe monitorowanie satysfakcji, dialog online, wskaźniki)

14:40 - 14:50

Przerwa

14:50 - 15:20

Spersonalizowane strony internetowe, spersonalizowane treści

 Paweł Stachula, Digital Marketing Expert, Nationale-Nederlanden Polska

- Czy każdy powinien mieć spersonalizowaną stronę internetową?
- Personalizacja, a wyniki sprzedażowe
- Praktyczne przykłady i narzędzia do personalizacji



15:20 - 16:00

Redukcja kosztów działań marketingowych w digitalu

 Anna Ledwoń, Co-founder & Creative Director w agencji More Bananas

- Na czym warto, a na czym nie warto oszczędzać w digital marketingu
- Czy zawsze trzeba dużo zainwestować by wiele zarobić
- Jak nie przesadzić z wydatkami w digitalu

16:00

Zakończenie konferencji





PRELEGENCI



Katarzyna Czuchaj-Łagód

Współzałożycielka i Dyrektorka Zarządzająca firmy badawczej Mobile Institute

Ekspert i członek Rady Izby Gospodarki Elektronicznej i doradca strategiczny w marek obszarze badań, e-commerce i reorganizacji procesów zgodnie z podejściem customer-centric. Autorka i współautorka wielu publikacji o zachowaniach zakupowych konsumentów w Polsce i ważnych społecznie trendach, m.in. „Omni-commerce. Kupuję wygodnie”, „Sklepy przyszłości”, „Smart Living”, „Slow life”, „Customer Listening”, „Green Generation”, „Siła Kobiet”. Długoletni dyrektor działów Marketingu, Rozwoju i Badań, m.in. w firmach grupy European Directories. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej i certyfikowany marketer Chartered Institute of Marketing.



Łucja Gdala

VP/Director Marketing Cloud w Centraals Europe SA

Ekspert marketingu internetowego i e-commerce'u, wykładowca studiów podyplomowych na Akademii Leona Koźmińskiego na 3 kierunkach: Cyfrowa Transformacja, Marketing Internetowy, Handel Elektroniczny. Od ponad 20 lat wspiera marketerów w obszarach strategii digitalowych, doboru kanałów komunikacji i narzędzi cyfrowych, rozwoju sprzedaży online i technologii marketingowych. Pełniąc wcześniej czołowe funkcje w domach mediowych wyspecjalizowanych w działaniach cyfrowych odpowiadała za przygotowanie i realizację setek kampanii internetowych dla wielu czołowych marek m. in.: Tesco, Link4, Getin Bank, Pizza Hut, Leroy Merlin, Tchibo Direct, Tymbark, Kubuś, Mitsubishi, Credit Agricole EFL i wielu innych. Obecnie pomaga firmom w doborze i wdrażaniu technologii MarTech (DMP - Data Management Platform, marketing automation, personalizacja, optymalizacja konwersji) m. in. dla: InPost, Aldi, DUKA, CCC/E-obuwie, 4F, Porównneo.pl.

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77





Mike Korba

Chief Commercial Officer - Co-founder w User.com

Od prawie 4 lat wdraża technologie marketing automation dla klientów User.com (wcześniej UserEngage) na całym świecie. W branży marketingowej pracuje od ponad 17 lat. Zna perspektywę pracy w agencji reklamowej (7 lat jako szef działu digital) oraz specyfikę pracy w dziale marketingu (specjalistą ds. marketingu był już wtedy, gdy głównym medium społecznościowym w Polsce była Nasza Klasa, a reklama w internecie ograniczała się do banerów wielkości 750x100 pikseli). Przedsiębiorca internetowy, rozumie, co to znaczy „robić marketing przy ograniczonych zasobach”. Sam nie przepada za tym określeniem, ale gdy ktoś szuka „growth hackera” na Facebooku, to właśnie on często jest oznaczany w komentarzach.



Anna Ledwoń

Co-founder & Creative Director w agencji More Bananas

Co-founder i główny organizator CRASH Mondays. Autorka w takich magazynach jak Event Management Polska, Social Media Manager, NowyMarketing, Marketer+, Nowa Sprzedaż czy Social Press. Szkoleniowiec - głównie w zakresie mediów społecznościowych i customer experience. Były trener w agencji Socjomania, gdzie szkoliła z mediów społecznościowych. Współautorka kilku kursów e-learningowych: Posiada międzynarodowy certyfikat DIMAQ PROFESSIONAL potwierdzający wiedzę i doświadczenie z zakresu digital marketingu. Wykładowca studiów podyplomowych na Akademii Górniczo - Hutniczej czy Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu. Pracowała z takimi klientami, jak: Eurobank, Pandora, Akamai, Venezia, Capgemini, Prima Moda, InPost, Pracuj.pl czy Lufthansa Global Services. Ukończyła studia podyplomowe z zakresu Technologii informacyjnych w marketingu na Wyższa Szkoła Europejska oraz studia magisterskie z zakresu zarządzania i marketingu na Akademia Górniczo-Hutnicza im. S. Staszica w Krakowie. Zafascynowana człowiekiem i jego emocjami. Zgłębia temat customer experience oraz nowych mediów.



Karolina Liberka

strategica w Garden of Words Group

Posiada kilkanaście lat doświadczenia w kreowaniu marek, strategii i kampanii reklamowych, pracowała z takimi klientami jak: Bakoma, Wizzair, Tarczyński, Biedronka, Elextrolux, Mieszko, Play. Ukończyła The Chartered Institute of Marketing. Regularna mentorka na warsztatach startupowych, na których zajmuje się tematyka marketingu i komunikacji. Prelegentka m.in. na konferencji TEDx. Wykładowczyni strategii na studiach MBA na WSB. Entuzjastka pokolenia silver tsunami, strategii kulturowych i psychologii behawioralnej.





Krzysztof Nowicki

Współzałożyciel Live.Market

Dotychczas odpowiedzialny za komercjalizację rozwiązań MarTech takich firm jak: Exponea, IgnitionOne, SARE, Synerise. Od 10 lat pasjonuje go online marketing, dzięki solidnym początkom kariery w strukturach domu mediowego grupy K2 Internet. Specjalizuje się w rozwoju biznesu poprzez wykorzystanie danych i technologii typu SaaS. Doświadczony w projektach dot. omnichannel, innowacji i transformacji cyfrowej dla największych marek konsumenckich. Prywatnie zafascynowany kulturą Azji Środkowo-Wschodniej.



Agata Patoła

Social Media Team Leader, Feeders Agency

Ogarnia social media w Feeders Agency. Tworzy strategie komunikacji, kampanie reklamowe oraz prowadzi działania contentowe w oparciu o Facebooka, Instagrama, TikToka, Twittera, czy Spotify. Prowadzi szkolenia dedykowane dla firm oraz warsztaty i prelekcje na temat social mediów, digital marketingu i User Experience.



Marcin Pyć

Head of content strategy & analytics w grupie LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset)

Wiedzę i doświadczenie zdobywał współpracując zarówno z markami, tworząc dla nich strategie rozwoju w przestrzeni YouTube, jak również z twórcami rozwijając ich kanały pod kątem optymalizacji oraz samej treści. Wierzy w to, że oba światy: marek i twórców mogą przekazywać odbiorcom to co najważniejsze w kontekście tworzenia: „wartość”.



Edyta Sierosławska

Head of Social Media w Sigma Bis SA GK Orlen

marketerka z ośmioletnim doświadczeniem w mediach społecznościowych i marketingu internetowym. Absolwentka Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, filologii angielskiej na Uniwersytecie w Białymstoku oraz studiów podyplomowych z zakresu zarządzania i marketingu w Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Pracowała zarówno dla dużych międzynarodowych marek, jak i zupełnie nowych niszowych firm na polskim rynku. Współtwórczyni sukcesu marki Ekocuda w social media. Zdecydowanie praktyk.





Paweł Stachula

Digital Marketing Expert, Nationale-Nederlanden Polska

Ekspert z 10 letnim doświadczeniem. Od początku związany z wymagającą branżą finansową i ubezpieczeniową. Swoje pierwsze doświadczenie digitalowe szlifował w największym niezależnym TFI w Polsce Union Investment TFI (obecnie Generali Investments TFI). Od ponad 2 lat wspiera zespół digital marketingu w Nationale-Nederlanden. Odpowiada za docieranie i pozyskiwanie nowych Klientów, optymalizację procesów obsługowych. Entuzjasta nowych technologii i automatyzacji marketingu. Prywatnie pasjonat gór „na nogach” jak i rowerem.



Martyna Tarnawska

Service Design & Digital Marketing Lead, Socjomania

Zafascynowana tematem trendów w digital i design thinking jako sposobu prowadzenia procesów innowacji. Szkoli z zakresu digital marketingu i projektuje warsztaty w Socjomanii. Absolwentka międzynarodowych studiów MA Digital Management (Hyper Island, London) i uczestniczka globalnego programu trendspottingowego tw:in. Wykładowca na Uniwersytecie SWPS w Warszawie, Uniwersytecie Jagiellońskim, AGH i WSE w Krakowie.



Karol Gązwa znany szerszej publiczności jako Blowek

Pierwszy twórca, który przekroczył barierę 4 milionów subskrypcji w Polsce. Obecnie ma już znacznie więcej odbiorców. Około 10 lat temu zaczął swoją przygodę na platformie YouTube i sukcesywnie się rozwija. Obecnie jego treści to głównie lifestyle oraz filmy rozrywkowe, jednak Karol nie boi się poruszać także innych tematów. W trakcie swojej kariery współpracował z wieloma markami, takimi jak: Coca-Cola, Tymbark, Ubisoft, Cheetos, Sony (PlayStation) czy Snickers. Blowek nie zwalnia tempa i ciągle się rozwija i "rośnie". Niewątpliwie można nazwać go ekspertem od mediów społecznościowych, bowiem ma ogromne doświadczenia w tworzeniu contentu na YouTube, ale także na Instagramie czy Tik Toku.



Anna Żurek-Lisowska

Digital Marketing Lead, Socjomania

Przez lata zajmowała się głównie mediami społecznościowymi, content marketingiem czy influencer marketingiem, pracując w agencjach interaktywnych. Jej specjalizacja to szeroko pojęta komunikacja oraz społeczności. Wykładowca na AGH oraz WSE w Krakowie.

ZADZWON!
22 333 97 77





KONTAKT




MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Ewelina Stęplewska
Project Manager


 48223339838

 e.steplewska@pb.pl

Współpraca



Mateusz Stempak
Marketing Manager

 48223339912

 m.stempak@pb.pl

Szczegółowa lokalizacja wkrótce

online

Patron



Cena

Digital marketing

24 lutego 2021, online

995 zł netto od 2021-02-24 do 2021-02-24

Kod promocyjny

Osoba zgłaszająca

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

Dane do faktury

firma

osoba fizyczna

Państwo

NIP

Nazwa/Imię i nazwisko

Miejscowość

Ulica i numer

Kod pocztowy

- Akceptuję regulamin
- Wyrażam zgodę na otrzymywanie od Bonnier Business (Polska) informacji handlowych drogą elektroniczną dotyczących: produktów i usług tej spółki
- Wyrażam zgodę na inicjowanie przez Bonnier Business (Polska) połączeń telefonicznych w celu marketingu bezpośredniego: produktów i usług tej spółki
- Oświadczam, że posiadam stosowne upoważnienie do zgłoszenia wszystkich wskazanych przeze mnie uczestników konferencji. Jednocześnie oświadczam, że podane dane są prawdziwe.
- 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/emu, 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, urzędem 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 algorytmów i innych, statystycznych procedur. Celem takiego przetwarzania będzie wyłącznie optymalizacja kierowanej do Pani/Pana oferty naszej

Pieczętka i podpis

MASZ PYTANIE?
ZADZWOŃ!
22 333 97 77



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(1707)

Formularz rejestracji: Digital marketing

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

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

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon



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

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („**Wydarzenia**”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 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**”) określane są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („**Strona Wydarzenia**”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe.
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 lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
14. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub –za zgodą podmiotu zgłaszającego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa 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.).
21. 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. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
- 22.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
 - 22.1.2 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
 - 22.1.3 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
 - 22.1.4 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
 - 22.1.5 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
 - 22.1.6 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
 - 22.1.7 innymi okolicznościami uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
23. 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.
24. 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.
25. Za odrębnie wyrażonymi 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.
26. Za odrębnie wyrażonymi zgodami podczas rejestracji na recepcji w dniu wydarzenia dane osobowe uczestników (w tym pracowników i osób trzecich obsługujących Wydarzenie) obejmujące imię i nazwisko oraz numer telefonu (lub spersonalizowany adres poczty elektronicznej) będą przetwarzane na wypadek stwierdzenia u któregoś z uczestników lub pracowników (lub osób trzecich obsługujących Wydarzenie) zakażenia wirusem COVID-19. Wyrażona zgoda obejmować będzie prawo Organizatora do udostępnienia danych osobowych właściwym służbom, instytucjom oraz innym podmiotom realizującym ustawowe obowiązki związane z zapobieganiem rozprzestrzenianiu się wirusa COVID-19 i ograniczeniem liczby zakażeń. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przetwarzanie danych osobowych w celu, o którym mowa powyżej.
27. Organizator wskazuje, że w przypadku wystąpienia niepokojących objawów w dniu Wydarzenia lub na kilka dni przed Wydarzeniem uczestnik (w tym pracownik i osoba trzecia obsługująca Wydarzenie) powinien powstrzymać się do uczestnictwa w Wydarzeniu, pozostać w domu, postępować zgodnie z zaleceniami Głównego Inspektora Sanitarnego / Ministerstwa Zdrowia i skontaktować się niezwłocznie z lekarzem lub powiatową stacją sanitarno-epidemiologiczną, oddziałem zakaźnym, a w razie pogorszenia się stanu zdrowia zadzwonić pod nr 999 lub 112 i poinformować o swoich objawach. W przypadku stwierdzenia niepokojących objawów w trakcie Wydarzenia lub w terminie dwóch (2) tygodni po jego zakończeniu uczestnik (w tym pracownik i osoba trzecia obsługująca Wydarzenie) powinien skontaktować się niezwłocznie z Organizatorem i poinformować o tym fakcie pod dedykowanym przez Organizatora numerem telefonu 606216519
28. 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.
29. 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.
30. 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.
31. 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.
32. Organizator informuje, że w celu zwiększenia bezpieczeństwa i ochrony zdrowia uczestników Wydarzenia oraz pracowników i osób trzecich obsługujących Wydarzenie, ograniczenia kontaktów w miejscu Wydarzenia w ramach zabezpieczenia przed wirusem COVID-19 organizując Wydarzenie zamierza wdrożyć w najszerszym możliwym zakresie wytyczne dla organizatorów spotkań biznesowych, szkoleń, konferencji i kongresów w trakcie epidemii SARS-CoV 2 opracowane przez Ministerstwo Rozwoju z Głównym Inspektorem Sanitarnym udostępniane do publicznej wiadomości pod adresem: <https://www.gov.pl/web/rozwoj/spotkania-biznesowe-szkolenia-konferencje-i-kongresy>.
33. Organizator zastrzega, że w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu uczestnicy (jak również pracownicy oraz osoby trzecie obsługujące Wydarzenie) zobowiązani będą do przestrzegania wszelkich wytycznych dotyczących bezpieczeństwa wdrożonych przez Organizatora w miejscu Wydarzenia, w tym w szczególności zobowiązani będą do stosowania maseczek ochronnych (przyłbic, elementów garderoby) zastępujących usta i nos. W przypadku ich braku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do udziału w Wydarzeniu uczestników lub żądania opuszczenia pomieszczeń, w których odbywa się Wydarzenie.
34. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

