

**Puls
Biznesu**

Konferencja

DIGITAL MARKETING

Jak utrzymać uwagę klienta w cyfrowym świecie

14-15 lutego 2018, Warszawa



Szanowni Państwo,

przedstawiam Państwu program konferencji „Digital marketing”, która odbędzie się w dniach 14-15 lutego 2018 w Warszawie. Przewodnim hasłem wydarzenia jest utrzymanie uwagi klienta w cyfrowym świecie. W programie znajdują się aktualne i ważne tematy, które można w gotowej postaci przenieść na grunt organizacji.

- Zaprezentujemy **analityczny wymiar digital marketingu** odpowiadając na pytanie jaką wybrać formę automatyzacji.
- Pokażemy m.in. **jak równoważyć aktywność offline i online** oraz wykorzystywać sztuczną inteligencję na potrzeby podniesienia skuteczności naszych działań w cyfrowym świecie.
- Zastanowimy się **jakie działania w digital marketingu będą „trendować” w 2018 roku** i na co warto położyć nacisk by podążać za potrzebami rynkowymi.
- Podpowiemy jak wzmocnić przekaz za pomocą **video marketingu**.
- Naświetlimy zmiany z jakimi mamy do czynienia w obszarze customer journey oraz **obsłudze klienta w mediach społecznościowych**.
- Przekażemy liczne wskazówki na temat **personalizacji kampanii digital marketingowych** oraz długofalowego utrzymywania uwagi odbiorców w digitalu.

Jak się okazuje, obecnie każdy nie tylko musi być w digitalu, by istnieć, ale musi także kreować tę rzeczywistość, dbać o klienta w sposób ciągły i innowacyjny. Trzeba połączyć wykorzystanie nowych technologii z wiedzą o psychologii klienta, jego zachowaniach i przyzwyczajeniach.

Zachęcamy do udziału w wydarzeniu, podczas którego uzyskacie Państwo dużo konkretnej wiedzy. Damy wskazówki, jak realnie podnieść skuteczność Państwa działań w digitalu.

Serdecznie zapraszam
Ewelina Stęplewska,
Project Manager

DO UDZIAŁU ZAPRASZAMY PRZEDE WSZYSTKIM:

- Dyrektorów, Menedżerów Marketingu i Komunikacji;
- Dyrektorów, Menedżerów i Specjalistów ds. Marketingu Online;
- Project i Brand Menedżerów;
- Osoby odpowiedzialnych za portale i serwisy internetowe;
- Dyrektorów, Menedżerów e-Commerce, e-Biznesu, e-Handlu, e-Uслуг;
- Dyrektorów, Menedżerów i Specjalistów ds. Rozwoju Biznesu i Nowych Technologii;
- Dyrektorów, Menedżerów Sprzedaży;
- Menedżerów i Specjalistów ds. Wsparcia Sprzedaży.

Organizator:



Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. należy do szwedzkiej Grupy Bonnier – jednego z największych na świecie koncernów medialnych posiadającego 175 firm w 16 krajach. Wydawca „Puls Biznesu” – najbardziej opiniotwórczego medium biznesowego, prowadzi również portale ekonomiczne pb.pl i bankier.pl, docierające łącznie do 3,5 miliona użytkowników. Bonnier Business (Polska) jest liderem w zakresie organizacji kongresów, konferencji i warsztatów skierowanych do wyższej kadry menedżerskiej.

Patroni medialni:

Bankier.pl



08:30 Rejestracja uczestników, poranna kawa

09:00 Dokąd zmierza digital marketing?

Łukasz Głombicki, Szef komunikacji, Life Tube

- Influencer marketing w Polsce i na świecie
- Jak pracować z influencerami
- Perfect match - jak dobrać Twórcę do marki
- Content, Video, Influencers - jak zmienił się digital marketing

09:30 Obsługa klienta w mediach społecznościowych

Mikołaj Winkiel, Chief Evangelist w Brand 24

- Klienta trzeba w sobie rozkochać
- Wszystko w sieci jest, ale nie zawsze nad tym panujemy
- Internauta to też klient, jak nie teraz to za jakiś czas
- Okazje sprzedażowe w sieci, jak wykorzystać
- case study social sellingu

10:20 Sprzedaż offline i online - współpraca zamiast konkurencji ?

tristan tresar™, trener biznesu, menedżer i konsultant

mówiąc językiem Sprzedaży to nie konkurencja i nie współpraca, tylko jedno sprzedawanie. to po prostu sprzedawanie. i to dziś sprzedawanie efektywne. na podstawie doświadczeń kilku menedżerów sprzedaży i marketingu, opowiem Wam, jak nie dopuścili oni do tego, by świat ten ktoś im rozdzielił. a próbowali. oni nie pozwolili, walczyli i była walka, którą warto było stoczyć.

po co?
po pierwsze, po to by dziś mieć proces Sprzedaży i proces Zakupowy zdefiniowany i opisany jednocześnie. jednocześnie po to, by zidentyfikować te elementy tych procesów, które:

- można dziś zautomatyzować.
- później zoptymalizować lub zmienić.
- a w efekcie zyskać.

11:10 Przerwa na kawę

11:30 Marketing automation - jaką formę automatyzacji wybrać ?

Piotr Suchodolski, Marketing Director, Virgin Mobile Polska

- Produkt i usługa w dobie automatyzacji
- Jak poznawać i uczyć się potrzeb naszych klientów
- Gdzie są granice poznawania i gdzie nie wolno ich przekraczać
- Jaki dopasować narzędzia do naszej organizacji i w pełni je wykorzystywać

12:20 User experience- drogą do podniesienia konwersji w sklepie internetowym

Szymon Słowik, Digital marketing strategist w Takaoto

- Najczęstsze błędy w UX - czy w ogóle wiemy, czym jest User Experience?
- Na czym polega audyt UX sklepu internetowego?
- Kluczowe elementy analizy i optymalizacji konwersji
- UX a customer lifetime value

Wystąpienie będzie miało na celu:

- wskazanie poważnych błędów popełnianych przez marketerów i e-commerce managerów,
- przedstawienie skutecznych metod pracy nad podniesieniem współczynnika konwersji i wartości sprzedaży w sklepach internetowych

13:00 Przerwa na lunch

14:10 Od touchpointów do mikromomentów - zmiany w customer journey

Agnieszka Stelmaszczyk, Social Media Ekspert, Prezes agencji digitalowej FENO

- Mikromomenty to nowa przestrzeń walki o klienta
- Kultura nanosekundy
- Potrzeba natychmiastowej informacji/ odpowiedzi/ oferty
- Dostępność ważniejsza niż Świadomość
- Jak zmienia się Customer Journey w erze mobile?

15:00 Jak utrzymać uwagę w digitalu ?

Paulina Mięka, Mówiąc Inaczej; Kamil Bolek, Dyrektor marketingu Life Tube

16:00 Zakończenie I dnia Konferencji

08:30 Rejestracja uczestników, poranna kawa

09:00 Videomarketing

Katarzyna Czuchaj-Łagód, Chief Research Officer, Co-founder at Mobile Institute

10:10 Doświadcz jak chatboty zrewolucjonizowały marketing, sprzedaż i obsługę Klienta. Sprawdź, jak Twoja konkurencja wykorzystuje algorytmy Artificial Intelligence, Machine Learning i Deep Learning. Stwórz unikalne Immersive Experiences dla Twoich Klientów!

Ewelina Ciach, przyspiesza innowacje i strategiczne transformacje marketingu, e-Commerce & CRM; SAP Hybris Centre of Excellence

- Zastosowania ML w ujęciu łańcucha wartości
- Analiza ekspozycji marki & ROI z aktywności sponsoringowych i marketingowych
- Segmenty klientów oparte o marżowość i Customer Lifetime value (CLTV)
- Rekomendacje produktowe w oparciu o zdjęcia
- Poznaj Charliego dzisiaj, bo jutro będziesz z nim rozmawiać więcej niż własnym Partnerem

11:00 Przerwa na kawę

11:20 Regulacje prawne dotyczące digital marketingu

Piotr Dynowski, LL.M. – Radca Prawny, Partner współkierujący praktyką własności intelektualnej i kierujący praktyką TMT w polskim biurze Bird & Bird; Piotr Zawadzki – Adwokat, Rzecznik patentowy, Senior Associate w zespole prawa własności intelektualnej i ochrony danych osobowych w polskim biurze Bird & Bird

- Przegląd regulacji prawnych, które mają wpływ na strategię i narzędzia digital marketingu.
- Kiedy przekaz jest reklamą? Bloggerzy i influencerzy a ukryta reklama.
- Personalizacja przekazu i profilowanie klientów a prywatność użytkowników.
- Legalne przesyłanie informacji handlowej a SPAM – obecne i planowane regulacje.
- Odpowiedzialność za treść i formę przekazu marketingowego w środowisku cyfrowym.

12:20 Skuteczne kampanie PPC w social media

Artur Jabłoński, Konsultant ds. e-marketingu i szkoleniowiec

- Dowiesz się, jak działa reklama PPC w social media
- Poznasz najczęstsze błędy przy uruchamianiu kampanii
- Nauczysz się, które metryki warto obserwować i jak wyciągać z nich wnioski
- Poznasz skuteczne grupy metody tworzenia grup odbiorców reklam w social media

13:10 Przerwa na lunch

14:10 Indywidualizacja reklamy, personalizacja kampanii digital marketingowych

Magdalena Daniłoś, CEO, Bartłomiej Daniłoś, COO, OFFON Agency

- Zasięg kontra wąska grupa odbiorców, która strategia jest bardziej efektywna?
- Personalizacja najlepszą drogą do podniesienia skuteczności i optymalizacji kosztów reklamy internetowej
- Jakie platformy komunikacyjne i reklamowe pozwalają nam na spersonalizowanie przekazu?
- Jak w praktyce wykorzystać trend indywidualizacji reklamy?
- 5 przykazań personalizacji kampanii reklamowych, które musisz poznać

15:10 Virtual reality, poprawiona rzeczywistość, instastories

Maciej Leonard Żybula, Prezes agencji interaktywnej Social Art, trener, aktor i wykładowca studiów podyplomowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

16:00 Zakończenie konferencji, wręczenie certyfikatów

PRELEGENCI



KAMIL BOLEK

Dyrektor Marketingu Life Tube

Ekspert w zakresie wykorzystania influencerów w komunikacji marki, dyrektor marketingu w LifeTube - największej jednonarodowej sieci partnerskiej YouTube w Europie. Wcześniej head of communication w indaHash - międzynarodowej platformie do współpracy marek z influencerami. PR-owiec i psycholog zafascynowany zmianami w konsumpcji mediów, naukami o komunikowaniu i podejmowaniu decyzji. Prelegent wielu konferencji branżowych, autor i wykładowca.



EWELINA CIACH

e-Commerce & CRM; SAP Hybris Centre of Excellence

Ewelina Ciach inspirowuje Zarządy w zakresie innowacyjnych modeli biznesowych i strategii transformacji procesów marketingowych, automatyzacji sprzedaży i obsługi Klienta. Celem Eweliny jest spójne i spersonalizowane zaangażowanie Klienta w kontekście przewidywanych potrzeb oraz podniesienie konwersji sprzedażowej. Ewelina Ciach jest certyfikowanym architektem (TOGAF, ITIL, COBIT) i Project Managerem (PMP, PRINCE2 Practitioner, IPMA, Agile/SCRUM) z wieloletnim doświadczeniem we wdrażaniu kompleksowych projektów integracyjnych CRM analitycznego i Campaign Management w Bankach i Telekomach zdobytych w Accenture, IBM, SAS i SAP. Pełni profil na LinkedIn.



KATARZYNA CZUCHAJ-ŁAGÓD

Dyrektor Zarządzający, Mobile Institute

Współzałożycielka i Dyrektor Zarządzająca nowoczesnej firmy badawczej Mobile Institute specjalizującej się w śledzeniu trendów konsumenckich „trends hunting” i wielokanałowym monitoringu satysfakcji klientów „customer listening” oraz dostarczającej platformę dialogu marek z konsumentami „brand heroes”. Ekspert i członek Rady Izby Gospodarki Elektronicznej i doradca strategiczny w marek obszarze badań i e-commerce. Autorka i współautorka wielu publikacji o zachowaniach zakupowych konsumentów w Polsce, m.in. „M-commerce. Kupuję mobilnie”, „mShopper”, „Smart Living”, „Customer Listening”, „Portfel Polaka”, „Lubię to czy kupuję to”, czy „Smart Okazje”. Długoletni dyrektor działów Marketingu, Rozwoju i Badań. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej i certyfikowany marketer Chartered Institute of Marketing.



BARTŁOMIEJ DANIŁÓ

COO w OFFON Agency

Ekspert w zakresie strategicznego planowania i wdrażania kampanii reklamowych w serwisach YouTube, Facebook oraz Instagram.



MAGDALENA DANIŁÓ

CEO w OFFON Agency

Ekspertka w zakresie komunikacji video marketingowej w digital marketingu. Autorka książki „Video marketing nie tylko na YouTube”.



PIOTR DYNOWSKI

LL.M., Radca prawny, Partner współkierujący praktyką własności intelektualnej i kierujący praktyką TMT w polskim biurze Bird & Bird.

Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej, e-commerce, prawie reklamy i mediów oraz prawie telekomunikacyjnym. Obszar jego specjalizacji obejmuje również ochronę danych osobowych, prawo prasowe oraz aspekty prawne gier hazardowych. Doradzał w pionierskich projektach związanych z IT, e-commerce i IP, które niejednokrotnie ustanawiały precedensy na polskim rynku, jak na przykład stworzenie ram prawnych dla pierwszego polskiego serwisu oferującego legalną muzykę w formacie mp3 czy umowy dotyczące korzystania z powierzchni reklamowej w grach komputerowych. Wielokrotnie doradzał w kwestii prawnych związanych usługami w chmurze obliczeniowej, e-commerce, reklamą behawioralną, ochroną prywatności i danych osobowych oraz telekomunikacyjnymi. Jest ekspertem prawnym Krajowej Izby Gospodarczej (KIG) oraz Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji (PIIT). W latach 2005-2010 wykładał na Uniwersytecie SAR i Akademii Komunikacji Marki (Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR). Obecnie wykłada w IP Centrum im. H. Grocjusza w Warszawie oraz na studiach podyplomowych z zakresu ochrony dóbr osobistych w społeczeństwie informacyjnym na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Wielokrotnie rekomendowany w zakresie prawa własności intelektualnej oraz TMT przez prestiżowe międzynarodowe rankingi, m.in.: World Trademark Review 1000, WIPR Leaders, Managing Intellectual Property IP Stars, Intellectual Asset Management Patent 1000, Legal 500, Chambers, Polityk Insight. W 2012 roku został uhonorowany nagrodą Rising Stars Dziennika Gazety Prawnej. Jest współautorem „Poradnika Prawnego dla E-biznesu” wydanego przez Wolters Kluwer Polska (Warszawa 2016).

PRELEGENCI



ŁUKASZ GŁOMBICKI

Szef komunikacji w LifeTube-największej sieci partnerskiej YouTube w Europie Środkowo-Wschodniej

LifeTube zrzesza 420 kanałów, których twórcy mają łącznie 56 mln subskrypcji i generują miesięcznie 510 mln emisji wideo. Głombicki był wcześniej szefem działu online National Geographic, National Geographic Traveler, Focus i Coaching. Były wydawca strony głównej Gazeta.pl i szef serwisu Pieniądze tego portalu. Wcześniej m.in. w naTemat, TVN CNBC i Mastiff Media Polska. Wykładowca na wydziale dziennikarstwa Collegium Civitas. W mediach pracuje od ponad 10 lat, jego pasją są media społecznościowe, wideo i nowe media. Czas wolny? Sporty wodne, motorówki, przyjaciele. Smakosz szkockiej whisky.



ARTUR JABŁOŃSKI

Konsultant ds. e-marketingu i szkoleń

Specjalizuje się w projektowaniu i prowadzeniu efektywnych kampanii reklamowych w internecie. Na sali szkoleniowej spędził już ponad 2000 godzin, edukując przedsiębiorców i marketerów w zakresie content marketingu i reklamy w mediach społecznościowych. Prowadzi szkolenia, doradza i realizuje kampanie dla firm i instytucji różnego typu – od korporacji przez MŚP po instytucje kultury czy urzędy. Pracował m.in. dla: TVN, naTemat, Otomoto, Otodom, Allegro, SKANSKA, NEUCA, Sphinx, Województwo Pomorskie i Kujawsko-Pomorskie, czy Instytutu Matki i Dziecka. Autor jednego z najpopularniejszych polskich blogów o marketingu: www.ArturJablonski.com. Wykłada na studiach podyplomowych Wyższych Szkół Bankowych w Toruniu, Bydgoszczy Poznaniu i Gdańsku, WSAiB w Gdyni oraz Politechniki Białostockiej. Prelegent na licznych konferencjach w całej Polsce.



PAULINA MIKUŁA

Mówiąc Inaczej

Paulina Mikuła to absolwentka filologii polskiej na UW, vloggerka. Od prawie czterech lat prowadzi językowy kanał w serwisie YouTube pt. Mówiąc inaczej, który jest najpopularniejszym w Polsce vlogiem o tej tematyce. W latach 2012-2015 pełniła funkcję managera youtuberów, pracując w sieciach partnerskich: najpierw w sieci należącej do firmy Agora S.A., potem w sieci LifeTube. Dzięki temu bardzo dobrze poznała mechanizmy serwisu YouTube oraz poszerzyła swoją wiedzę z zakresu produkcji materiałów wideo, marketingu i PR-u. W kwietniu 2016 roku ukazała się jej książka poświęcona zagadnieniom językowym pod tytułem „Mówiąc Inaczej”.



SZYMON SŁOWIK

Digital marketing strategist w Takaoto

Marketer, prelegent, bloger branżowy z doświadczeniem zdobywanym zarówno w pracy w agencji, po stronie klienta, jak i w roli niezależnego konsultanta. Współzałożyciel agencji Takaoto, która w pracach projektowych i kampaniach marketingowych dla e-commerce stawia na dwa filary. Pierwszy z nich to analityka i bazowanie na danych zamiast potocznie rozumianej kreatywności. Drugi to holistyczne podejście do prowadzenia użytkownika zgodnie z zasadą, że pozyskanie ruchu i jego konwersja to różne etapy tego samego procesu. Na co dzień wraz ze swoim zespołem realizuje audyty dla e-commerce, a także tworzy strategie oraz angażuje się w edukowanie rynku jako prelegent na konferencjach, wykładowca na dwóch kierunkach studiów podyplomowych AGH w Krakowie, a także autor publikujący na blogach i w prasie branżowej.



AGNIESZKA STELMASZCZYK

Social Media Ekspert, Prezes Agencji Digitalowej FENO

Od 18 lat zajmuję się komunikacją marketingową. Połowę tego okresu poświęciłam na wnikliwe poznanie rynku mediów tradycyjnych, a kolejną na zostanie digitalową ewangelistką. Dzięki tym doświadczeniom potrafię zbudować most między „starym” a „nowym” marketingiem i holistycznie podchodzić do wyzwań komunikacyjnych. Wierzę, że zadaniem agencji nie jest tylko dostarczanie innowacyjnych i kreatywnych koncepcji, ale bycie katalizatorem zmian w biznesie. Moją pasją jest szkolenie i przekazywanie wiedzy. Prowadziłam kilkadziesiąt szkoleń z zakresu planowania i zakupu mediów w ramach OMD School. Występowałam na licznych konferencjach marketingowych, w szczególności w obszarze Social Media z tematami tj. Świat i język GenZ na Twitterze, Silver Tsunami czyli Senior w digitalu, Kierunki i trendy w mediach społecznościowych. Prowadzę dedykowane szkolenia i warsztaty strategiczne w zakresie SM i digitalu, kierowane do pracowników działów marketingu jak również poziomu C-Suite w dużych organizacjach.

PRELEGENCI



PIOTR SUCHODOLSKI

Marketing Director, Virgin Mobile Polska

Od lipca 2015 roku, zarządza komunikacją marketingową, mediami, rozwojem portfolio produktów oraz buduje strategię sprzedaży i działań w przestrzeni e-commerce w polskim oddziale Virgin Mobile. Swoją karierę zawodową rozpoczął w Orange Polska, gdzie w obszarze trade marketingu uczestniczył w takich projektach jak rebranding Telekomunikacji Polskiej na Orange czy sponsoring EURO 2012. Jako kierownik trade marketingu współtworzył nową wizualizację salonów Orange i budował silną identyfikację wizualną marki. Na początku 2014 roku dołączył do zespołu marketingu nowej marki Orange - nju mobile, gdzie wdrażał i zarządzał produktem.



TRISTAN TRESAR™

trener biznesu, interim menedżer i konsultant

Prowadzi autorskie warsztaty np.: „algorytmiaSprzedaży” i symulacyjne gry biznesowe z cyklu „Kolizje inwestycyjne®” oparte na naukowych dowodach (EBT). twórca autorskich koncepcji rozwoju kompetencji 3.12.48 i 1.4.16. metody te polegają na dekompozycji kompetencji i doskonaleniu pojedynczych zachowań. podczas warsztatów i w pracy menedżera (interim management) wykorzystując naukowe metody realizuje potencjał pracowników i wprowadza skuteczne zmiany, które zwiększają efektywność zespołów oraz konkurencyjność firm. CEO tristan tresar™ - edukacyjnego butik wdrożeniowo - konsultacyjnego. menedżer, z 23-letnim doświadczeniem w sprzedaży i w zarządzaniu nią. przez 6 lat piastował stanowisko Dyrektora ds. Zarządzania konsumentkami kategoriami produktów w Microsoft.



MIKOŁAJ WINKIEL

Chief Evangelist w Brand24

Profesjonalnie i hobbystycznie zajmuje się marketingiem, Internetem i mediami społecznościowymi, starając połączyć te tematy w jedno. Pracując w dużej agencji nauczył się czym jest marketing internetowy, a pracując w mniejszej agencji, dowiedział się jak go robić skutecznie i sprawnie. Był social media managerem, content managerem, analitykiem i sprzedawcą. Ciągłe wykorzystuje zdobyte doświadczenie, szkoląc z monitoringu Internetu podczas licznych prelekcji na m.in.: Marketing Day, Pipeline Summit, Forum Inbound Marketing, Kongresie Praktyków biznesu czy Kongresie Business Intelligence. Jest współautorem Biblii E-Biznesu i innych, licznych publikacji, prowadzi zajęcia na wielu uczelniach (m.in. UW, SWPS, AGH). Od 2016 roku prowadzi zajęcia Data & Web Mining na WH AGH w Krakowie. Od 2011 roku w Brand24 zajmuje się obsługą kluczowych klientów, marketingiem i „ewangelizacją” branży reklamowej.



PIOTR ZAWADZKI

Adwokat, Rzecznik patentowy, Senior Associate w zespole prawa własności intelektualnej i ochrony danych osobowych w polskim biurze Bird & Bird

Doradza klientom w sprawach z zakresu własności intelektualnej, współpracując z najlepszymi międzynarodowymi kancelariami, w tym jako szef zespołów odpowiedzialnych za obszar IP i IT. W swej praktyce wspiera klientów z innowacyjnych sektorów gospodarki, takich jak przemysł farmaceutyczny, media, reklama, IT oraz elektronika, a także firmy z sektora bankowo-finansowego, energetycznego, budowlanego, samochodowego, filmowego oraz spożywczego. Koncentruje się przy tym głównie na prawie autorskim, prawie znaków towarowych, prawie patentowym, ochronie domen internetowych, prawie reklamy, ochronie tajemnic przedsiębiorstwa, prawie danych osobowych oraz prawie nowoczesnych technologii. Jego doświadczenie obejmuje prowadzenie sporów przed Urzędem Patentowym oraz sądami powszechnymi i arbitrażowymi, a także doradztwo transakcyjne w zakresie własności intelektualnej i ochrony danych osobowych, w szczególności w odniesieniu do transakcji na rynku nieruchomości, transakcji mających za przedmiot prawa udziałowe, a także związanych z nabywaniem, przenoszeniem i wnoszeniem praw własności intelektualnej w ramach przedsięwzięć typu joint venture. Jest autorem lub współautorem przeszło trzydziestu publikacji na tematy związane z prawem własności intelektualnej, a także wykładowcą i prelegentem na szkoleniach i konferencjach branżowych.



MACIEJ LEONARD ŻYBULA

Prezes agencji interaktywnej Social Art

Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego; ukończył Podyplomowe Studia Menadżerów Kultury w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie oraz Podyplomowe Studia Prawa Autorskiego i Własności Intelektualnej na Wydziale Prawa Uniwersytetu Warszawskiego. Na co dzień Prezes agencji interaktywnej Social Art, trener, aktor i wykładowca studiów podyplomowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

Konferencja

DIGITAL MARKETING

Jak utrzymać uwagę klienta w cyfrowym świecie

14-15 lutego 2018, Warszawa

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY

TAK, chcę wziąć udział w Konferencji Digital Marketing

Termin: 14-15 lutego 2018r.

1695.00 PLN netto (od 8 listopada 2017 do 20 grudnia 2017)

2095.00 PLN netto (od 21 grudnia 2017 do 15 lutego 2018)

1. Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Departament:

E-mail: Tel:

2. Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Departament:

E-mail: Tel:

3. Firma:

Ulica:

Kod pocztowy: Miasto:

Tel: Fax:

E-mail:

4. Dane nabywcy, potrzebne do wystawienia Faktury VAT:

Nazwa firmy:

Siedziba:

Adres: NIP:

Osoba kontaktowa:

Tel: E-mail:

1. Koszt uczestnictwa jednej osoby w konferencji wynosi: 1695.00 PLN netto (od 8.11.2017 do 20.12.2017), 2095.00 PLN netto (od 21.12.2017 do 15.02.2018). Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, przerwy kawowe, lunch.
2. Przesłanie do Bonnier Business (Polska) faxem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego, stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy zgłaszającym a Bonnier Business (Polska). Faktura pro forma jest standardowo wystawiana i wysyłana e-mailem po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego.
3. Prosimy o dokonanie wpłaty w terminie 14 dni od wysłania zgłoszenia, ale nie później niż przed rozpoczęciem konferencji.
4. Wpłaty należy dokonać na konto: Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. Kijowska 1, 03-738 Warszawa Danske Bank A/S SA Oddział w Polsce PL 14 2360 0005 0000 0045 5029 6371
5. Rezygnację z udziału należy przesyłać listem poleconym na adres organizatora.
6. W przypadku rezygnacji nie później niż 21 dni przed rozpoczęciem konferencji obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 20% opłaty za udział.
7. W przypadku rezygnacji w terminie późniejszym niż 21 dni przed rozpoczęciem konferencji pobierane jest 100% opłaty za udział.
8. Nieodwołanie zgłoszenia i niewzięcie udziału w konferencji powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału.
9. Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału.
10. Zamiast zgłoszonej osoby w konferencji może wziąć udział inny pracownik firmy.
11. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie oraz do odwołania konferencji.
12. Wszystkie treści zawarte w programie konferencji stanowią własność Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. oraz powiązanych z nią podmiotów. O ile Organizator nie postanowi inaczej, nie wolno żadnych materiałów stanowiących własność Bonnier Business (Polska) odtwarzać, wykorzystywać, tworzyć pochodnych prac na bazie materiałów umieszczonych w programie, ani też ponownie ich publikować, zamieszczać w innych materiałach czy też w jakkolwiek inny sposób rozpowszechniać bez uprzedniej pisemnej zgody Bonnier Business (Polska).

Zgodnie z ustawą z dnia 13 czerwca 2016 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2016r. poz. 922) Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej Bonnier) informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez Bonnier, świadczonych usług oraz oferowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów Bonnier. Wyrażamy również zgodę na otrzymywanie drogą elektroniczną ofert oraz informacji handlowych dotyczących Bonnier oraz ich klientów. Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczy, w tym także prawo ich poprawiania. Równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy.