

Warszawa

29 marca 2023

Novotel Warszawa Centrum

Komunikacja wewnętrzna

2495 zł netto do 29 marca



CEL

Funkcjonowanie firm w nieprzewidywalnym i niestabilnym świecie stawia dziś komunikację wewnętrzną na strategicznym i priorytetowym miejscu w wielu organizacjach. Aby osiągać cele biznesowe, radzić sobie w sytuacjach trudnych wizerunkowo, w czasie zmian i kryzysów, skuteczna i efektywna komunikacja wewnętrzna jest niezbędna. Dobrze prowadzona ma realne przełożenie na zachowania pracowników, pomaga przejść firmie przez trudne momenty z silnym wsparciem zespołów oraz daje możliwość właściwego reagowania na emocje i nastroje pracowników.

Zapraszamy Cię do udziału w 1-dniowej konferencji **Komunikacja wewnętrzna**, która odbędzie się **29 marca 2023 r.** w Warszawie. Dołącz do grona ekspertów i poznaj case studies zaproszonych firm.

Sprawdzimy, jakie są trendy i wyzwania w komunikacji wewnętrznej w 2023 roku

Zastanowimy się, jak „zsynchronizować” komunikację w wielu oddziałach, jeśli działamy globalnie i lokalnie

Pokażemy, jak umiejscowić działania D&I w centrum inicjatyw komunikacji wewnętrznej

Doradzimy, jak tworzyć efektywną i angażującą komunikację uwzględniającą różne pokolenia w miejscu pracy

Przedstawimy kluczowe narzędzia wspierające komunikację wewnętrzną

Sprawdzimy, jak mierzyć i projektować działania komunikacji wewnętrznej

#1 dzień solidnej dawki inspiracji i rzetelnej wiedzy

#10 prelekcji w formie praktycznych case studies

#Kilkunastu znakomitych ekspertów - praktyków z różnych branż

#1 panel dyskusyjny - okazja do interakcji prelegentów z uczestnikami

#Kilkudziesięciu zaangażowanych uczestników - okazja do wymiany doświadczeń i nawiązania wartościowych kontaktów

Dajemy Ci inspiracje, wiedzę, możliwość poznania znakomitych praktyków, czas na networking oraz możliwość rozwoju. W zamian liczymy na Twoją obecność i zaangażowanie oraz otwarty umysł.

Do udziału w konferencji zapraszamy:

- Dyrektorów Działów Komunikacji i PR, Komunikacji Wewnętrznej, Komunikacji Korporacyjnej
- Managerów ds. Komunikacji, ds. PR
- Dyrektorów Działów HR
- Managerów HR
- Employer Branding Managerów
- Kierowników projektów komunikacyjnych

Uczestnikom gwarantujemy:

- Najwyższą jakość merytoryczną = wystąpienia wyłącznie doświadczonych ekspertów – praktyków z różnych branż
- Liczne inspiracje i sesje motywujące do działania i zmian
- Atmosferę sprzyjającą pogłębianiu wiedzy i kreowaniu nowych pomysłów
- Liczne okazje do integracji i interakcji
- Imienny certyfikat potwierdzający zdobytą wiedzę





PROGRAM

Środa, 29 marca

08:00

Rejestracja uczestników, poranna kawa

08:55

Oficjalne powitanie uczestników, rozpoczęcie

 *Magdalena Sokulska, Project Manager, Puls Biznesu*

09:00

PANEL DYKUSYJNY – Trendy i wyzwania w komunikacji wewnętrznej w 2023 roku

-  *Moderator: Adriana Borucka, Founder & Managing Partner PinPoint/iComms*
-  *Katarzyna Gaweł-Brudkiewicz, Head of Internal and Engagement Communications, Ringier Axel Springer Polska*
-  *Tomasz Cieślak, Kierownik Działu Komunikacji Wewnętrznej, Rossmann*
-  *Krzysztof Rapacz, Global Internal Communications Manager, RTB House*
-  *Jacek Ławrecki, Dyrektor ds. Komunikacji, Fortum*
-  *Paulina Łukaszuk, Dyrektor ds. Komunikacji, Rzecznik Prasowy, Akademia Leona Koźmińskiego*

Komunikacja wewnętrzna od kilku lat przechodzi dużą zmianę – w jej zakres wchodzi nowe obszary (video, podcasty, analityka), zmieniają się także oczekiwania co do kompetencji ekspertów zajmujących się tym tematem. A to wszystko dlatego, że zmieniają się potrzeby i wyzwania oraz idące za nimi trendy.

Podczas tego panelu wraz z gośćmi przeanalizujemy bieżące potrzeby organizacji oraz pracowników w odniesieniu do komunikacji wewnętrznej. Przyjrzymy się także wynikom zarówno lokalnych i globalnych badań dotyczących trendów w komunikacji wewnętrznej.

09:45

Strategie komunikacji wewnętrznej w czasach kryzysu

 *Agata Kozłowska, Kierowniczka Zespołu Administracji i Komunikacji Wewnętrznej, Wonga Polska*

Czy w niepewnych czasach powinniśmy budować komunikację na podstawie strategii, czy też musimy się skupić na tu i teraz? Jeżeli budować strategię, to w jaki sposób, aby była przydatna w zmieniających się okolicznościach biznesowych, społecznych, rynkowych? W jaki planować działania, tak aby realnie wspierały firmę w realizacji celów strategicznych? Podczas tego wystąpienia na nowo przyjrzymy się strategii komunikacji wewnętrznej.



10:15

Globalnie i lokalnie – jak „zsynchronizować” komunikację w wielu oddziałach

 *Tomasz Cieślak, Kierownik Działu Komunikacji Wewnętrznej, Rossmann*

Komunikacja w firmach rozproszonych geograficznie to duże wyzwanie. Z jednej strony podstawowa zasada komunikacji mówi o dopasowaniu jej do grupy odbiorców, a te różnią się od siebie w zależności od lokalizacji. Z drugiej strony spójność komunikacji będzie decydowała o sile marki i silnej społeczności budowanej na wspólnych wartościach. Zachowanie balansu jest kluczem, pytanie jak to zrobić...

10:45

Przerwa na kawę oraz networking

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

11:05

D&I w centrum inicjatyw komunikacji wewnętrznej

 *Karolina Szelągowska, Internal Communication Expert, Mercer*

O tym, że główną cechą dobrej komunikacji jest jej inkluzywność wiemy od wielu lat. Teraz czas pójść dalej – postawić inkluzywność w centrum wszystkich działań komunikacyjnych. Dotyczy to tak narzędzi, kanałów, samych komunikatów jak i kultury komunikacji prezentowanej przez liderów w organizacji. Jak w takim razie robić komunikację, która pozwoli łączyć ludzi, jednocześnie wspierając różnorodność, tak istotną dla dobrego funkcjonowania naszych pracowników.

11:35

Pokolenia w miejscu pracy - jak tworzyć efektywną i angażującą komunikację?

 *Paulina Łukaszuk, Dyrektor ds. Komunikacji, Rzecznik Prasowy, Akademia Leona Koźmińskiego*

Różnice pokoleniowe to fakt. Wiele się o nich mówi w kontekście trudności jakie za sobą niosą. Ta prelekcja będzie o tym jak dopasować komunikację do różnych odbiorców, jako krok 1 do jej efektywności. Pójdziemy jednak także o krok dalej – zastanowimy się jak komunikacja, w oparciu o mocne strony różnych pokoleń, może pomóc budować silną, dobrze współpracującą społeczność.

12:05

Pracownik ambasadorem Twojej firmy. Komunikacja wewnętrzna jako sposób budowania silnej marki pracodawcy

 *Magdalena Gębala, Internal Communication & Employer Branding Professional, Shell*

Wiarygodna i autentyczna komunikacja firmy wymaga zaangażowania pracowników. Jednocześnie mierzymy się z wyzwaniem jakim jest spadające zaangażowanie pracowników. Jak w takim razie budować postawy ambasadorskie, w jaki sposób zapewnić spójność działania ambasadorów, liderów i zespołu komunikacji? I najważniejsze – w jaki sposób gratyfikować naszych ambasadorów, aby ich zaangażowanie było długofalowe?



12:35

Lunch

13:30

Komunikacja z pracownikami produkcyjnymi. Jak komunikować, jak utrzymać zaangażowanie i poczucie bycia częścią zespołu?

 *Marcin Szczepblewski, Kierownik ds. Personalnych, Toyota Motor Manufacturing Poland*

 *Marta Sikora, Starsza Specjalistka w Zespole People&Culture, Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.*

Pracownicy produkcyjni to z reguły bardzo duża społeczność, do której najtrudniej dotrzeć z komunikacją. Jednak ta grupa ma ogromny potencjał, to często właśnie oni decydują o wizerunku naszej organizacji w społeczności lokalnej, to od nich także zależy sprawność działania organizacji. W tej części przyjrzymy się case'om, które pozwolą uczestnikom wybrać najlepsze narzędzia i wdrożyć je tak, aby zbudować realny dialog z tą grupą.

14:00

Jak być marką zaangażowaną społecznie w oczach pracowników?

 *Julia Węglicka, Menadżerka ds. Komunikacji Wewnętrznej, BNP Paribas Bank Polska S.A.*

Warunki pracy i wynagrodzenie są ważne dla wszystkich szukających pracy, ale coraz częściej kandydaci i kandydatki zwracają uwagę na to dla kogo będą pracować. Szukają pracodawców zarówno zaangażowanych społecznie, jak i takich, którzy dają możliwość realnego wpływu na to, co i jak dostarczają klientowi końcowemu. Takich, którzy doceniają zaangażowanie pracowników i pracowników i ich chęć wprowadzania zmian. Podczas wystąpienia pokażemy, jak Bank BNP Paribas komunikuje zaangażowanie społeczne i jak to się przekłada na motywację i zaangażowanie pracowników.

14:30

Narzędzia digitalowe wspierające komunikację wewnętrzną

 *Krzysztof Rapacz, Global Internal Communications Manager, RTB House*

Digital workplace to już codzienność osób zajmujących się komunikacją wewnętrzną. Teraz przed nami wyzwanie jak najlepiej wykorzystać szeroką gamę narzędzi, tak aby dotrzeć z przekazem do odbiorców i nie spowodować efektu przebudźcowania. I najważniejsze – czy da się zbudować całą komunikację w oparciu o narzędzia digitalowe bez spotkań i tradycyjnych form komunikacji synchronicznej.

15:00

Zarządzanie treściami zamieszczanymi w mediach społecznościowych, intranecie czy na blogach firmowych

 *Michał Pietrzykowski, Head of Internal Communication and Company Culture, Green Caffè Nero*

Dobry jakościowo content w komunikacji to podstawa. Jednak nieważne jak dobre są treści, kluczowe będzie ich dobre rozdystrybuowanie w grupie odbiorców. Jak w takim razie przenieść dobre praktyki z marketingu 360 na obszar komunikacji wewnętrznej i budować dialog z pracownikami wykorzystując różne rodzaje treści, dopasowane do kanałów.



15:30

Podcasty jako pomocne narzędzie do prowadzenia efektywnej komunikacji wewnętrznej

 Michał Kasprzyk, Producent Podcastów, *Cleverhearted Showrunners*

Rośnie rola i wykorzystanie podcastów w komunikacji wewnętrznej. Technologia stała się bardziej przystępna, nasi odbiory otworzyli się na ten format komunikacyjny. Kiedy najlepiej wykorzystać podcast? Kto powinien go prowadzić? Jak badać efektywność podcastów jako kanału komunikacji?

16:00

Data driven internal communications, czyli mierzenie i projektowanie działań komunikacyjnych

 Adriana Borucka, Founder & Managing Partner, *PinPoint/iComms*

Mierzenie efektywności komunikacji to podstawa do wdrażania usprawnień. Podczas tej prelekcji poruszymy takie zagadnienia jak:

- główne mierniki efektywności w komunikacji wewnętrznej
- rodzaje badań jakościowych i ilościowych, które dają dobre dane
- mierzenie efektywności działań w online
- benchmarki, czyli jak i do kogo się porównywać.

Dodatkowo zajmiemy się tematem wyboru kluczowych danych, tak aby pomiary nie stały się kolejnym żmudnym zadaniem, które nie przełoży się na realizację celów biznesowych.

16:30

Zakończenie konferencji





PRELEGENCI



Adriana Borucka

Founder & Managing Partner PinPoint/iComms

Ekspert w zakresie strategicznego doradztwa komunikacyjnego. Posiada ponad 15-letnie doświadczenie w obszarze komunikacji korporacyjnej, w tym w zakresie komunikacji wewnętrznej – wdrażanie strategii komunikacji wewnętrznej, audyty komunikacji wewnętrznej, wdrażanie nowych kanałów i działań w obszarze digital workplace, komunikacja kryzysowa, zarządzanie zmianą. Doradza i wspiera kadrę zarządzającą w obszarze komunikacji wewnętrznej, w tym także prowadzi programy mentoringowe z obszaru komunikacji dla menedżerów. Wdraża Standardy Komunikacji Liderkiej w firmach i organizacjach, szkoli zespoły komunikacji, menadżerów i zapewnia rozwój kompetencji komunikacyjnych liderów. Swoje doświadczenie zdobyła pracując w Kompanii Piwowarskiej (10 lat), Zeelandii oraz Ingersoll Rand (2 lata jako doradca kadry zarządzającej ds. komunikacji wewnętrznej). Jako niezależny konsultant pracowała z zespołami m.in. ABB, Capgemini, 10 Clouds, Amica, Roche czy SOS Wioski Dziecięce. W ramach szkoleń otwartych przeszkoliła ponad 200 praktyków komunikacji wewnętrznej. Jako certyfikowany trener biznesu oraz facylitator według metodologii Iceberg, w ramach sesji facylitacyjnych pomaga zespołom w wypracowywaniu strategii i rozwiązań oraz szkoli z zakresu prowadzenia efektywnych spotkań wewnętrznych. Jest również jednym z dwóch w Polsce certyfikowanych trenerów Neurocolors. Od lat pasjonuje się wykorzystywaniem nowych mediów, AI i wdrażaniem nowatorskich rozwiązań w obszarze komunikacji wewnętrznej.



Tomasz Cieślak

Kierownik Działu Komunikacji Wewnętrznej Rossmann

Absolwent dziennikarstwa na Uniwersytecie Warszawskim oraz podyplomowych studiów z zarządzania. Przez 7 lat pracował jako dziennikarz, w 2009 roku rozpoczął pracę w Dziale Public Relations Rossmanna, a od 2013 roku jest kierownikiem Działu Komunikacji Wewnętrznej i odpowiada kompleksowo za komunikację wewnętrzną spółki. Koordynuje organizację firmowych wydarzeń. Odpowiadał m.in. za kompleksową realizację takich eventów jak jubileusz 20-lecia i 25-lecia Rossmanna w Polsce, czy czterech edycji spotkań motywacyjno-integracyjnych dla pracowników drogerii. Jest laureatem nagrody MP Power Awards, magazyn dla pracowników Rossmanna, którym kieruje, w konkursie Power Of Content Marketing uznany został za najlepszą gazetę firmową w Polsce, a stworzony z zespołem cyfrowy system komunikacji wewnętrznej nagrodzony został tytułem Digital Excellence Awards 2022.





Katarzyna Gaweł-Brudkiewicz

Head of Internal and Engagement Communications Ringier Axel Springer Polska

Finansistka z wykształcenia, z zamiłowania od ponad 10 lat zajmuje się komunikacją. Fascynują ją relacje międzyludzkie, kwestia różnych perspektyw i odbioru informacji. Wierzy, że „you can't change what you don't measure”, dlatego w Ringier Axel Springer Polska, obok roli Head of Internal and Engagement Communications, jest również liderką inicjatywy EqualVoice, mającej na celu pomiar głosu kobiet w przestrzeni publicznej, aby go zwiększać. Ekspertka z Bazy Ekspertek #nieczekam107lat.



Magdalena Gębala

Internal Communication & Employer Branding Professional Shell

Jest ekspertką ds. komunikacji wewnętrznej, trenerką i specjalistką ds. employer branding. Od ponad 10 lat wdraża i usprawnia działania komunikacyjne łącząc role ekspertki ds. komunikacji wewnętrznej, trenerki rozwoju osobistego i specjalistki ds. employer branding. Wierzy, że komunikacja ma wpływ na wszystko, co w życiu robimy – może otwierać i zamykać ludzkie serca. Pracując na co dzień nad usprawnianiem komunikacji wewnętrznej, pomaga swoim klientom budować mosty zamiast murów, dzięki sposobowi w jaki się komunikują.



Michał Kasprzyk

Producent Podcastów Cleverhearted Showrunners

Wierzy w moc storytellingu, szczególnie historii, które dają wartość odbiorcom. Jako producent podcastów tworzył serie m.in. dla Capgemini, Empiku i Nokii. Jego agencja Cleverhearted Showrunners produkuje podcasty dla firm. Prowadzi podcast „Marketing Opowieści”, poświęcony storytellingowi w działaniach marketingowych. Jest członkiem The Podcast Academy, bierze udział w przyznawaniu nagród „Ambies”, czyli podcastowych Oscarów. Korzystał z mentoringu osób z NPR i BBC. Przemawiał na największych polskich konferencjach: I Love Marketing, InfoShare, Internet Beta, TEDxKatowice. Przez 5 lat organizował TEDxWroclaw, czyli lokalną wersję konferencji TED (o Pomysłach Wartych Rozpowszechniania). Ostatnia organizowana przez niego edycja miała epicką formę musicalu. Uczył się przemawiania między innymi od Chrisa Andersona (dyrektora TED) oraz Hansa Roslinga (weterana TED-owych przemówień).





Agata Kozłowska

Kierowniczka Zespołu Administracji i Komunikacji Wewnętrznej Wonga Polska

Od jedenastu lat wspiera organizacje w zakresie komunikacji wewnętrznej oraz budowaniu przyjaznej atmosfery. Angażuje współpracowników w tworzenie kultury organizacyjnie opartej na zaufaniu i wzajemnym szacunku. Odpowiada za kompleksową politykę komunikacji wewnętrznej, wykorzystując wszystkie dostępne narzędzia. Planuje i koordynuje wszystkie wydarzenia firmowe z myślą o pracownikach. Zawsze jest blisko ludzi i z pasją realizuje także strategie well-beingową. Laureatka VI edycji konkursu „Siła Przyciągania” w kategorii „Strategiczne podejście do działań well-being i work-life balance”. Absolwentka Zarządzania na Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie oraz studiów podyplomowych na kierunku Nowoczesna Promocja na SGH. Dotąd realizowała te zadania w Centralnym Ośrodku Informatyki oraz Gas Storage Poland. Z Wonga związana jest od ponad 2 lat.



Jacek Ławrecki

Dyrektor ds. Komunikacji Fortum

Ma ponad 20 lat doświadczenia w dziedzinie komunikacji korporacyjnej, głównie w firmach międzynarodowych działających w Polsce. Z Fortum jest związany od roku 2012. Odpowiada za komunikację w Polsce i pełni funkcję rzecznika prasowego. Koordynował także działania komunikacyjne na Litwie, Łotwie i w Estonii. Wcześniej zarządzał komunikacją korporacyjną, produktową i wewnętrzną w firmach farmaceutycznych: Novartis i AstraZeneca. Pracował także w agencjach public relations. Jest absolwentem Uniwersytetu Warszawskiego (lingwistyka stosowana) oraz Szkoły Głównej Handlowej (Program Studiów Europejskich: komunikowanie).



Paulina Łukaszuk

Dyrektor ds. Komunikacji, Rzecznik Prasowy Akademii Leona Koźmińskiego

Ekspertka komunikacji przekonana o tym, że prawdziwa komunikacja to prawdziwi ludzie. Od ponad 15 lat zajmuje się komunikacją korporacyjną, wewnętrzną, działaniami PR oraz marketingowymi, które pozwalają firmom i ekspertom osiągać wyjątkowe rezultaty – właśnie dzięki przekładaniu słów na relacje. W codziennej pracy współpracuje z czołowymi ekspertami przy tworzeniu wartościowych treści i budowaniu porozumienia, które pozwala rzucać wyzwania rutynie operacyjnej. W komunikacji stawia na szczerość, otwartość i relacje. W Akademii Leona Koźmińskiego odpowiada za obszar komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, spójnej z przyjętą przez uczelnię ideą „new school for a new world”. Wcześniejsze doświadczenia zawodowe zdobywała m.in. w wiodących firmach z branży doradczej, rekrutacyjnej oraz e-commerce, dzięki czemu doskonale rozumie wyzwania przyszłości oraz istotę porozumienia z różnymi grupami odbiorców w kontekście efektywności organizacji czy instytucji oraz budowania społeczności. Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego i Szkoły Głównej Handlowej.





Michał Pietrzykowski

Head of Internal Communication and Company Culture Green Caffè Nero

Absolwent studiów podyplomowych z „Nowoczesnego zarządzania w gastronomii” na SGGW. Praktyk, zawsze blisko ludzi, ciągle szuka nowych oraz skuteczniejszych dróg do celu i sukcesu. W Green Caffè Nero przeszedł drogę od baristy przez managera operacyjnego do szefa komunikacji wewnętrznej i kultury firmy. Od jednej kawiarni i kilku osób w zespole do ponad 70 kawiarni i 1000 ludzi na pokładzie w pięciu miastach w Polsce. Tworzył struktury komunikacji, employer branding, kultury i wartości, szkoleń, członek management’u Green Caffè Nero od 10 lat. Bardzo mocno wierzy w to, że wysokie standardy etyczne oraz dialog prowadzą do sukcesów. Pomaga w rozwoju ludzi, budowaniu relacji, a także znajdowaniu satysfakcjonujących rozwiązań dla zespołów.



Krzysztof Rapacz

Global Internal Communications Manager RTB House

Praktyk w zakresie tworzenia strategii i realizacji działań z obszaru nowoczesnej Komunikacji Wewnętrznej oraz CSR dla dużych przedsiębiorstw z branży e-commerce, IT oraz logistyki. Od ponad 10 lat przekłada cele strategiczne firm na działania angażujące pracowników i wspierające budowanie kultury organizacyjnej. Doświadczenie w Komunikacji Wewnętrznej, CSR i PR zdobywał m.in. w Allegro, Amazon, H&M oraz RTB House. Odpowiadał również za tworzenie od podstaw projektów i eventów wspierających cele społecznej odpowiedzialności biznesu w połączeniu z działaniami public policy. W pracy zdarza mu się być copywriterem, konferansjerem, lektorem, grafikiem, twórcą video i front-endowcem.



Marta Sikora

Starsza Specjalistka w Zespole People&Culture Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.

Z Toyotą związana od 20 lat. Zaczynała jako recepcjonistka – co ceni do dziś, ponieważ w miarę jak rozrastała się Toyota, mogła poznać wszystkich pracowników osobiście. Obecnie Starsza Specjalistka w Zespole People & Culture. Certyfikowana trenerka Toyota Business Practices (TBP). Odkrywa tajniki filozofii Toyota Way prowadząc szkolenia dla pracowników. Razem z zespołem buduje strategię i przygotowuje kompleksowo komunikację wewnętrzną. I prywatnie, i zawodowo interesuje się wszystkimi tematami związanymi z DE&I, czyli różnorodnością. Prowadziła warsztaty dla kobiet „Miejsce pracy przyjazne kobietom”, jest członkinią zespołu wdrażającego strategię DE&I w Toyocie. Jest Przewodniczącą Wałbrzyskiej Rady Kobiet, w ramach której wspiera społeczność lokalną i przy okazji promuje Toyotę jako miejsce pracy przyjazne kobietom. W Wałbrzychu, gdzie mieszka, na wniosek Wałbrzyskiej Rady Kobiet, przyjęta została uchwała i apel o niestosowaniu mowy nienawiści w przestrzeni publicznej. Jako efekt, przy ścisłej współpracy z władzami miasta, wprowadziła kampanię społeczną „Wałbrzychszanuje” mającą na celu stworzenie inluzywnego miasta.





Marcin Szczepblewski

Kierownik ds. Personalnych Toyota Motor Manufacturing Poland

Od ponad 15 lat związany z Toyotą jako pracownik, a jeszcze dłużej – jako zadowolony klient. Od 4 lat koordynuje działania związane z employer brandingiem i rekrutacją w związku z uruchamianiem nowych projektów w polskich fabrykach Toyoty. Swoją wiedzę i doświadczeniami dzieli się, prowadząc zajęcia dla studentów wrocławskich uczelni.



Karolina Szelańska

Internal Communication Expert Mercer

Skończyła studia magisterskie na kierunku Europeistyka na Uniwersytecie Warszawskim, specjalizując się w Marketingu Europejskim. Swoją przygodę z komunikacją wewnętrzną, rozpoczęła w firmie Mercer w 2018 roku jako stażystka. Mając okazję rozwijać swoje kompetencje i pasję do komunikacji w międzynarodowym środowisku, aktualnie jako Ekspertka Komunikacji Wewnętrznej ściśle współpracuje z Leadershipem w zakresie komunikacji korporacyjnej i kryzysowej, której odbiorcami są również zespoły globalne (w Indiach, Chinach, USA). Odpowiedzialna jest również za koordynację projektów, mających na celu wspieranie grup zaangażowania pracowników, organizację inicjatyw i eventów firmowych oraz wsparcie działań promujących markę pracodawcy. Największym wyróżnieniem dla niej było objęcie roli Reprezentantki Pracowników warszawskiego biura na Europejskim Forum Pracowników Mercera, na którą to została wybrana w drodze głosowania przez kolegów i koleżanki z biura. Wszystkie działania które podejmuje, opierają się na założeniu, że największą wartością organizacji są ludzie, a różnorodność to coś, co sprawia, że każda/y z nas jest wyjątkowa/y.



Julia Węglińska

Menadżerka ds. Komunikacji Wewnętrznej BNP Paribas Bank Polska S.A.

Menadżerka z blisko 20-letnim doświadczeniem w obszarze komunikacji korporacyjnej w branży finansowej. Z Bankiem BNP Paribas związana od 2015 roku. Ma doświadczenie w komunikacji fuzji i przejęć, procesu transformacji i zarządzania zmianą, tematów z obszaru HR i EB. Docenia dobrze opowiedziane historie. Aktywnie wspiera inicjatywę Kobiety zmieniające BNP Paribas, której celem jest uwolnienie potencjału kobiet i budowanie różnorodnej i inkluzywnej organizacji.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Sokulska

Project Manager

 48223339850

 m.sokulska@pb.pl

Współpraca



Joanna Czyczuk-Oziębło

Marketing Manager - Team
Leader

 48223339825

 j.czyczuk@pb.pl

Novotel Warszawa Centrum

ul. Marszałkowska 94/98
Warszawa

Partner Merytoryczny

PinPoint



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(21863)

Formularz rejestracji: Komunikacja wewnętrzna

Cena

Komunikacja wewnętrzna

29 marca 2023, Warszawa

2495 zł netto od 2023-03-29 do 2023-03-29

Kod promocyjny

Osoba zgłaszająca

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

Dane do faktury

☐ firma

☐ osoba fizyczna

Państwo

NIP

Nazwa/Imię i nazwisko

Miejscowość

Ulica i numer

Kod pocztowy

☐

Potwierdzam, że zapoznałam/em się z [Regulaminem](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/Regulamin_wydarzen_platnych_18102022_pdf.pdf) wydarzenia i akceptuję jego treść.

☐

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

☐

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

☐

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

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

Pieczętka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(21863)

Formularz rejestracji: Komunikacja wewnętrzna

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 p atnych organizowanych przez Bonnier Business Polska Sp. z o.o.

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkole p atnych („Wydarzenia”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzib w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsi biorców Krajowego Rejestru S dowego przez S d Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydzia Gospodarczy Krajowego Rejestru S dowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysoko kapita u zak adowego: 2 000 000,00 PLN („Organizator”).
2. Wynagrodzenie nale ne Organizatorowi za udzia jednej osoby w Wydarzeniu („Cena”) okre lane s ka dorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („Strona Wydarzenia”) w informacjach ogólnych dotycz cych Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materia y szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych tak e przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we w asnym zakresie. W przypadku Wydarze organizowanych z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wy cznie prelekcje oraz materia y szkoleniowe. P atno ci nale y dokonywa na rachunek bankowy Organizatora wskazany ka dorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzgl dnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wype nienie elektronicznego formularza zg oszenia/udost pnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („Zg oszenie”) i zatwierdzenie Zg oszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowi zkiem zap aty” lub pobranie, wype nienie i odes anie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zg oszeniu jako podmiot zg aszaj cy umowy, której przedmiotem jest umo liwienie osobom wskazanym w Zg oszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zg oszenia Organizator wystawia i przesy a na adres poczty elektronicznej wskazany w Zg oszeniu faktur pro forma p atn w terminie siedmiu (7) dni od daty Zg oszenia.
4. Bior c pod uwag fakt, e Zg oszenie dokonywane mo e by przez osob zyczn dzia aj c w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zg aszaj ca zobowi zana jest w trakcie dokonywania Zg oszenia do potwierdzenia stosownego upowa nienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyj cia Zg oszenia.
5. Osoba dokonuj ca Zg oszenia ponosi odpowiedzialno za o wiadczenia sk adane w trakcie realizacji procedury Zg oszenia. Szczegó owe warunki Zg oszenia, sposób post powania w trakcie i po dokonaniu Zg oszenia oraz zakres wymaganych o wiadcze osoby zg aszaj cej oraz osób zg aszanych Organizator okre la w interaktywnym formularzu Zg oszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. O rezygnacji z udzia u w Wydarzeniu nale y poinformowa Organizatora przesy aj c tak informacj na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl
7. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie pó niej ni dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia, podmiot zg aszaj cy zostanie obci ony op at w wysoko ci stanowi cej równowarto 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zg oszenia w terminie pó niejszym ni na dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym ni dwadzie cia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpocz ciem Wydarzenia, podmiot zg aszaj cy zostanie obci ony pe n Cen .
9. Nieodwo anie Zg oszenia lub niewzi cie udzia u w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zg aszaj cego z obowi zku zap aty Ceny.
10. Niedokonanie wp aty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 4 powy ej nie jest jednoznaczne z rezygnacj z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wp aty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wy cza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnie z pkt 9 i 10 Regulaminu.
11. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zg oszeniu, w Wydarzeniu wzi a udzia inna osoba wskazana przez podmiot zg aszaj cy. O zmianie, podmiot zg aszaj cy informuje Organizatora przesy aj c stosown informacj na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie pó niej ni w dniu poprzedzaj cym dzie rozpocz cia Wydarzenia.
12. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególno ci polegaj cej na zmianie godziny danego wyst pienia, zmianie osoby prowadz cej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak równie do odwo ania Wydarzenia.
13. W przypadku odwo ania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej cz zostan zwrócone lub –za zgod podmiotu zg aszaj cego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zg aszaj cemu, który op aci Cen , Organizator zwraca Cen w pe nej wysoko ci.
15. Wszystkie materia y przekazane uczestnikowi w zwi zku z Wydarzeniem („Materia y”) stanowi w asno Organizatora (lub podmiotów wspó pracuj cych z Organizatorem) i w zwi zku z tym przeznaczone s wy cznie do u ytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
16. Zabronione jest zwielokrotnianie Materia ów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, u yczanie, wy wietlanie, publiczne udost pnianie Materia ów w taki sposób, aby ka dy móg mie do nich dost p w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiekolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
17. Zg aszaj cy zobowi zany jest poinformowa uczestnika zg aszanego do wzi cia udzia u w Wydarzeniu, e Organizator mo e utrwal a przebieg Wydarzenia -w celu informacyjnym -za pomoc urz dze rejestruj cych d wi k lub obraz. Brak zgody uczestnika zg aszanego do wzi cia udzia u w Wydarzeniu na powy sze czynno ci wyklucza mo liwo wzi cia udzia u w Wydarzeniu. Organizator mo e zamie ci utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzgl dnieniem obowi zuj cych w tym zakresie przepisów prawa dotycz cych ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
18. Dokonanie Zg oszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upowa nienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osob zg aszaj c lub podmiot w imieniu którego osoba zg aszaj ca dzia a.
19. Organizator udziela osobie dokonuj cej Zg oszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysoko ci co najmniej 5% na rejestracj na organizowane, w ci gu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy si automatycznie. Kod rabatowy b dzie przesy any przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonuj cej Zg oszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejn edycj Wydarzenia lub konferencj , warsztat, szkolenie p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do up ywu wskazanego terminu rejestracji na kolejn edycj Wydarzenia lub konferencj , warsztat, szkolenie p atne zwi zane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy ka dego uczestnika zg aszanego przez osob uprawnion do rabatu. Rabat czy si z innymi rabatami, chyba e Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.



20. Je li osoba dokonuj ca rejestracji wyra a b d utrzymuje wyra one uprzednio zg marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% sta ego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na p atne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i og aszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy dzia aj cy pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgó. Rabat ten czy si z innymi. Wery kacja nast puje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zg oszeniu adresu e-mail osoby zg aszaj cej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przys uguje wy cznie osobie dokonuj cej rejestracji (dokonuj cej Zg oszenia) i dotyczy danego Zg oszenia bez wzgl du na liczb uczestników rejestrowanych przez osob dokonuj c rejestracji i uprawniön do otrzymania rabatu.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywaj cym si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spe niaj cym nast puj ce minimalne wymagania techniczne:
- 21.1.1 dost p do Internetu,
- 21.1.2 urz dzenie ko cowe,
- 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umo liwiaj cego odczytywanie plików w ró nych formatach (m.in. gra cznych, d wi kowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
22. O ile jest to niezb dne ze wzgl du na charakter Wydarzenia odbywaj cego si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zg oszenia przekazuje informacj o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezb dnych do wzi cia udzia u w Wydarzeniu
23. Organizator Wydarzenia odbywaj cego si z wykorzystaniem rodków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialno ci za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywo ane dzia aniami lub zaniechaniami osób trzecich,
- 23.1.2 niedzia anie albo wadliwe dzia anie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania rm trzecich, w tym dzia anie wirusów komputerowych,
- 23.1.3 niew a ciw kon guracj sprz tu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzi cia udzia u w Wydarzeniu,
- 23.1.4 wady sprz tu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.5 brak lub przerwy w dost pie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
- 23.1.6 nieprawid ow obs ug aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.7 innymi okoliczno ci uniemo liwiaj ce lub utrudniaj ce uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane dzia aniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. W przypadku Wydarze stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami w adzy pa stwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego cz ci, ogranicze , a tak e wytycznych w a ciwych s u b, instytucji oraz innych podmiotów realizuj cych ustawowe obowi zki, które wp ywa by na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega mo liwo wprowadzenia dodatkowych wymaga dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpiecze stwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zg oszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczno ci potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przes anej wiadomo ci. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyra zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
25. Osoba dokonuj ca Zg oszenia podejmuj c czynno ci w celu dokonania Zg oszenia potwierdza, e dane zg aszanego uczestnika s prawdziwe, a osoba zg aszana do wzi cia udzia u w Wydarzeniu wyrazi a zgod na dokonanie Zg oszenia z uwzgl dnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zg oszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokona Zg oszenia oraz jakie dane zosta y wskazane z pro b o ich potwierdzenie.
26. Niniejszy regulamin obowi zuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrze eniem e dokonane zmiany obowi zuj od chwili ich przekazania do publicznej wiadomo ci.

