

2 - 3 grudnia 2025

Arche Hotel Krakowska

X Customer Experience Transformation

2395 zł netto do 12 września

2695 zł netto do 24 października

3095 zł netto do 3 grudnia



CEL

Już po raz 10. zapraszamy na konferencję **Customer Experience Transformation**, która odbędzie się w dniach **2-3 grudnia w Warszawie!** To wydarzenie, które nie tylko dostarcza wartościowej wiedzy, ale również motywuje do działania, prezentując praktyczne przykłady rozwiązań i ich wdrożenia w różnych organizacjach.

Aktualizacja wiedzy o tym, jak można rozwijać praktyki CX i EX jest niezwykle ważna, bo i sytuacja dynamicznie się zmienia. Już dziś wkraczamy w etap decentralizacji odpowiedzialności za doświadczenia klienta i pracownika, tworzenia polityk Experience Governance i wykorzystania nowych technologii i AI także w zespołach CX. I o tym będziemy mówić podczas najbliższej edycji CET.

Jak zwykle przyjrzymy się tym wyzwaniom pod różnym kątem – działań podejmowanych przez firmy, sukcesów i ...porażek, które uczą.

PROGRAM

Podczas 10. edycji Customer Experience Transformation – tak jak co roku – każdy dzień konferencji będzie poświęcony jednemu obszarowi tematycznemu. Przygotujcie się na dwa dni pełne inspirujących historii.

DZIEŃ 1 – CX GOVERNANCE

Kto odpowiada za doświadczenia klientów i pracowników oraz jak zarządzić CX w całej organizacji

W tym bloku chcemy mówić o tym:

- jak **pracujemy w podejściu Customer Experience na poziomie zarządczym i organizacyjnym**,
- jak zmieniamy CX z jednorazowych projektów w **trwały model działania**,
- jak włączamy **zarząd i jednostki merytoryczne** w odpowiedzialność za doświadczenia (niezmiennie aktualne od pierwszej edycji konferencji),
- jak łączymy zarządzanie **EX z CX** w codziennej praktyce (i w duchu Total Experience).

DZIEŃ 2 – NARZĘDZIA I BADANIA CX

Jak przekładamy dane i głos klienta i pracownika w konkretne działania i jakie technologie nas wspierają

X Customer Experience Transformation

Ten blok to dawka wiedzy o tym jak w organizacjach:

- **analizujemy** niezamówiony i zamówiony głos klienta i pracownika oraz mapujemy podróże,
- **skutecznie wdrażamy zmiany** zaprojektowane na bazie wiedzy z głosu klienta,
- wykorzystujemy **AI i automatyzację**, by ułatwić korzystanie z głosu klienta w całej organizacji.

Konferencje Customer Experience Transformation to zawsze:

#Dwa dni solidnej dawki inspiracji i rzetelnej wiedzy

#Kilkanaście prelekcji w formie praktycznych case studies

#Kilkunastu znakomitych ekspertów - praktyków z różnych branż

#Dwie setki zaangażowanych uczestników - okazja do wymiany doświadczeń i nawiązania wartościowych kontaktów, także uczestników z prelegentami.

W celu zamówienia - Voucher PB Konferencje, skontaktuj się z nami

- **22 333 97 77**
- **konferencje@pb.pl**





PROGRAM

Wtorek, 2 grudnia

CX GOVERNANCE. Kto odpowiada za doświadczenia klientów i pracowników oraz jak zarządzić CX w całej organizacji

08:30

Rejestracja uczestników, poranna kawa

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

09:20

Oficjalne rozpoczęcie X Customer Experience Transformation

 Aldona Mlonek-Korzonkowska, Project Manager, Puls Biznesu

09:25

Customer Experience Transformation (CET 2025) – INTRO #1

 PARTNER MERYTORYCZNY - Marta Łukawska-Daruk, Partner, CustomerMatters

 PARTNER MERYTORYCZNY - Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner, CustomerMatters

09:45

CASE STUDY #1 mBank

 Emilia Kot, Ekspertka ds. zarządzania jakością obsługi, mBank

 Katarzyna Kajszyk, Ekspertka ds. zarządzania jakością obsługi, mBank

10:45

CASE STUDY #2 Allegro

 Marta Kowalewska, Senior Manager, CX Business Process Management and Automation, Allegro

11:45

Przerwa na kawę

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



12:15

CASE STUDY #3 Vertimed

 *Patrycja Skrodzka, Współwłaścicielka i członkini zarządu, Grupa Medyczna Vertimed+*

13:15

CASE STUDY #4 Centrum e-Zdrowia (CeZ)

 *Anna Talarczyk, Ekspert ds. jakości e-usług i doświadczeń klienta, Centrum e-Zdrowia (CeZ)*

14:15

Przerwa na lunch

15:15

CASE STUDY #5

16:15

CASE STUDY #6 Primavera Hotele

 *Michalina Sobczak, Guest Experience Manager, Primavera Hotele*

17:15

Zakończenie pierwszego dnia konferencji

17:20

Bankiet – rozmowy w kuluarach

Z okazji jubileuszowej, 10 edycji konferencji, zapraszamy Państwa do wspólnego świętowania podczas wieczornego bankietu, który odbędzie się po zakończeniu części merytorycznej wydarzenia.

Po intensywnym dniu pełnym inspirujących wystąpień i wartościowych dyskusji stworzymy przestrzeń sprzyjającą nieformalnym rozmowom oraz nawiązywaniu nowych kontaktów.

Środa, 3 grudnia

NARZĘDZIA I BADANIA CX. Jak przekładamy dane, głos klienta i pracownika w konkretne działania oraz jakie technologie nas wspierają

09:00

Rejestracja uczestników, poranna kawa



X Customer Experience Transformation

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

09:30

Customer Experience Transformation (CET 2025) - INTRO #2

 PARTNER MERYTORYCZNY - Marta Łukawska-Daruk, Partner, CustomerMatters

 PARTNER MERYTORYCZNY - Aleksandra Jagiełło-Bono, Partner, CustomerMatters

09:45

CASE STUDY #7 Benefit Systems

 Paulina Mazurkiewicz, Młodszy Kierownik ds. Doświadczeń Klienta, Benefit Systems Oddział Fitness

10:45

CASE STUDY #8 Nest Bank

 Anna Karasińska, Dyrektor Biura Customer Satisfaction, Nest Bank

11:45

Przerwa na kawę

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

12:15

CASE STUDY #9 Motorola Polska

 Rami Khalife, Communications Manager, Motorola Polska

13:15

CASE STUDY #10 Santander Bank

 Anna Nowak, Customer Experience Manager, trener biznesu, coach mentor kryzysowy, Santander Bank Polska

 Marcin Serwatka, Regionalny Menedżer w segmencie klienta zamożnego, Santander Bank Polska

14:15

Przerwa na lunch

15:15

CASE STUDY #11 Allianz Polska

 Anna Molak, Customer Experience Manager, Allianz Polska SA

 Natalia Dawidowska, Ekspertka ds. Customer Experience, Allianz Polska SA



16:15

CASE STUDY #12

17:15

Oficjalne zakończenie X Customer Experience Transformation





PRELEGENCI



Natalia Dawidowska

Ekspertka ds. Customer Experience Allianz Polska SA

Od lat aktywnie wspiera zespoły w obszarze badań klientów, jakości obsługi i projektowania doświadczeń. Warsztat zdobywała w agencji badawczej realizując projekty ilościowe. To doświadczenie przekłada na pracę w strukturach dużych organizacji. Tworzy programy bazujące na współpracy różnych obszarów biznesowych, które budują dobre doświadczenia klientów i wspierają cele strategiczne firmy. Obecnie odpowiada za codzienne zarządzanie procesami programu Voice of Customer w Allianz Polska – od realizacji badania satysfakcji klientów, przez proces close-the-loop, analizę, raportowanie i przekładanie rekomendacji na nowe inicjatywy biznesowe. Promuje klientocentryczność w Allianz budując platformy współpracy umożliwiające przenikanie głosu klienta w głąb dużej organizacji. Z pasją łączy wnioski z badań i metody myślenia projektowego podczas interdyscyplinarnych warsztatów skupionych na rozwiązywaniu problemów i kreowaniu nowych rozwiązań. Wierzy, że umiejętność przekładania głosu klienta na język biznesu i gromadzenia pracowników wokół idei lepszych doświadczeń klientów prowadzi do sukcesu - by CX był nie tylko mierzalny, ale przede wszystkim skuteczny.



PARTNER MERYTORYCZNY - Aleksandra Jagiełło-Bono

Partner CustomerMatters

Ekspert customer experience. Partner w CustomerMatters, polskiej firmy doradczej, która od 2013 roku promuje wśród swoich Klientów podejście do obsługi Klienta oparte na budowaniu pozytywnych doświadczeń w każdym punkcie styku, obniżaniu wysiłku Klienta w relacjach z firmą i dokładnym diagnozowaniu Podróży Klienta (Customer Journey). Obserwator mechanizmów działania ludzi, badacz ich motywacji, fanka logiki i prostoty w procesach. Ma bogate doświadczenie w diagnozowaniu doświadczeń, analizowaniu zebranego głosu klienta, projektowaniu usprawnień i nowych rozwiązań.





Katarzyna Kajszczyk

Ekspertka ds. zarządzania jakością obsługi mBank

Od ponad 6 lat związana z obszarem Customer Experience, gdzie łączy wiedzę ekspercką z praktyką wdrażania rozwiązań poprawiających jakość obsługi klienta. Moderatorka design thinking, trenerka i ambasadorka kultury klientocentrycznej. W mBanku odpowiada za inspirowanie i angażowanie zespołów oraz współpracowników do wspólnego działania na rzecz poprawy doświadczeń klientów. W swojej pracy koncentruje się na wykorzystaniu głosu klienta jako kluczowego źródła wiedzy i impulsu do zmian. Promuje kulturę doceniania oraz rozwija kompetencje zespołów w zakresie projektowania doświadczeń i pracy z informacją zwrotną. Wierzy, że rozwój CX to proces, który zaczyna się od słuchania i kończy na wdrażaniu konkretnych usprawnień.



Anna Karasińska

Dyrektor Biura Customer Satisfaction Nest Bank





Rami Khalife

Communications Manager Motorola Polska

Ekspert ds. komunikacji marketingowej w branży technologicznej z ponad 10-letnim doświadczeniem. Od 2021 roku, związany z Motorola Polska, gdzie jako Senior PR & Marketing Specialist odpowiada za strategiczne zarządzanie komunikacją produktową, media relations oraz kampanie digitalowe, które skutecznie łączą technologiczne innowacje z potrzebami konsumentów. Specjalizuje się w tworzeniu wielokanałowych strategii komunikacyjnych opartych na danych, które budują autentyczne relacje między markami technologicznymi a ich odbiorcami. Rami prowadził kampanie komunikacyjne nagrodzone prestiżowym wyróżnieniem Effie Awards oraz kompleksowe projekty produktowe, które generowały ponadprzeciętne wyniki zasięgowe w mediach technologicznych i społecznościowych. Skutecznie wdraża programy ambasadorskie i testerskie, budujące społeczność wokół marki i zwiększające jej wiarygodność w oczach konsumentów. Podejście Khalife do komunikacji opiera się na harmonijnym łączeniu trzech kluczowych elementów: strategicznej analizy danych, kreatywnego storytellingu oraz precyzyjnej egzekucji. Łączy profesjonalizm z autentycznością i miłością do technologii, co przekłada się na budowanie długotrwałych, wartościowych relacji zarówno z mediami, jak i klientami. Khalife regularnie dzieli się swoją wiedzą na temat trendów w marketingu technologicznym, efektywnych strategii komunikacyjnych oraz roli danych w podejmowaniu decyzji marketingowych. Jego doświadczenie w zarządzaniu projektami i zdolność do utrzymania wysokich standardów wykonania nawet pod presją czasu czynią go wartościowym głosem w dyskusjach na temat transformacji technologicznej marek.



Emilia Kot

Ekspertka ds. zarządzania jakością obsługi mBank

Od 18 lat związana z mBankiem, gdzie od początku aktywnie uczestniczy we wdrażaniu strategii klientocentryczności. Specjalizuje się w analizie głosu klienta oraz identyfikuje obszary wymagające usprawnień w podziale na produkty, kanały i kategorie doświadczeń. Współtworzy i wdraża inicjatywy, które wpływają na poprawę jakości obsługi oraz wspierają budowanie pozytywnych doświadczeń klientów. W swojej pracy koncentruje się na zrozumieniu emocji i perspektywy zarówno klientów, jak i współpracowników. Promuje kulturę doceniania – zarówno klientów, jak i pracowników oraz aktywnie wspiera rozwój działań CX w organizacji.



Marta Kowalewska

Senior Manager, CX Business Process Management and Automation Allegro





PARTNER MERYTORYCZNY - Marta Łukawska-Daruk

Partner CustomerMatters

Ekspert customer experience. Partner w CustomerMatters, polskiej firmy doradczej, która od 2013 roku promuje wśród swoich Klientów podejście do obsługi Klienta oparte na budowaniu pozytywnych doświadczeń w każdym punkcie styku, obniżaniu wysiłku Klienta w relacjach z firmą i dokładnym diagnozowaniu Podróży Klienta (Customer Journey). Obserwator mechanizmów działania ludzi, badacz ich motywacji, fanka logiki i prostoty w procesach. Ma bogate doświadczenie w diagnozowaniu doświadczeń, analizowaniu zebranego głosu klienta, projektowaniu usprawnień i nowych rozwiązań.



Paulina Mazurkiewicz

Młodszy Kierownik ds. Doświadczeń Klienta Benefit Systems Oddział Fitness

Absolwentka zarządzania i obecna studentka MBA. Profesjonalistka o doświadczeniu zawodowym łączącym różne aspekty obszarów biznesowych. Z branżą fitness związana od ponad 5 lat. Specjalizuje się przede wszystkim w zarządzaniu formułą i zakresem badań doświadczeń klienta. Z zapałem podejmuje się projektów mających na celu ich doskonalenie na różnych etapach ścieżki.



Anna Molak

Customer Experience Manager Allianz Polska SA

Menedżer ds. Zarządzania Doświadczeniem Klienta w TUiR Allianz Polska SA. Od ponad 6 lat aktywnie kształtuje strategię obsługi klienta w likwidacji szkód Allianz, łącząc wiedzę z zakresu likwidacji szkód, obsługi klienta z nowoczesnymi rozwiązaniami technologicznymi. Współtworzy inicjatywy takie jak Customer Week, angażując zespoły w działania podnoszące jakość kontaktu z klientem i świadomość znaczenia wskaźników satysfakcji klienta. Aktywnie poszukuje rozwiązań dla trudności, z którymi mierzą się klienci przy zgłoszeniach i likwidacji szkód. W swoich analizach w pełni uwzględnia głosy klientów, które czerpie z badania satysfakcji. Jako liderka projektów rozwojowych, wdraża programy szkoleniowe nastawione na podniesienie satysfakcji przez empatyczną i pomocną obsługę klienta. Inicjuje i wprowadza działania, które poprawiają doświadczenia klienta w obszarze szkód. Jej działania koncentrują się na tworzeniu spójnych ścieżek klienta, które są intuicyjne, cyfrowe i minimalizują potrzebę interwencji klienta. Prywatnie pasjonuje się psychologią behawioralną i nowymi technologiami – inspiracje przekłada na konkretne rozwiązania w strukturach Allianz.





Anna Nowak

Customer Experience Manager, trener biznesu, coach mentor kryzysowy Santander Bank Polska

Ekspertka z ponad 20-letnim doświadczeniem w sektorze bankowym, związana z Santander Bank Polska. Karierę zawodową rozpoczęła od bezpośredniej obsługi klientów zamożnych, następnie pełniła funkcję szefa zespołu. Od ponad dekady odpowiada za jakość obsługi w segmencie premium. Klucz do swojego sukcesu upatruje w postrzeganiu swojej roli jako właścicielki ścieżki klienta zamożnego, poprzez wpływ na kształt standardów relacji, komunikacji, procesów i doświadczeń klienckich na poziomie strategicznym. Specjalizuje się w customer experience, psychologii behawioralnej oraz doradztwie relacyjnym. Jest certyfikowanym konsultantem DISC D3, trenerem biznesu oraz coachem i mentorem kryzysowym. W Santander Bank Polska aktywnie wdrażała kulturę klientocentryczną w zespołach odpowiedzialnych za obsługę klientów premium, wspierając transformację postaw i języka obsługi w kierunku większej uważności, empatii i partnerskiego dialogu. Współautorka modelu rozmowy holistycznej z klientem zamożnym – narzędzia, które wspiera doradców w budowaniu głębokich, długofalowych relacji opartych na zrozumieniu potrzeb, wartości i celów klienta. Głównym założeniem modelu jest połączenie customer experience z efektem biznesowym dla organizacji. Jej misją zawodową jest tworzenie środowiska, w którym relacja doradca–klient opiera się na zaufaniu, odpowiedzialności i realnej wartości dodanej.



Marcin Serwatka

Regionalny Menedżer w segmencie klienta zamożnego Santander Bank Polska

Kieruje zespołem specjalistów dbających o całokształt wrażeń i emocji, które towarzyszą klientom zamożnym podczas interakcji z marką. Posiadając siedemnastoletnie doświadczenie zdobyte w Polsce i za granicą wie, jak łączyć międzynarodowe standardy z lokalną specyfiką rynku. Jest twórcą przełomowej koncepcji kontekstowości w sprzedaży – autorskiego podejścia, które: ● zamienia dane o klientach w spersonalizowane rozwiązania, ● łączy analitykę z głębokim zrozumieniem ich potrzeb, ● zostało wdrożone w całym departamencie klienta zamożnego Santander Bank Polska. W swojej pracy łączy pasję do finansów z praktycznym podejściem do Customer Experience (CX). Jego strategię obsługi klienta udowadniają, że nawet w świecie bankowości pełnym regulacji można wprowadzać rewolucyjne zmiany. Systematycznie występuje jako prelegent, dzieląc się wiedzą i ukazując jak przekształcać teorię CX w realne i mierzalne rezultaty biznesowe. Jego misją jest nieustannie udowadniać, że bankowość premium to nie tylko produkty – to przede wszystkim klient i dbałość o jego wyjątkowe doświadczenia.





Patrycja Skrodzka

Współwłaścicielka i członkini zarządu Grupa Medyczna Vertimed+

Od 7 lat związana z branżą medyczną. Kieruje pracą 10 poradni działających w ramach NFZ oraz zespołem liczącym 100 specjalistów. Odpowiada za rozwój oferty komercyjnej, rozbudowę segmentu usług refundowanych oraz współtworzy strategię marketingową spółki. Jej misją jest świadczenie usług NFZ w standardzie premium oraz przełamywanie tabu wokół zdrowia psychicznego. Absolwentka zarządzania zasobami ludzkimi na Uniwersytecie SWPS, gdzie kontynuuje studia z psychologii klinicznej. Ukończyła administrację w WSB i studiowała psychologię biznesu w ALK. Aktywnie uczestniczy w konferencjach, debatach eksperckich oraz jest autorką artykułów branżowych poświęconych systemowi ochrony zdrowia, zarządzaniu oraz innowacjom w medycynie.



Michalina Sobczak

Guest Experience Manager Primavera Hotele

Od 17 lat aktywna zawodowo w obszarach marketingu i HR. Swoje doświadczenie wykorzystuje w tworzeniu strategii CX-owej oraz EX-owej dla dwóch nadmorskich obiektów hotelarskich. W ramach swoich zadań od kilku lat z sukcesami realizuje projekty edukacyjne dla szkół, starając się połączyć potrzeby branży hotelarskiej z działaniami na rzecz szkolnictwa zawodowego. Z wykształcenia slawistka, lubi spędzać czas na łonie natury podczas długich spacerów z psem lub z książką.



Anna Talarczyk

Ekspert ds. jakości e-usług i doświadczeń klienta Centrum e-Zdrowia [CeZ]

Ekspert ds. zarządzania doświadczeniem klienta. Manager z wieloletnią praktyką w międzynarodowych korporacjach w sektorze usług. Odpowiedzialna za jakość e-usług w Centrum eZdrowia a wcześniej w Santander i Pekao S.A.. Specjalizuje się w budowie kultury klientocentrycznej (CEM, CX, UX). Tłumaczy cel i konieczność wprowadzania rozwiązań w oparciu o zdiagnozowane potrzeby użytkowników. Wspiera firmy w minimalizacji przyczyny powstawania problemów oraz negatywnego wpływu negatywnych doświadczeń na wizerunek firmy. Uczy jak zaprojektować, monitorować i raportować efekty wdrożonych działań (NPS, CSAT). Motywuje do działania poprzez wskazywanie korzyści wynikających z wprowadzenia zmian.





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

Arche Hotel Krakowska

Al. Krakowska 237
Warszawa

Partner Merytoryczny



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(63012)

Formularz rejestracji: X Customer Experience Transformation

Cena

X Customer Experience Transformation

2 - 3 grudnia 2025, Warszawa

2395 zł netto od 2025-07-04 do 2025-09-12

2695 zł netto od 2025-09-13 do 2025-10-24

3095 zł netto od 2025-10-25 do 2025-12-03

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) a> 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

(63012)

Formularz rejestracji: X Customer Experience Transformation

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 formie .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. Niewywołanie 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 jakiejkolwiek 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.



X Customer Experience Transformation

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.

