

Warszawa

21 listopada 2024

Polonia Palace Hotel

VII Employer branding w praktyce

Udział w konferencji: 2895 zł netto do 21 listopada



CEL

Stworzenie atrakcyjnego wizerunku pracodawcy jest kluczowym czynnikiem przyciągania i zatrzymywania pracowników w firmie, szczególnie w obliczu rosnącej konkurencji na rynku pracy. Employer branding oparty na konkretnych informacjach i długofalowych strategiach, staje się niezbędnym narzędziem do przyciągania uwagi najbardziej utalentowanych ekspertów.

Według raportu "Employer brand research 2023", najważniejszym czynnikiem zatrudnienia dla badanych były atrakcyjne wynagrodzenie i benefits (73%). Kolejnymi istotnymi czynnikami były przyjazna atmosfera pracy (64%) oraz stabilność zatrudnienia (62%). Reputacja pracodawcy zyskuje również coraz większe znaczenie, co potwierdza 44% respondentów, co jest zauważalnym wzrostem w porównaniu z poprzednimi latami.

Oprócz konkurencyjnych płac, korzyści socjalnych i przyjaznej atmosfery pracy, reputacja pracodawcy na rynku staje się kluczowym elementem w przyciąganiu i zatrzymywaniu talentów.

Jeśli chcesz zapoznać się z najnowszymi trendami z obszaru EB, posłuchać case studies jak inne firmy prowadzą strategię i radzą sobie w trudnych czasach zapraszam do udziału w VII edycji konferencji **"Employer branding w praktyce"**. Konferencja odbędzie się **21 listopada 2024 roku, w Warszawie**.

Jeśli jesteś menedżerem odpowiedzialnym za projekty z zakresu EB, HR lub komunikacji, dołącz do grona uczestników konferencji.



PROGRAM

Czwartek, 21 listopada

08:20

Rejestracja, poranna kawa

08:55

Powitanie uczestników i rozpoczęcie konferencji

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

09:00

PANEL DYSKUSYJNY: Rola przywództwa w budowaniu marki pracodawcy

-  *Moderator: Marika Stasinowska, Senior Executive Manager, HRK*
-  *Paneliści: Judyta Pastuszka, Menedżerka ds. Kultury Organizacyjnej, Żabka*
-  *Sławomir Ronkowski, Dyrektor ds. komunikacji wizerunkowej i relacji z otoczeniem społecznym, LPP*
-  *Marta Chmielewska, Dyrektorka Biura Komunikacji Wewnętrznej, VeloBank*
-  *Agnieszka Maciejewska, Group Vice President – People & Culture, TVN Warner Bros. Discovery*

- Jak osoby decyzyjne powinny wspierać swoje firmy w dzisiejszym świecie
 - Budowanie i promowanie pozytywnej kultury organizacyjnej
 - Budżet na działania EB - perspektywa zarządu i osób decyzyjnych
 - Tworzenie i komunikacja wartości organizacyjnych
 - Zwiększanie zaangażowania i satysfakcji pracowników
-

09:50

Przyciągamy produktami & Inspirujemy ludźmi w LPP. O tym jak stworzyliśmy parasolową strategię EB dla 40 krajów i 5 brandów nie tracąc naszej tożsamości

-  *Katarzyna Rachwalska-Groning, Liderka Zespołu ds. Employer Brandingu, LPP*
-  *Maciej Radziemski, Strategy Director & Co-Founder, LUCKYYOU*

Case study LPP

- Projektowanie, komunikacja wizualna, sprzedaż, logistyka, technologie, prawie 40 krajów, a do tego 5 różnych brandów – czy da się to pogodzić? O podejściu parasolowym
- Badania na szeroką skalę. Więcej nas łączy czy dzieli?
- Zderzenie oczekiwań z rzeczywistością – wartości biznesowe a wartości pracowników
- Warsztaty, fokusy, kompromisy – dialog i transparentność kluczem do sukcesu



10:20

Jak wykorzystać platformę LMS w procesie onboardingu – od pomysłu do realizacji

 Magdalena Czykirska, Główny Specjalista w Departamencie Kadr, Centrala KGHM Polska Miedź S.A.

- Gdzie jesteśmy i dokąd zmierzamy - mapowanie i optymalizacja procesu, technologia i automatyzacja
- Ścieżka wdrożeniowa na miarę oczekiwań pracowników, managerów i organizacji
- Zaangażowanie zespołu, podział ról i content plan spójny z kulturą organizacyjną
- CUMpel/ CUMpelka do zadań specjalnych – kampania informacyjna, szkolenia i wdrożenie
- Nasze wnioski - dlaczego monitorowanie i ciągłe doskonalenie jest kluczowe

10:50

Przerwa kawowa

11:20

Jak analityka może wspierać budowanie wizerunku pracodawcy i marketing rekrutacyjny

 Łukasz Trzeszczkowski, Partner Strategiczny, Be About Hybrid Agency

- Trendy i technologie w analityce danych employer brandingowych
- Przegląd kluczowych wskaźników do optymalizacji marketingu rekrutacyjnego
- Mierzenie skuteczności działań i strategii wizerunkowych
- Wyzwania i ograniczenia analityki EB

11:50

Współpraca EB z HR: podejście holistyczne

 Marta Pietranik-Pacufa, Communication Manager, Schaeffler Global Services Europe

 Aleksandra Kuchejda, Senior Recruitment Professional, Schaeffler Global Services Europe

Case study SCHAEFFLER GLOBAL SERVICES EUROPE

- Siła EB w kompleksowym wspieraniu działań HR
- HR Roadmap: działania EB na każdym etapie cyklu życia pracownika
- Autorskie przykłady programów budowania zaangażowania pracowników
- EB po godzinach

12:20

Dlaczego employer branding zaczyna się i kończy na Internal Mobility?

 Joanna Babiarsz, Global Employer Branding Director, APTIV

Case study APTIV



12:50

Staż, który nie ma wieku? Kandydatki i kandydaci 50+, czy jesteśmy na to gotowi?

 *Emila Badetek, People Experience Manager, Rohlig Suus Logistics*

Case study ROHLIG SUUS LOGISTICS

- Case study – LogiStaż w SUUS, czyli staż dla każdego
- Jak dotrzeć do kandydatek i kandydatów 50+?
- Jakie są największe wyzwania w procesie rekrutacji?
- Jak odpowiedzieć na potrzeby wielopokoleniowych zespołów?
- Nasze wnioski, czyli co poszło nie tak, a z czego jesteśmy dumni

13:20

Lunch

14:10

Czy Employer Branding = Digital Marketing?

 *Ewa Jakimowicz, Expert Team Lead - Talent Acquisition & Employer Branding, T-Mobile Polska*

 *Zuzanna Czarnecka-Ziębicka, Specjalistka ds. Employer Brandingu, T-Mobile Polska*

Case study T-MOBILE POLSKA

- Przyjrzymy się metodom i narzędziom Digital Marketingu
- Przywołamy 'best practise' ze świata EB
- Zadamy sobie pytania, które pomogą nam w budowie własnej strategii komunikacji w Internecie

14:40

Program ambasadorski bez tajemnic - jak przekształcić pracowników w influencerów marki

 *Dagmara Pakulska, dagmarapakulska.pl*

- Jak stworzyć strukturę programu ambasadorskiego
- Rekrutacja ambasadorów
- Metody na budowanie zaangażowania wśród ambasadorów marki
- Co może pójść nie tak przy tworzeniu programu ambasadorskiego i jak się przed tym uchronić
- Odrobina wiedzy psychologicznej, która pomoże stworzyć świetny program employee advocacy

15:10

Przerwa kawowa

15:25

Razem w Lidlu - czyli employer branding społecznie zaangażowany

 *Aleksandra Kręgielska-Rolla, Employer Branding Managerka, Lidl Polska*



Case study LIDL POLSKA

- Czy warto w działaniach employer brandingowych skupiać na tematach społecznie zaangażowanych
- Pomysł, wizja, kreacja a zderzenie z rzeczywistością
- Ewolucja koncepcji kampanii „Razem w Lidlu” – czy można stworzyć kampanię przez kilka lat?
- Realizacja, wyniki, wnioski i rekomendacje

15:55

EB wewnętrzny – jak kreować pozytywny wizerunek w czasach wyzwań społeczno-gospodarczych i trudnych decyzji

 Karolina Fiejtek, Koordynatorka ds. employer branding, Wearmedicine.com

Case study WEARMEDICINE.COM

- Jak pokazać dobrą twarz w obliczu trudności, które wpływają na pracodawcę, który musi podejmować często negatywne decyzje dla pracowników
- EB w organizacji rozproszonej i offline
- Jak budować wewnętrzną sieć społecznościową
- Nowe sposoby na komunikację z pracownikami

16:25

Zakończenie konferencji





PRELEGENCI



Joanna Babiarska

Global Employer Branding Director APTIV

Z zawodu dziennikarz, z wyboru wielozadaniowy ogarniacz. Od ponad 10 lat trenuje zdania i sili się na słowa w imieniu nowych technologii. Ostatnio skoncentrowana na misji poszukiwania szybkich i wściekłych inżynierów pod szyldem Aptiv. W praktyce odpowiedzialna globalnie za employer branding i komunikację wewnętrzną firmy, w tym nowy brand pracodawcy, który można prześledzić na aptiv.com/jobs. Przez dekadę nauczyła się, że markę pracodawcy można skutecznie budować wokół produktu firmy. I tak superszybkie, piekielnie inteligentne, a do tego autonomiczne samochody przyszłości pomagają dziś tworzyć społeczność wokół marki i rekrutować inżynierów Aptiv. Niezwykle dumna jest ze współtworzenia takich projektów jak: cykl meet-upów Connected.Cars, dedykowany miłośnikom motoryzacji, Born To Move – kampanii oferującej rekrutację w aucie, Beacon Valley Hackaton czy kampanii #ExtraOrdinary Kontakt.io, która pomogła skompletować zespół startupu i zdobyć branżowe wyróżnienie. W tworzeniu strategii employer brandingowej wspierała także zespoły z branży e-commerce, holdingi motoryzacyjne oraz firmy produkcyjne.



Emilia Badełek

People Experience Manager Rohlig Suus Logistics

W Rohlig SUUS Logistics pełni rolę People Experience Managerki i jest odpowiedzialna za tworzenie wyjątkowych doświadczeń pracowników poprzez skuteczną komunikację wewnętrzną oraz działania Employer Brandingowe. Niezmiennie od lat pasjonuje się realizacją projektów w zakresie budowania pozytywnych doświadczeń kandydatów oraz podnoszenia zaangażowania i satysfakcji pracowników. Na swoim koncie ma wdrożenia kampanii Employer Brandingowych i rekrutacyjnych, kierowanych do różnorodnych grup pracowników, od pracowników fizycznych po młodych ekspertów z obszaru technologicznego, a także przewoźników i kierowców. Prelegentka i organizatorka meet-upów technologicznych. Z sukcesem wdrożyła nowoczesne narzędzia komunikacyjne i systemy grywalizacyjne dla pracowników. W swojej codziennej pracy integruje cele HR z wyzwaniami biznesu, stawia na analitykę danych i szuka najlepszych rozwiązań.





Marta Chmielewska

Dyrektorka Biura Komunikacji Wewnętrznej VeloBank

Od kilkunastu lat związana z obszarami komunikacji, budowania wizerunku pracodawcy i doświadczeń pracowników. Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego oraz Szkoły Głównej Handlowej. W VeloBanku odpowiada za komunikację wewnętrzną i zaangażowanie pracowników oraz dba o markę pracodawcy i działania employer brandingowe. Na swoim koncie ma realizację projektów z zakresu wdrażania i rozwijania kultury organizacyjnej, promowania firmowych wartości, a także zarządzania zmianą, w tym rebrandingu. Za zrealizowane wraz z zespołem działania otrzymała zarówno krajowe, jak i międzynarodowe wyróżnienia. Na co dzień ceni sobie pracę na faktach, danych i liczbach, stawia na autentyczność i prostotę, a ponad wszystko, liczy się dla niej uważność na drugiego człowieka.



Zuzanna Czarnecka-Ziębicka

Specjalistka ds. Employer Brandingu T-Mobile Polska

W #MagentaTeam opiekuję się social mediami i innymi kanałami, w których docieramy do naszych potencjalnych kandydatów/-ek na rynku. Jestem kreatywną głową - w swoich działaniach łączącą ludzi i dzielącą... się doświadczeniami. W komunikacji jak i w pracy stawiam na autentyczność i transparencję. Wierzę, że to pozwala nam zdobyć zaufanie i przyspieszyć sukces każdego projektu.



Magdalena Czykirska

Główny Specjalista w Departamencie Kadr Centrala KGHM Polska Miedź S.A.

Ekspertka z kilkunastoletnim doświadczeniem w HR z wykształceniem z obszaru zarządzania kadrami, marketingu i ekonomii. Specjalizuję się w rekrutacji i onboardingu. Jestem ambasadorką działań HR i EB wspierających cele biznesowe, relacje pracownicze i zarządzanie procesami z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Lubię pracować z ludźmi i dla ludzi. Interesuje mnie HR oparty na faktach i analizach. Certyfikowana managerka rekrutacji, CAACDC, Agile PM, trenerka. Z pasji miłośniczka gór, podróży i sportowego stylu życia.



Karolina Fiejtek

Koordynatorka ds. employer brandingu Wearmedicine.com

Koordynatorka ds. employer brandingu w marce Medicine od ponad 2 lat. Jej rola obejmuje nie tylko skupienie się na atrakcyjnych aspektach firmy dla obecnych pracowników, ale także dbanie o pozytywną percepcję marki wśród potencjalnych kandydatów. Zadaniem Karoliny jest nie tylko tworzenie przemyślanej strategii employer brandingu, ale również wdrażanie działań mających wpływ na atmosferę w miejscu pracy. Dzięki działaniom EB marka Medicine staje się miejscem, gdzie ludzie nie tylko chcą pracować, ale także rozwijać się zawodowo i budować długotrwałe relacje z firmą.





Ewa Jakimowicz

Expert Team Lead - Talent Acquisition & Employer Branding T-Mobile Polska

Employer Branding, Rekrutacja, Onboarding. W #MagentaTeam odpowiadam za cały proces Candidate Experience – od pierwszego kontaktu z marką, do pełnego wdrożenia w organizację. Pracuje w Agile nad rozwojem produktów HR, stawiam na autentyczność, zrozumienie potrzeb, dane i efekt! Z zespołem prowadzimy setki procesów rekrutacyjnych do sklepów w całej Polsce, na stanowiska w centrali, do IT, czy w ramach oferty dla młodych: Program Stażowy Magenta Start, Program Talentowy Magenta Talents Squad.



Aleksandra Kręgielska-Rolla

Employer Branding Managerka Lidl Polska

Od 17 lat związana z szeroko rozumianą komunikacją oraz employer brandingiem. Swoją karierę zawodową rozpoczynała od pracy w mediach oraz na samodzielnych stanowiskach w działach public relations i budowania marki pracodawcy. W Lidlu od 11 lat. W employer brandingu stawia na podejście strategiczne oraz synergię działań marki pracodawcy i konsumenckiej. Bliskie są jej tematy D&I oraz wsparcia opiekunów w miejscu pracy. Prywatnie mama dwóch synów i jednej córki.



Aleksandra Kuchejda

Senior Recruitment Professional Schaeffler Global Services Europe

Ekspertka z wieloletnim doświadczeniem w rekrutacji w różnych obszarach (agencja rekrutacyjna, produkcja, farmacja i centrum usług wspólnych). Od dwóch lat odpowiada za zarządzanie pełnym cyklem rekrutacyjnym i wdrażanie zmian procesowych. Z wykształcenia jest psycholożką, co pozwala jej na łączenie wiedzy z zakresu psychologii z praktykami HR. W swojej roli kieruje kluczowymi projektami, współpracuje z zewnętrznymi dostawcami i prowadzi szkolenia dla kadry menadżerskiej. Z pasji wielbicielka kina i fascynatka ludzkiego umysłu.





Agnieszka Maciejewska

Group Vice President – People & Culture TVN Warner Bros. Discovery

Odpowiedzialna za wdrażanie działań People & Culture w Polsce. Celem jej pracy jest wsparcie w realizacji strategicznych celów Warner Bros. Discovery na poziomie globalnym i lokalnym. W TVN Warner Bros. Discovery pracuje od 2021 roku, ale od 20 lat związana z branżą. Pracowała wcześniej w Ernst & Young Polska, gdzie zajmowała stanowisko dyrektor personalnej. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w zarządzaniu zasobami ludzkimi, doradztwie w dziedzinie HR oraz programach rozwojowych dla kadry kierowniczej. Wcześniej była partnerem w firmie doradztwa personalnego Neumann Leadership oraz sprawowała funkcję prezes zarządu Hudson Global Resources w Polsce. Oprócz pracy zawodowej realizuje się w pracy społecznej. Od 2016 od 2021 roku pełniła funkcję prezesa zarządu Fundacji Liderów Biznesu. Dyplom magistra uzyskała w 1993 roku na Uniwersytecie Warszawskim. Ukończyła także studia podyplomowe na Uniwersytecie Oslo.



Dagmara Pakulska

dagmarapakulska.pl

Marketerka, przedsiębiorczyni i wykładowczyni akademicka, a od niedawna również konferansjerka wydarzeń branżowych. Autorka Niby-Prasówki. Jedna z Top 25 Liderów Polskiego LinkedIna według magazynu Forbes Women. Szkoli, konsultuje, audytuje i buduje strategie komunikacji w social mediach zarówno dla dużych, jak i małych marek. Współpracowała już m.in. z Lidlem, mBankiem, Żabką, Roche Polska, czy z TVN. Jej konikiem są działania organiczne, a ulubionymi specjalizacjami: employee advocacy, personal branding oraz LinkedIn marketing.



Judyta Pastuszka

Menedżerka ds. Kultury Organizacyjnej Żabka

Od samego początku swojej kariery zawodowej związana z obszarem HR. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w zakresie koordynacji projektów w międzynarodowych firmach (tj. Allegro, NIVEA) związanych z programami onboardingowymi, szkoleniowymi i rekrutacyjnymi. Realizowała inicjatywy mające na celu planowanie i wdrażanie działań z obszaru Employer Brandingu. Z Żabka Polska związana od 2020 roku. Od 2021 roku odpowiedzialna za jeden z filarów strategii ESG - budowanie odpowiedzialnej organizacji m.in. poprzez tworzenie kultury organizacyjnej opartej na wartościach oraz zaangażowanych zespołach. W 2023 i 2024 Żabka Polska jako pierwsza polska firma została wyróżniona międzynarodową nagrodą Instytutu Gallupa potwierdzającą wysokim poziom zaangażowania osób zatrudnionych i współpracujących z firmą.





Marta Pietranik-Pacula

Communication Manager Schaeffler Global Services Europe

Ekspert z ponad dwudziestoletnim doświadczeniem w obszarze komunikacji, Public Relations, marketingu i CSR w różnych branżach (lotnictwo, telekomunikacja, e-commerce, produkcyjnej i usług wspólnych). Od dwóch lat odpowiada za działania komunikacji, Employer Brandingu i Public Affairs w Schaeffler Global Services Europe, centrum usług wspólnych dla Grupy Schaeffler o globalnym zakresie, a także koordynuje działania komunikacji i Public Affairs w regionie CEE. Wcześniej stworzyła od podstaw wizerunek XEOS - pierwszego w Polsce centrum naprawy silników lotniczych zbudowanego pod Wrocławiem przez joint venture Lufthansa Technik i GE Aviation. Wykładowca i współpracownik Uniwersytetu Wrocławskiego i Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Z wykształcenia filolog hiszpański, z zamiłowania – uczestnik rajdów i wypraw offroadowych.



Katarzyna Rachwalska-Groning

Liderka Zespołu ds. Employer Brandingu LPP

Od ponad 10 lat buduje doświadczenie w obszarach: employer branding, komunikacja, marka osobista. Od 2021 roku związana z LPP. Obecnie zarządza zespołem utalentowanych kobiet i wspólnie z nimi tworzy employer branding największej firmy modowej w Polsce. Współtwórczyni kampanii employer brandingowej Sinsay, która w 2023 roku otrzymała srebro w konkursie Effie Awards. Karierę rozpoczynała od HR. Uczestniczyła w dwóch programach talentowych i ponad 20 zewnętrznych szkoleniach rozwojowych. Opiekowała procesy candidate experience, employee experience, university relations, przeprowadziła wiele rozmów rekrutacyjnych, assessment center i development center. Tworzyła i prowadziła programy stażowe, współprowadziła programy rozwojowe dla HIPO, projektowała i prowadziła liczne szkolenia. Jej zawodową pasją jest rozwój i dzielenie się wiedzą, którą zdobyła pracując w branżach: fashion, retail, hotelarstwo, ubezpieczenia, szkolenia, usługi dla biznesu.



Maciej Radziemski

Strategy Director & Co-Founder LUCKYYOU

12 lat kompleksowego doświadczenia w zakresie opracowywania strategii, działań kreatywnych oraz konsultingu dla topowych marek na rynku polskim i europejskim. Ekspert i prelegent w zakresie komunikacji employer brandingowej i marketingowej. Były wykładowca Collegium Da Vinci. W zakresie budowania wizerunku pracodawcy współtworzy i wdraża strategię dla takich marek jak Lidl Polska, IKEA Polska, Coca Cola HBC, LPP. W codziennej pracy wierzy w siłę insightów i wyklucza przypadki.





Sławomir Ronkowski

Dyrektor ds. komunikacji wizerunkowej i relacji z otoczeniem społecznym LPP

Od 1993 roku związany z obszarem komunikacji. Przez ponad 20 lat w branży finansowej, najpierw w firmie ubezpieczeniowej Ergo Hestia, a następnie w skandynawskim Banku Nordea jako dyrektor marketingu i komunikacji, realizując wizję instytucji przyjaznej klientom. Od 2015 koordynuje obszar komunikacji w polskiej spółce LPP. Zaangażowany w upowszechnienie wizerunku społecznie odpowiedzialnej firmy odzieżowej, a także w realizację strategii pozycjonowania LPP jako atrakcyjnego pracodawcy. Od 2019 roku pełni rolę członka Zarządu w Fundacji LPP, realizującej projekty w obszarze pomocy ludziom w trudnej sytuacji życiowej oraz dzieciom i młodzieży zagrożonym wykluczeniem społecznym. W LPP odpowiedzialny za komunikację wizerunkową, employer branding, działania digital, obszar relacji społecznych i różnorodnościowych. Absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego i studiów MBA w Gdańskiej Fundacji Kształcenia Menedżerów.



Marika Stasinowska

Senior Executive Manager HRK

Posiada 10-letnie doświadczenie w branży doradztwa personalnego. Jako Konsultantka w HRK realizuje z sukcesem projekty rekrutacyjne metodami Search&Selection oraz Direct/Executive Search na stanowiska eksperckie oraz managerskie i zarządcze. Prowadzi projekty rekrutacyjne na terenie całej Polski głównie w branży TSL, FMCG, Retail. Ukończyła studia magisterskie na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika ze specjalizacją Zarządzanie Zasobami Ludzkimi.



Łukasz Trzeszczkowski

Partner Strategiczny Be About Hybrid Agency

Doświadczony menedżer, ekspert, prelegent i wykładowca akademicki z zakresu budowania wizerunku pracodawcy. W swojej długoletniej karierze zawodowej budował marki pracodawców Danone, ORLEN, PwC, PZU i Unilever. Autor wielu efektywnych strategii, kampanii i projektów employer brandingowych oraz wielokrotny laureat polskich i międzynarodowych konkursów branżowych. Prywatnie – pasjonat podróży i fotografii sportowej, w szczególności żużlowej. Fotografował sukcesy polskich olimpijczyków w Soczi oraz Rio de Janeiro.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Aldona Mlonek-Korzonkowska
Project Manager

 600 013 323

 a.mlonek@pb.pl

Współpraca



Katarzyna Dziedzic
Marketing Manager

 600 013 343

 k.dziedzic@pb.pl

Polonia Palace Hotel

Al. Jerozolimskie 45
Warszawa

Partner



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(52207)



VeloBank

VeloBank to bank uniwersalny, który oferuje nowoczesne rozwiązania finansowe dla klientów indywidualnych, private banking, sektora MŚP, dużych przedsiębiorstw i korporacji, a także instytucji sektora publicznego. Należy do pierwszej dziesiątki największych banków w Polsce. VeloBank swoją strategię opiera na technologii, w tym rozwiązaniach Gen AI, które mają służyć wygodzie klientów i pracowników. Kompleksowa obsługa świadczona jest w ponad 160 placówkach w całej Polsce oraz w nowoczesnej bankowości internetowej i mobilnej. Oferta obejmuje rachunki bieżące, kredyty, oszczędności, inwestycje czy ubezpieczenia, a także liczne usługi z obszaru beyond banking. W ramach grupy kapitałowej powstał również VeloMarket, czyli platforma zakupowa, gdzie można znaleźć produkty dobre dla zdrowia i planety, co wpisuje się w strategię wspierania przez bank ekologii. Innowacyjność i jakość marki potwierdzają otrzymane nagrody, w tym m.in. Złoty Bankier 2024 za kredyt gotówkowy, Business Insider Award czy Master of Innovation Leadership dla liderów VeloBanku. Firma zwyciężyła również w międzynarodowych konkursach Internal Communications & Engagement Awards 2024 oraz Banking Tech Awards 2023. Działania z zakresu HR zostały nagrodzone m.in. w konkursach Solidny Pracodawca 2023, a także Friendly Workplace 2024, natomiast komunikacja i marketing marki zostały docenione m.in. w konkursie Dyrektor Marketingu Roku 2023, IN2SABRE Awards 2024 oraz CMO Awards 2024 w kategorii Digital Champion.



Cena

VII Employer branding w praktyce

21 listopada 2024, Warszawa

2895 zł netto od 2024-10-12 do 2024-11-21

Kod promocyjny

Osoba zgłaszająca

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

Dane do faktury

☐ firma

☐ osoba fizyczna

Państwo

NIP

Nazwa/Imię i nazwisko

Miejscowość

Ulica i numer

Kod pocztowy

- ☐ Potwierdzam, że zapoznałam/em się z [Regulaminem](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/Regulamin_uczestnictwa_w_konferencjach_ver_25.04..pdf) 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

(52207)

Formularz rejestracji: VII Employer branding w praktyce

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

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

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon



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

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („Wydarzenia”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („Organizator”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („Cena”) określone są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („Strona Wydarzenia”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych także przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („Zgłoszenie”), a następnie zatwierdzenie Zgłoszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowiązkiem zapłaty” lub pobranie, wypełnienie i odesłanie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
4. Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
5. Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. W przypadku, o którym mowa w Pkt 5 Regulaminu, Organizator dopuszcza możliwość wskazania osób, które wezmą udział w Wydarzeniu na podstawie Zgłoszenia w terminie późniejszym niż jego zatwierdzenie zgodnie z pkt 3 Regulaminu, jednakże nie później niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
7. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równowartość 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
9. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną.
10. Nieważność Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
11. Niewskazanie osób, które wezmą udział w Wydarzeniu stosownie do pkt 6 Regulaminu jest równoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Pkt 8 i 9 Regulaminu stosuje się w takim przypadku odpowiednio.
12. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 3 Regulaminu nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
13. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie osoby prowadzącej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
15. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
16. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zgłaszającemu, który opłacił Cenę, Organizator zwraca Cenę w pełnej wysokości.
17. Wszystkie materiały przekazane uczestnikowi w związku z Wydarzeniem („Materiały”) stanowią własność Organizatora (lub podmiotów współpracujących z Organizatorem) i w związku z tym przeznaczone są wyłącznie do użytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
18. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, użyczanie, wyświetlanie, publiczne udostępnianie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
19. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwalać przebieg Wydarzenia - w celu informacyjnym - za pomocą urządzeń rejestrujących dźwięk lub obraz. Brak zgody uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu na powyższe czynności wyklucza możliwość wzięcia udziału w Wydarzeniu. Organizator może zamieścić utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa dotyczących ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
20. Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
21. Organizator udziela osobie dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysokości co najmniej 5% na rejestrację na organizowane, w ciągu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy się automatycznie. Kod rabatowy będzie przysyłany przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do upływu wskazanego terminu rejestracji na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy każdego uczestnika zgłaszanego przez osobę uprawnioną do rabatu. Rabat łączy się z innymi rabatami, chyba że Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.
22. Jeśli osoba dokonująca rejestracji wyraża bądź utrzymuje wyrażone uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% stałego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na płatne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i ogłaszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy działający pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten łączy się z innymi. Weryfikacja następuje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zgłoszeniu adresu e-mail osoby zgłaszającej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przysługuje wyłącznie osobie dokonującej rejestracji (dokonującej Zgłoszenia) i dotyczy danego Zgłoszenia bez względu na liczbę uczestników rejestrowanych przez osobę dokonującą rejestracji i uprawnioną do otrzymania rabatu.



VII Employer branding w praktyce

23. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
1. dostęp do Internetu,
 2. urządzenie końcowe,
 3. zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, wideo itp.).
24. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zgłoszenia przekazuje informację o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu
25. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
1. problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
 2. niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
 3. niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
 4. wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
 5. brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia,
 6. nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia, <.li>
 7. innymi okoliczności uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
26. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami władzy państwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego części, ograniczeń, a także wytycznych właściwych służb, instytucji oraz innych podmiotów realizujących ustawowe obowiązki, które wpływałyby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia dodatkowych wymagań dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zgłoszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczności potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przesłanej wiadomości. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
27. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraża zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zgłoszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokonał Zgłoszenia oraz jakie dane zostały wskazane z prośbą o ich potwierdzenie.
28. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrzeżeniem że dokonane zmiany obowiązują od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

