

Warszawa

22 - 23 listopada 2023

Hotel Polonia Palace

VI Employer branding w praktyce

2895 zł netto do 23 listopada



CEL



W dobie bardzo dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości społeczno-gospodarczej, pojawiających się wciąż kolejnych trendów branżowych czy nowinek technologicznych, pewne kwestie pozostają niezmiennie, a są nimi m.in. **potrzeby oraz oczekiwania pracowników**. Wg krajowego raportu Employer Brand Research*, przygotowanego przez firmę Randstad, w dalszym ciągu, dla **73% potencjalnych pracowników najważniejsze jest atrakcyjne wynagrodzenie** oraz **oferowane przez pracodawcę benefity**. Aż **64% kandydatów podkreśla, że ważna jest dla nich przyjazna atmosfera pracy**, a **58% pracowników uważa za istotne możliwość rozwoju własnej kariery** oraz **perspektywa udziału w szkoleniach**. Ponadto, dla coraz większego odsetka pracowników istotna jest **stabilność zatrudnienia, możliwość pracy zdalnej** oraz **respektowana w organizacji kultura work-life balance**.

**Employer brand research. Raport krajowy Polska, Randstad 2022*

Zapraszamy serdecznie do udziału w 6. odsłonie konferencji „**Employer branding w praktyce**”, która odbędzie się **22-23 listopada 2023 r. w Warszawie**.

Jeśli jesteś managerem, który odpowiada za realizację projektów z obszaru EB, HR czy komunikacji lub po prostu jesteś entuzjastą tej tematyki, koniecznie dołącz do grona uczestników konferencji.

Podczas konferencji m.in.:

- **POROZMAWIAMY** o tym jakie są aktualne wyzwania oraz rzeczywistość pracodawców, oczekiwania pracowników i jaka maluje się przed nami wizja przyszłości
- **POSŁUCHAMY** o budowaniu skutecznej strategii Employer Brandingowej oraz o tym jak kultura organizacyjna może być sposobem na tworzenie efektywnej i spójnej komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej
- **OMÓWIMY** jak uniknąć działań pozorowanych w Employer Brandingu, czyli o szczerości i spójności w działaniach
- **DOWIEMY SIĘ** jak stworzyć unikatową (i skuteczną) kampanię wizerunkową
- Wspólnie **ZASTANOWIMY SIĘ** jakie znaczenie w Employer Brandingu jest zarządzanie różnorodnością
- **ZAPREZENTUJEMY** sposoby na budowanie długofalowych programów przyciągających różnorodne talenty
- oraz **POZNAMY** przepis na efektywne employee advocacy w organizacji

Uczestnikom konferencji gwarantujemy:

- Najwyższą jakość merytoryczną, wystąpienia wyłącznie doświadczonych ekspertów – praktyków z różnych branż
- Różnorodne formuły: inspirujące prelekcje, case studies oraz panele dyskusyjne
- Atmosferę sprzyjającą pogłębianiu wiedzy i kreowaniu nowych pomysłów
- Liczne okazje do integracji i interakcji
- Imienny certyfikat potwierdzający zdobytą wiedzę





PROGRAM

Środa, 22 listopada

08:15

Rejestracja, poranna kawa

09:00

Oficjalne rozpoczęcie Konferencji

 *Magdalena Marczak-Makowska, Project Manager, Puls Biznesu*

09:10

PANEL DYSKUSYJNY. Trendy i wyzwania w Employer Branding na kolejne lata

-  *Moderator: Adam Wąsik, Współwłaściciel, Pracownia EB*
 -  *Aleksandra Woźnicka, EB Expert, Bosch Polska*
 -  *Anna Parzyszek, Employer Branding Centre of Expertise, ING Bank Śląski*
 -  *Ewa Jakimowicz, Expert Team Lead – Talent Acquisition & Employer Branding, T-Mobile Polska*
-

09:55

Właściwa strategia Employer Brandingowa jako klucz do sukcesu

 *Aleksandra Woźnicka, EB Expert, Bosch Polska*

CASE STUDY BOSCH

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2022

Główna nagroda w Kategorii " Onboarding w nowym modelu pracy"

- Jak zbudować Strategię EB na solidnych fundamentach?
 - Kiedy EVP zmienia planowanie działań w organizacji?
 - Dlaczego nie tylko onboarding bez strategii nie ma szans na sukces?
 - W którym momencie wprowadzać innowacje podczas budowania strategii dla firmy, która ma już swoje wytyczne oraz identyfikację marki?
 - Od czego zacząć, niezależnie od tego, w jakim momencie biznesowym znajduje się moja organizacja?
 - Kto jest największym zasobem każdej organizacji i jak mogę wykorzystać pozyskaną od niego wiedzę?
-

10:35

Kultura organizacji, czyli sposób na tworzenie efektywnej i spójnej komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej

 *Anna Koper-Przybyszewska, Senior Specialist - Employer Branding, ING Bank Śląski S.A.*



CASE STUDY ING BANK ŚLĄSKI

- Kultura organizacji - jak sprawić, żeby nie była wirtualnym zbiorem zasad i wartości?
- Employer Branding a kultura organizacji.
- Jak wspierać pracowników w kontekście kultury organizacji.
- Jak przełożyć kulturę organizacji na spójną komunikację wewnętrzną i zewnętrzną?

11:15

Przerwa kawowa oraz networking

11:45

Jak żyć jako Employer Brandingowiec w dużej organizacji?

-  Zuzanna Ziębicka, Specjalistka ds. Employer Brandingu, T-Mobile Polska
-  Ewa Jakimowicz, Expert Team Lead – Talent Acquisition & Employer Branding, T-Mobile Polska

CASE STUDY T-MOBILE

- Brand synergy vs. cele HR
- Employee advocacy vs. compliance
- Autentyczność i spójność - czy to możliwe?

12:25

Mikromomenty - autentyczna strategia EB, która przyciąga i zatrzymuje talenty

-  Katarzyna Turska, dyrektor HR, Pluxee Polska
-  Karol Kamas, dyrektor marketingu, Pluxee Polska

CASE STUDY PLUXEE

- Czego dzisiaj potrzebują pracownicy? Jakie towarzyszą im obawy i wyzwania?
- Jak przyciągnąć kandydatów do firmy w zmiennych czasach?
- Co wzmacnia zaangażowanie pracowników tu i teraz?
- Jakie znaczenie mają mikromomenty w kontekście budowania pozytywnej kultury organizacji?

12:55

Zaangażowanie i lojalność pracowników w dobie pracy online i hybrydowej

-  Mateusz Zych, Manager, People & Change, PwC

CASE STUDY PwC

- Czy żyjemy w czasach nowego kontraktu?
- Czy możemy jeszcze wymagać lojalności od nowych pracowników czy raczej zakładać że są z nami na chwilę i budujemy ich dobre doświadczenia aby rekomendowali do nas kolejne osoby?
- QUIET QUITTING i GREAT RESIGNATION – jak radzić sobie z brakiem motywacji, zapału, pasji czy poczucia sensu i celu, zatrzymując pracowników na dłużej



13:35

Przerwa lunchowa

14:35

Jak stworzyć unikatową (i skuteczną) kampanię wizerunkową?

 *Patrycja Pacocha, Recruitment Manager, Software Mansion Spółka Akcyjna*

 *Kasia Polak, VP, Software Mansion Spółka Akcyjna*

CASE STUDY SOFTWARE MANSION SPÓŁKA AKCYJNA

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2022

Główna nagroda w Kategorii "Employer branding – kampania wizerunkowa"

- Jak autentycznie i atrakcyjnie pokazać kulturę organizacji w kampanii EB?
- Wykorzystanie influencera (Roberta Makłowicza) w kampaniach EB
- Zaangażowanie pracowników na przykładzie kampanii #MarzeniaSięSpełniają
- O powrotach do firmy na przykładzie kampanii #ZawszeWracają
- Czy niepłatne polecenia działają na przykładzie najnowszej kampanii
- Efekty i odbiór kampanii

15:15

Jak otwarcie się na różnorodność wpłynęło na nasz wizerunek?

 *Magdalena Dawiec, HR Manager platformy logistycznej w Głogowie, FM Logistic*

 *David Strzyżak, Recruitment & Employer Branding Manager, Central Europe, FM Logistic*

CASE STUDY FM Logistic. Różnimy się ale wszyscy jesteśmy Zawodowcami!

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2022

Wyróżnienie w Kategorii "Inkluzywna rekrutacja"

- Rekrutujemy średnio około 1000 osób rocznie ale to nie będzie o typowej rekrutacji i EB. Opowiemy o rekrutacji wewnętrznej i to w bardzo wyjątkowym wymiarze.
- Opowiemy o budowaniu włączającego środowiska pracy, które przekłada się na sukces rekrutacyjny w niszowej grupie kandydatów. Czasem nawet niezamierzony.
- To będzie o otwartości, wrażliwości i inkluzywności... i o tym, że nie zawsze cel zdefiniowany na początku projektu jest tym najbardziej wartościowym.
- To będzie bardzo prawdziwe. Opowiemy o tym jak dotrzeć ze swoim przekazem do serca organizacji.
- Opowiemy jakie błędy popełniliśmy rozpoczynając dyskusję na temat różnorodności i osób z niepełnosprawnościami w środowisku magazynowo - produkcyjnym.

Mamy nadzieję, że zainspirujemy organizacje 'blue collarsowe' do tego, aby nie traktować różnorodności jak modnego hasła ale czegoś, co realnie wpływa na ich wyniki i czego "produktem ubocznym" jest wzmocnienie ich wizerunku.



16:00

Zakończenie pierwszego dnia Konferencji

Czwartek, 23 listopada

09:00

PANEL DYSKUSYJNY - Unikanie działań pozorowanych w EB - Szczerość i spójność w działaniach vs. realne działania

-  *Moderatorka: Anna Macnar, CEO, HRM Institute*
-  *Olga Winerowicz, Specjalista ds. Komunikacji Wewnętrznej, Nestlé Polska S.A.*
-  *Anna Kumiega, Employer Branding Associate Manager, Deloitte Poland*
-  *Natalia Zglińska, Employer Branding & PR Specialist, Boldare*
-  *Joanna Kwaśniewska, Talent Acquisition and Employer Branding Expert, Kuehne + Nagel Sp. z o.o.*

09:50

Przepis na efektywne Employee advocacy w organizacji

-  *Aleksandra Kubasiewicz, Expert ds. Employer Brandingu, Bank Pekao S.A.*
-  *Ilona Czerska, Ekspert, Bank Pekao S.A.*

CASE STUDY BANK PEKAO S.A.

- Po co mi program ambasadorski w organizacji? – cel programu
- Od czego powinienem zacząć? – etapy wdrażania programu w prostych krokach
- Kto będzie twoim najlepszym ambasadorem? – profil ambasadora
- Jaka jest rola ambasadora oraz jak jest w tym wszystkim twój wkład? – zakres działań ambasadora oraz odpowiedzialność koordynatora
- Kiedy ci się to nie uda? – czego warto unikać w employee advocacy

10:30

O czym pamiętać, aby wyróżnić pracodawcę na mocno konkurencyjnym rynku pracownika na przykładzie działań pod blue collars

-  *Karolina Matczak, Senior Talent Acquisition & Employer Branding Specialist, PepsiCo*

CASE STUDY PEPSICO

- Czy wiesz, co zdaniem Twoich pracowników wyróżnia Cię na tle konkurencji, co robisz dobrze, a co możesz lepiej?
- Czy wiesz, kim jest i co robi Twoja konkurencja?
- Czy znasz przewagi Twojej konkurencji nad Tobą i Twoje nad nią?
- Czy wiesz, jakie masz EVP i dlaczego EVP globalne to tylko część prawdy o Twojej marce?
- Czy wiesz, jak wygląda Twoja komunikacja zewnętrzna, procesy rekrutacji i wdrożenia oczami kandydatów i nowych pracowników?
- Czy znasz swoje grupy docelowe? Kim są, gdzie są, czego oczekują, co robią?
- Czy znasz najlepsze kanały komunikacji z Twoją grupą docelową i język, którym się komunikuje?



- Czy wiesz, jak dopasować rekrutację do grupy docelowej?

11:10

Przerwa kawowa oraz networking

11:40

Przyciągnij najlepszych kandydatów... jakością procesu rekrutacyjnego!

 Aleksandra Żołnowska, Recruitment Business Partner, Red Sky

 Bartosz Fijałkowski, Brand Manager, Red Sky

CASE STUDY RED SKY

Laureat Konkursu Siła Przyciągania 2022

Główna nagroda w Kategorii "Nowoczesne technologie w zarządzaniu ludźmi"

- Jak dopasować do potrzeb organizacji strukturę procesu rekrutacyjnego?
- Gdzie leży zdrowy balans pomiędzy automatyzacjami, a tzw. "human touch"?
- Dlaczego (i jakie) narzędzia ze świata e-Commerce wykorzystywać w rekrutacji?

12:20

Otwieramy drzwi dla Gen-Z - Wprowadzenie programu stażowego w firmie IT o wysokim seniority

 Maria Bazyłska, Employer Branding Specialist, Ringier Axel Springer Tech

CASE STUDY RINGIER AXEL SPRINGER TECH

- Dlaczego zdecydowaliśmy się na wprowadzenie programu stażowego w RAS TECH w środowisku o wysokim seniority?
- Jak nawiązanie współpracy z uczelniami wyższymi otworzyło nam drzwi do świata młodych talentów IT?
- Jakie wyzwania napotkaliśmy przy organizacji pierwszej edycji, czego nie zdecydowaliśmy się powtórzyć i jakie sukcesy odnieśliśmy w drugiej edycji?
- Jak program stażowy wpłynął na naszą firmę i jakie są nasze plany na przyszłość.

13:00

Od nieobecności do rozpoznawalności: Historia podboju serc polskich programistów przez amerykański fintech

 Krystian Cieślak, Founder & CEO, Ro Agency

CASE STUDY

- Jak bliżej nieznana firma zza oceanu budowała wizerunek atrakcyjnego pracodawcy IT wśród doświadczonych polskich programistów
- Czym jest lejek komunikacyjny w employer branding i jakie cele może spełniać?
- Jak mierzyliśmy efektywność działań komunikacyjnych realizowanych wśród potencjalnych pracowników i co sprawdzało się najlepiej?



13:40

Przerwa lunchowa

14:40

Podróż w nieznane, czyli Employer Value Proposition w świecie BANI

 Agata Białkowska-Samul, Employer Branding Leader, Allegro

CASE STUDY ALLEGRO

- Rola EVP w dynamicznie zmieniającym się świecie pracy z punktu widzenia kandydata i pracodawcy.
 - Jak identyfikować EVP będąc w trakcie zmian?
 - Jakie narzędzia mogą nas wesprzeć z bieżącą pracą z EVP?
-

15:20

Komunikacja multigeneracyjna – jak zmienia się komunikacja względem różnych pokoleniowo grup odbiorców?

 Marcin Kasprzak, Head of Marketing & PR, ERBUD Group

CASE STUDY GRUPY ERBUD

- W wielu firmach dochodzi do zmiany generacyjnej, „stara gwardia” przestaje czuć się swobodnie we własnej firmie. Video wypiera tekst, TikTok obdzierza z powagi, ale jednocześnie jest chętnie oglądany, mamy do czynienia z trzema modelami adaptacji do zmian. Jak pogodzić te pozornie różne potrzeby?
-

16:00

Oficjalne zakończenie Konferencji





PRELEGENCI



Maria Bazylska

Employer Branding Specialist Ringier Axel Springer Tech

Specjalistka ds. Employer Brandingu w obszarze technologii. Od ponad 6 lat związana z prowadzeniem działań komunikacyjnych i marketingowych w mediach społecznościowych. Od 4 lat pracująca ze studentami, a od niemal 2 lat z programistami. W pracy najważniejsi są dla niej ludzie i otwarta komunikacja. Poza pracą rozwija się w roli doradczyny zawodowej, pomagając odkrywać ludziom ich potencjał zawodowy i osobisty oraz wspiera ich w procesie podnoszenia kwalifikacji. W wolnych chwilach uczy się hebrajskiego, słucha bardzo dużo podcastów i próbuje przekonać się do biegania.



Agata Białkowska-Samul

Employer Branding Leader Allegro

Od lat związana z obszarem budowania wizerunku pracodawcy, ekspertka w obszarze definiowania EVP, wdrażania strategii employer brandingowych w organizacjach oraz start-upach. Wierzy w siłę autentycznej komunikacji i rozwoju opartego o mocne strony. Poza pracą - rysuje oraz interesuje się rozwojem osobistym.



Krystian Cieślak

Founder & CEO Ro Agency

Z branżą PR jestem związany od czasów, kiedy informacje prasowe wysyłało się faksem. Od 2016 roku zarządzam fantastycznym zespołem konsultantów Ro. Realizujemy nowatorskie kampanie komunikacyjne i działania employer brandingowe dla firm technologicznych, startupów oraz innowacyjnych korporacji takich jak Booksy, SodaStream, TomTom Telematics i Bonduelle. Współtworzyłem Blog Forum Gdańsk, najważniejszą konferencję dla twórców internetowych w Polsce oraz Program dla Młodzieży „Mam Haka na Raka”, uznany przez Związek Firm Public Relations za Kampanię PR XX-lecia. Bywałem wykładowcą PR na Politechnice Warszawskiej w Akademii Leona Koźmińskiego oraz Uczelni Łazarskiego. Employer Branding to dla mnie przede wszystkim relacje. Jeśli doczytałeś/-eś do tego miejsca, mam nadzieję, że będziemy mieli okazję poznać się osobiście.





Ilona Czerska

Ekspert Bank Pekao S.A.

Od 10 lat związana jestem z bankowością. W Pekao S.A. wspieram i szkole z umiejętności sprzedażowych pracowników sieci detalicznej, interesuję się zwinnym modelem pracy #agile. Biorę udział w projektach bankowych dotyczących nowych technologii (emPowerWomen) oraz jestem ambasadorem Pekao na LinkedIn. #biorę życie za rogi w Pekao.



Magdalena Dawiec

HR Manager platformy logistycznej w Głogowie FM Logistic

Ekspert HR z wieloletnim doświadczeniem w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi, rekrutacji, szkoleniach i rozwoju, employer branding, a także kadr i płac. Wykładowca MCKK w Lubinie, finalistka konkursu TOP Cardiff Manager HR z wyróżnieniem za interdyscyplinarne podejście do HR. Aktualnie pełni rolę HR Managera Platformy FM Logistic w Głogowie – tworzy, kreuje, rozwija politykę personalną jednostki i dba o dobrostan pracowników. Wierzy w siłę zespołu – w pojedynkę można zdziałać wiele, ale największe sukcesy osiąga się tylko przy wsparciu innych!



Bartosz Fijałkowski

Brand Manager Red Sky

Brand Manager w Red Sky. Marketer z 12-letnim doświadczeniem w agencjach reklamowych, korporacjach i startupach. Specjalizuje się m.in. w marketingu rekrutacyjnym, budowaniu marek osobistych w Social Media i tworzeniem strategii komunikacji. Prywatnie wielki fan biegania i oraz gry Magic The Gathering.



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.





Karol Kamas

dyrektor marketingu Pluxee Polska



Marcin Kasprzak

Head of Marketing & PR ERBUD Group

Z powodzeniem przeprowadził transformację wizerunkową Grupy Erbud, największej niezależnej firmy budowlanej w Polsce, obecnej na 6 rynkach europejskich. Potwierdzają to nagrody za kampanie - zdobył m.in. dwa złote Złote Spinacze, Srebro i Brąz w MIXX Awards Polska oraz Złoto w MIXX Awards Europe. Wcześniej prawie 12 lat spędził w mediach, jako dziennikarz w takich magazynach, jak „Playboy”, „Esquire”, „Classic Auto”, a przez 4 lata był redaktorem naczelnym „Logo”, jednego z czołowych magazynów lifestylowych dla mężczyzn w Polsce. Został nim w wieku 27 lat, jako jeden z najmłodszych redaktorów naczelnych na rynku. Od lat współpracuje z Olimpiadami Specjalnymi.



Anna Koper-Przybyszewska

Senior Specialist - Employer Branding ING Bank Śląski S.A.



Aleksandra Kubasiewicz

Expert ds. Employer Brandingu Bank Pekao S.A.

Absolwentka Zarządzania Zasobami Ludzkimi. Od 12 lat związana z bankowością i koordynacją projektów HR. W Pekao S.A. odpowiedzialna za obszar employer branding, działania wspierające poczucie przynależności pracowników do marki oraz tworzenie przyjaznego i angażującego miejsca pracy. W codziennej pracy najbardziej cenię możliwość realizacji różnorodnych projektów, poznawania nowych ludzi oraz wymiany doświadczeń. Zawsze stawiam na kreatywność i poszukiwanie nieszablonowych rozwiązań w zakresie praktyk HR. Wierzę, że niezależnie od wykonywanych obowiązków każdy jest w stanie zmienić codzienność swoich współpracowników i klientów, a nawet drobne działania zmieniają komfort pracy na lepszy.





Anna Kumięga

Employer Branding Associate Manager Deloitte Poland



Joanna Kwaśniewska

Talent Acquisition and Employer Branding Expert Kuehne + Nagel Sp. z o.o.

Od lat związana z szeroko pojętym obszarem HR: szkolenia, rozwój, rekrutacje, EB. Ostatnie lata pracowała dla branży: finansowej, medycznej, teraz TSL. Entuzjastka pracy z ludźmi, poszukiwania nowych, nieszablonowych rozwiązań w zakresie budowania marki pracodawcy.



Anna Macnar

CEO HRM Institute

Doświadczona ekspertka, strategka marki pracodawcy, pasjonatka kultury organizacyjnej, zarządzania talentami i synergii marek. Konsultantka, szkoleniowiec, trenerka, wykładowca (m.in.: AGH, SGH, Politechnika Krakowska, UE Poznań). Autorka książki „Employer branding bez tajemnic” oraz innych publikacji na temat budowania wizerunku pracodawcy, kultury organizacyjnej, EVP, identyfikacji wartości, misji i wizji firmy, storytellingu w employer branding, pokoleń na rynku pracy. Organizatorka konferencji, szkoleń i warsztatów z obszaru komunikacji, doceniania i budowania strategii marki pracodawcy. Od lat śledzi trendy EB, prowadzi autorskie badania, dzieli się wiedzą i doradza czołowym pracodawcom. Współpracuje z międzynarodowymi ekspertami i firmami w zakresie badań employerbrandingowych. Oferowana wiedza inspiruje uczestników do wprowadzenia działań w swoich firmach.



Karolina Matczak

Senior Talent Acquisition & Employer Branding Specialist PepsiCo

Entuzjastka EB z analitycznym podejściem. Absolwentka Employer Branding College prowadzonego przez Bretta Michingtona, certyfikowana w obszarze Employer Brand Leadership. Od ponad 4 lat związana z EB w branży FMCG dla brandów Coty i aktualnie PepsiCo, w których odpowiadała za planowanie i wdrażanie działań wewnętrznych oraz komunikację i strategiczne planowanie działań budujących świadomość marek wśród kandydatów.





Patrycja Pacocha

Recruitment Manager Software Mansion Spółka Akcyjna

Patrycja ma dziesięć lat doświadczenia i była pierwszą zatrudnioną w Software Mansion rekruterką. Obecnie w firmie kieruje zespołem rekrutacji i koordynuje działania EB. Po pracy robi zdjęcia analogiem, nurkuje, pływa i czyta jedną książkę po drugiej.



Anna Parzyszek

Employer Branding Centre of Expertise ING Bank Śląski

W ING Banku Śląskim działa w obszarze projektów HR oraz budowania wizerunku pracodawcy i sprawia, aby klienci byli o krok do przodu w życiu i biznesie. Jest odpowiedzialna też za Program Staż z Lwem. Doświadczenie zdobywała między innymi, jako konsultantka HR związana z badaniami zaangażowania pracowników, ekspertka od komunikacji, ale także jako prowadząca spotkania i warsztaty wymiany wiedzy dla praktyków HR. Nie przestaje czytać książek i stale poszukuje ciekawych podcastów i materiałów, które pomagają jej odpowiadać na pytania, które sobie stawia. Ulubiona aktywność to joga, która daje wolność i spokój, a jazda rowerem wytchnienie.



Kasia Polak

VP Software Mansion Spółka Akcyjna

Pracę w Software Mansion Kasia zaczynała od zarządzania projektami, obecnie robi w zasadzie wszystko – jest w zarządzie, nadzoruje zespoły projektowe i działania EB oraz marketingowe. Po pracy najwięcej czasu spędza na wędrownkach z psem Tupakiem.



Dawid Strzyżak

Recruitment & Employer Branding Manager, Central Europe FM Logistic

Związany z branżą HR od ponad 15 lat. Od początku kariery łączy obowiązki związane z rekrutacją z employer brandingiem. Ma wszechstronne doświadczenie zdobyte w polskich i międzynarodowych korporacjach z takich branż jak bankowość, ubezpieczenia, czy budownictwo, gdzie odpowiadał również za procesy HR, TA i EB na rynkach Europy Środkowej oraz w Turcji. Jego projekty były nagradzane w najbardziej prestiżowych konkursach PR i EB w Polsce.





Katarzyna Turska

dyrektor HR Pluxee Polska



Adam Wąsik

Współwłaściciel Pracownia EB

Współwłaściciel agencji PracowniaEB, ekspert employer branding i rynku pracy, mediowiec, związany przez lata m.in. z Gazetą Wyborczą, Gazeta.pl i Goldenline. Rynkiem rekrutacyjnym i marką pracodawcy zajmuje się od ponad 10 lat. Specjalizuje się w budowaniu i strategicznym zarządzaniu marką pracodawcy. Współtworzył strategię dla największych pracodawców w Polsce, a jego agencja od lat jest jedną z najczęściej nagradzanych agencji employer branding w kategoriach takich jak kreacja, materiały video, kampanie i akcje rekrutacyjne, czy przede wszystkim strategię i efektywność działań employer branding. Przewodniczący jury konkursu EBKreator. Stały prelegent wielu konferencji branżowych, angażuje się w działania edukacyjne Collegium Civitas i prowadzi wykłady z employer branding na AGH.



Olga Winerowicz

Specjalista ds. Komunikacji Wewnętrznej Nestlé Polska S.A.

Jestem magistrem filozofii z wykształcenia, a moja kariera zawodowa od początku związana jest z obszarem HR. Pierwsze kroki stawiałam w agencjach rekrutacyjnych, gdzie zdobyłam doświadczenie w zarządzaniu projektami rekrutacyjnymi dla międzynarodowych klientów z różnych obszarów biznesu. Jako HRBP wspierałam branżę medyczną w jej codziennych wyzwaniach. W Nestle mogę zrealizować swoją największą pasję, jaką jest Employer Branding. Dzięki niemu łączę moje wieloletnie doświadczenie w rekrutacji z zainteresowaniem nowymi mediami oraz marketingiem rekrutacyjnym.



Aleksandra Woźnicka

EB Expert Bosch Polska

Swoje doświadczenie zdobywała w Allegro, AkzoNobel, BCG, Deloitte oraz RB.. Entuzjastka autentycznego podejścia w employer branding oraz CSR. Wierzy w to, że każda organizacja ma swoją unikalną historię do opowiedzenia oraz w to, że największą przewagą rynkową współczesnych firm są ludzie, którzy je tworzą.





Natalia Zglińska

Employer Branding & PR Specialist Boldare

Ma na koncie 7 lat doświadczenia w marketingu. Od ponad 5 lat związana z IT, skupia się na budowaniu wizerunku i szeroko pojętej komunikacji zewnętrznej. Od 2 lat działa w obszarze Employer Brandingu i PR w Boldare. Prywatnie miłośniczka Cocker Spanieli i seriali historycznych.



Zuzanna 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 łącząc ludzi i dzieląc... 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.



Mateusz Zych

Manager, People & Change PwC

Od ponad 18 lat pracuje jako specjalista od metodologii i procesów analitycznych w naukach społecznych. Ma doświadczenie w pracy dla dużych organizacji międzynarodowych oraz podmiotów krajowych. Nauczyciel akademicki oraz recenzent czasopism naukowych. W PwC zajmuje się projektami badawczymi ukierunkowanymi na pracownika i jego środowisko. Rozwija zaawansowane narzędzia analityczne wykorzystujące elementy sztucznej inteligencji.



Aleksandra Żołnowska

Recruitment Business Partner Red Sky

Recruitment Business Partner w Red Sky. Ma prawie 10 lat doświadczenia w HR, rekrutacji i prowadzeniu projektów HR. Specjalizuje się w strategiach rekrutacyjnych opartych na danych i wykorzystywaniu technologii w działaniach HR. Prywatnie wielka fanka renowacji mebli, Pink Floyd i Teda Lasso.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Marczak
Project Manager

☎ 695 370 210

✉ m.marczak@pb.pl

Współpraca



Joanna Czyczuk-Oziębło
Marketing Manager - Team
Leader

☎ 600 013 351

✉ j.czyczuk@pb.pl

Hotel Polonia Palace

al. Jerozolimskie 45
Warszawa

Partner

pluxee

Pluxee Polska

Pluxee to fintech działający w obszarze HR, marketingu i sprzedaży, który dba o przyjemności codzienności i kreuje nieograniczone możliwości. Z naszej innowacyjnej oferty korzysta ponad 50 tysięcy zadowolonych klientów oraz 2 miliony uśmiechniętych użytkowników, którzy realizują swoje codzienne przyjemności u ponad 50 tysięcy partnerów Pluxee. W Pluxee wiemy, co uszczęśliwi użytkowników naszych rozwiązań, a działom HR, marketingu, sprzedaży oraz agencjom marketingowym ułatwi pracę i sprawdzi się w praktyce. Nasze spersonalizowane, cyfrowe rozwiązania zapewniają pracownikom, klientom i nagrodzonym to, co najważniejsze: wygodny dostęp do ulubionych przyjemności. Z Pluxee można łatwo sięgać po to, co naprawdę ważne – a my doskonale rozumiemy, że dla każdego to coś innego! Rozwiązania Pluxee pozwalają realizować małe przyjemności. Każdy poczuje się doceniony, gdy Pluxee znajdzie się w jego rękach – jako benefit w postaci karty lunchowej, świąteczny prezent od pracodawcy, nagroda za doskonałe wyniki pracy lub lojalność. Pluxee Polska jest częścią globalnej, międzynarodowej Pluxee Group.



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(34253)

Cena

VI Employer branding w praktyce

22 - 23 listopada 2023, Warszawa

2895 zł netto od 2023-10-28 do 2023-11-23

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_konf_platne_10_07_23.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.
- ☐ Zgadzam się na udostępnienie przez wydawcę „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) moich danych osobowych partnerom tego wydarzenia, aby mogli wysłać mi swoje oferty na podany przeze mnie adres e-mail. Lista partnerów dostępna jest każdorazowo na stronie wydarzenia w zakładce „Partnerzy”.
- ☐ Zgadzam się na udostępnienie przez wydawcę „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) moich danych osobowych partnerom tego wydarzenia, aby mogli do mnie dzwonić i przedstawiać mi swoje oferty. Lista partnerów dostępna jest każdorazowo na stronie wydarzenia w zakładce „Partnerzy”.

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

(34253)

Formularz rejestracji: VI 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



VI Employer branding w praktyce

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, 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**”) i 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. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
7. 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.
8. 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.
9. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
10. 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.
11. 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.
12. 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.
13. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. 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.
15. 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.
16. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakiegokolwiek 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.
17. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwać 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.
18. 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.
19. 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 przesyłany 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.



20. 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.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
- 21.1.1 dostęp do Internetu,
- 21.1.2 urządzenie końcowe,
- 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
22. 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
23. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
- 23.1.2 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
- 23.1.3 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
- 23.1.4 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.5 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
- 23.1.6 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.7 innymi okolicznościami uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. 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.
25. 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. 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.
26. 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.

