



III edycja Konferencji

nextgeneration consumercare

 **Trio Conferences**
excellence in business

21 – 22 października, 2014 **hotel Bristol, Warszawa**

GOŚCIE SPECJALNI



Heineken Internationals
Dirk Lubbers
Manager Heineken
Experience



Unilever
Lillo Buhnik
Customer Strategy
and Marketing Director



New Charter Housing
Trust Group
Greg Suligowski
Head of Customer Experience



Life&Brain Center,
Professor Dr. Bernd Weber,
Head of NeuroCognition and Imaging

KLUCZOWE tematy

ekonomia emocji

NEUROMARKETING

badania

CUSTOMER SERVICE DELIVERY

CEM

siła zespołu

centra obsługi

jedność z marką

lojalność

usługi wirtualne

prawo konsumenckie

reklamacje

SPRAWDŹ, CO PRZYGOTOWAŁO
DLA CIEBIE
ponad

20
WYJĄTKOWYCH
expertów

PARTNERZY

SYMCORE
E-COMMERCE EXPERTS

FACT-Finder®
Europe's leading conversion engine

OBEĆNOŚĆ W NOWYCH MEDIACH ZAPEWNI

INTERACTIVE
p a r t n e r s

PARTNER

 **FRESHMAIL**

Zapraszam,
Dorota **Wojnar**



Będziesz miał poczucie doskonale wykorzystanego czasu

ZAINSPIRUJEMY CIĘ I ZACHĘCIMOY DO ODWAŻNYCH DZIAŁAŃ. POKAŻEMY CIEKAWY I NIECODZIENNE POMYSŁY NA MĄDRE – ALE NIE NUDNE – ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTAMI. BĘDZIESZ MIAŁ OKAZJĘ ROZPRAWIĆ SIĘ Z TEMATAMI, Z KTÓRYMI BORYKASZ SIĘ PRZEZ CAŁY ROK. TAK, NIE BĘDZIE CIĘ W BIURZE PRZEZ DWA DNI, ALE W TYM CZASIE ZOSTANIESZ WYPOSAŻONY W WIEDZĘ I KONTAKTY, KTÓRE POMOGĄ CI LEPIJ WYKORZYSTAĆ POZOSTAŁE **363 DNI. TO DOSKONAŁA INWESTYCJA!**

Dowiesz się, jakie pomysły mają firmy spoza Polski

NIE CHCEMY POWIEDZIEĆ, ŻE ZA GRANICĄ WIEDZĄ LEPIJ. ALE PRAWDĄ JEST, ŻE **ZAWSZE WARTO ZAJRZEĆ DO OGRÓDKA SĄSIADA, BY POZNAĆ INNY SPOSÓB MYŚLENIA**, INNE DOŚWIADCZENIA, INNE PODEJŚCIE DO PROBLEMU. TEGO DOSTARCZĄ CI WYJĄTKOWI PRELEGENCI REPREZENTUJĄCY HEINEKENA (HOLANDIA), UNILEVER (WŁOCHY) ORAZ NEW CHARTER HOUSING TRUST GROUP I UNIWERSYTET W BONN (WIELKA BRYTANIA).

Znajdziesz praktyczne rozwiązania

FORMUŁA KONFERENCJI NIE WYKLUCZA TWOJEJ AKTYWNOŚCI! **DAMY CI MNÓSTWO** OKAZJI DO ROZMÓW, ZADAWANIA PYTAŃ I TWÓRCZEJ WYMIANY MYŚLI.

JESTEŚMY
TWOIM
**NAJLEPSZYM
WYBOREM**

Spotkasz ekspertów reprezentujących wiodące firmy i marki

NIE MOŻE CIĘ ZABRAKNAĆ W MIEJSCU, GDZIE SVOIMI DOŚWIADCZENIAMI WYMIENIAĆ SIĘ BĘDĄ WYJĄTKOWI MENEDŻEROWIE CEM, OBSŁUGI KLIENTA, MARKETINGU, SPRZEDAŻY, ROZWOJU I KOMUNIKACJI. PRACUJĄ DLA SPÓŁEK NAJWIĘKSZYCH, ALE TEŻ TYCH MNIEJSZYCH, KTÓRE ZNALAZŁY WŁASNY KLUCZ OTWIERAJĄCY SERCA KLIENTÓW.

TAKICH OKAZJI SIĘ NIE PRZEPUSZCZA.

Wybierzesz sesje, które najbardziej odpowiadają Twoim potrzebom

OPRÓCZ UDZIAŁU W SESJACH WSPÓLNYCH DLA WSZYSTKICH UCZESTNIKÓW, BĘDZIESZ MIAŁ OKAZJĘ WYBRAĆ TAKŻE Z KILKU SESJI RÓWNOLEGLYCH. NIEKTÓRE TEMATY ŁATWIEJ I EFEKTYWNIEJ JEST OMAWIAĆ W MNIEJSZYM GRONIE OSÓB NAJBARDZIEJ ZAINTERESOWANYCH.

KLUCZOWE, ALE NIE JEDYNE, ZAGADNIENIA NASZEJ KONFERENCJI

**Neuromarketing –
skuteczna tajna broń czy koszyk pełen
niewiadomych?**

**Zamień komunikację z rynkiem
na rozmowę z człowiekiem**

Ekonomia emocji – jak inwestycje
w pozytywne doświadczenia klienta przekładają
się na zyski firmy

*Kocham transformację – jak zaangażować
pracowników w realizację strategii, sprawić, by
sobie z nią radzili i ją wspierali*

**Uczestnik wyjątkowości – daj klientowi
znacznie więcej, niż tylko produkt i zaangażuj
w to jego emocje**

Programy lojalnościowe – czy dzisiaj jest jeszcze
możliwe przywiązanie do siebie klienta na dłużej?

*Jesteśmy tu po to, by cię uszczęśliwić – kontakt
reklamacyjny to twoja szansa lub krok milowy do
porażki.*

KONFERENCJA MA WYMAGAJĄCE GRONO
SŁUCHACZY. WYDARZENIE BYŁO DLA MNIE
BARDZO INTERESUJĄCE.
RABEN MANAGEMENT SERVICES

**BYŁO TO DLA MNIE NIESAMOWITE
DOŚWIADCZENIE. CIESZĘ SIĘ ŻE TAKĄ INICJATYWĄ
POWSTAŁA I ŻE MOĞŁAM W NIEJ UCZESTNICZYĆ.**
Alior Bank

DZIĘKUJĘ, ŻE MOĞŁAM UCZESTNICZYĆ
W TAKIM WYDARZENIU. BYŁO TO DLA MNIE
NIEZWYKŁE PRZYDATNE.
4LIFE DIRECT

INSPIRUJĄCE SPOTKANIE. ORGANIZACJA REWELACYJNA! GRATULUJĘ
PRZEDSIĘWZIĘCIA.
PERSONA GLOBAL POLSKA

**BARDZO POUCAJĄCA I ŚWIETNIE ZORGA-
NIZOWANA KONFERENCJA.**
POLSKA ORGANIZACJA FRANCYZODAWCÓW

KONFERENCJA NAPRAWDĘ INTERESUJĄCA, KILKA WYSTĄPIEŃ SZCZERZE INSPIRUJĄCYCH I NADE WSZYSTKO
SPOTKANIE ŚWIETNIE ZORGANIZOWANE. CZUŁO SIĘ RĘKĘ PROFESJONALISTY.
GESSEL ATTORNEYS AT LAW

**NIE JESTEŚMY GOŁOŚLOWNI
CO MOWIĄ O WYDARZENIU
UCZESTNICZY POPRZEDNICH
EDYCJI?**

**DWA DNI PEŁNE INFORMACJI,
WIEDZY I DOŚWIADCZENIA, KTÓRYM
MOĞLIŚMY SIĘ WSPÓLNIE WYMIENIĆ I CHĘTNIE
SIĘ DZIELILIŚMY.**
PLAY

ZACIEKAWIONY?

ZAJRZYJ DO PROGRAMU

NA KOLEJNYCH
STRONACH.

PIERWSZY DZIEŃ KONFERENCJI 21 PAŹDZIENIKA

8.30 REJESTRACJA, PORANNA KAWA. ROZEJRZYJ SIĘ, Z KIM SPĘDZISZ DWA NAJBLIŻSZE DNI

9.00 POWITANIE UCZESTNIKÓW, ROZPOCZĘCIE KONFERENCJI

TRENDY I INSPIRACJE

9.10 NEUROMARKETING – SKUTECZNA TAJNA BROŃ CZY KOSZYK PEŁEN NIEWIADOMYCH?

- Co wiemy o sposobach podejmowania decyzji zakupowych przez naszych klientów
- Odczucia związane z marką a odczucia wywołane przez reklamę tej marki – kiedy emocje konsumenta popychają go do zakupów
- Narzędzia neuromarketingu – jak zmierzyć nieświadome reakcje emocjonalne konsumentów



Professor Dr. Bernd Weber

Head of NeuroCognition and Imaging, **Life&Brain Center**,
Board of Directors, Center for Economics and Neuroscience, **University of Bonn**

9.55 OCZEKIWANIA I SATYSFAKCJA KLIENTÓW W WYBRANYCH KATEGORIACH PRODUKTÓW I USŁUG – WYNIKI BADAŃ TNS POLSKA



Andrzej Olękwicz

Strategic Account Director, **TNS Polska**



Tomasz Tyszkiewicz

Strategic Account Manager, **TNS Polska**

10.40 VALUES: A KEY ELEMENT OF EFFECTIVE CUSTOMER SERVICE DELIVERY

- Reflecting organisational values in the service we deliver – taking care of our customers at all organisation levels
- Building a values based customer service cultures from the CEO to the frontline
- Making EVERY contact of a customer with the company count; embedding values, honesty and integrity into front line process



Greg Suligowski

Head of Customer Experience, Quality and Insight,
New Charter Housing Trust Group

11.25 PRZERWA NA KAWĘ
WYKORZYSTAJ JĄ DO POZNANIA NOWYCH LUDZI
I PRZYWITANIA SIĘ Z TYMI, KTÓRYCH JUŻ ZNASZ

STRATEGIA CEM

11.55 POZNANIE DOŚWIADCZEŃ I POTRZEB RÓŻNYCH KLIENTÓW DROGĄ DO OPTIMALIZACJI CUSTOMER EXPERIENCE

- Współczesne segmentacje marketingowe a podejście Customer Experience
- Mapowanie doświadczeń na drodze różnych klientów
- Rola emocji w kształtowaniu doświadczeń klienta
- Haterzy i promotorzy – jakie strategie zastosować?
- Zarządzanie doświadczeniami różnych klientów



Marta Bryła-Gozdyra

Customer Experience Management & Empowerment Coach, **Everbe**

12.45 EKONOMIA EMOCJI – JAK INWESTYCJE W POZYTYWNE DOŚWIADCZENIA KLIENTA PRZEŁOŻYŁY SIĘ NA ZYSKI FIRMY

- O ROI w CEM, czyli o tym, w jaki sposób zmierzyć efekty działań i czy w ogóle jest to możliwe
- Droga od wysiłku włożonego w Customer Experience Management do wzrostu wskaźników NPS
- Słuchaj swoich klientów – CI, NPA mogą tylko pomóc odnaleźć najlepszą drogę!
- Segmentacja klientów w natarciu – poznaj zachowania klientów i firm charaktery - styczne dla danego kontynentu, kraju, regionu czy miasta
- Dywersyfikacja produktów i komunikacji – znajdź najbardziej odpowiedni sposób dotarcia do portfela i serca klienta



Marta Wojewnik,

dyrektor ds. obsługi klienta międzynarodowego, **DHL Express (Poland)**

13.30 LUNCH

14.20 BUDOWANIE POZYTYWNEGO CUSTOMER EXPERIENCE DZIĘKI STOSOWANIU PODEJŚCIA OMNICHANNEL. PRZYKŁADY Z EUROPY ZACHODNIEJ, STAN RYNKU W POLSCE – OKIEM EKSPERTA



Justyna Skorupska

prezes, **Symcore**

14.50 ROZPOZNAJ, ZBADAJ, ZAREAGUJ! – O CEM W PRAKTYCE

- Podziel się doświadczeniem: trendy i metody badania skuteczności doświadczeń klientów
- Wiem i co z tego? – czyli o tym, co firmy robią z wiedzą o działaniach CEM, jak z niej korzystają i jakie wnioski wyciągają
- Efektywność i narzędzia monitorowania działań (NPS, FCR). Jak mierzyć, badać customer journey klienta, którego doświadczenia wciąż się zmieniają



Bartosz Gott,

.....
dyrektor strategii relacji z klientami, **Orange**

15.45 PRZERWA NA KAWĘ

WEŹ ODDECH PRZED INSPIRUJĄCYMI SESJAMI RÓWNOLEGŁYMI.

SESJE RÓWNOLEGŁE WYBIERZ SWÓJ OBSZAR

SIŁA ZESPOŁU

16.00 KOCHAM TRANSFORMACJE – JAK ZAANGAŻOWAĆ PRACOWNIKÓW W REALIZACJĘ STRATEGII, SPRAWIĆ, BY SOBIE Z NIĄ RADZILI I JĄ WSPIERALI

- Sprawni pracownicy na froncie – twój klucz do lojalności klienta
- Nagradzanie za sprzedaż czy satysfakcję klienta – co bardziej motywuje i przynosi zadowolenie klientowi, a firmie korzyści



Mirella Galińska,

.....
kierownik ds. zarządzania ofertą, **RWE Polska**

16.40 INTEGRALNOŚĆ ORGANIZACJI – JAK SKUTECZNIE BUDOWAĆ KULTURĘ CUSTOMER CARE W CAŁEJ FIRMIE

- Wizerunek bez rozdwojenia jaźni – zadбай o kontakt z konsumentem na wszystkich szczeblach organizacji
- Dopilnuj, by wszyscy rozumieli wagę sprawy: od szefa organizacji po pracowników mających kontakt z klientem
- Monter ważniejszy niż prezes? – wykorzystuj KAŻDY kontakt klienta z firmą do wzrostu jego zadowolenia, a nie frustracji

17.20 ZAKOŃCZENIE PIERWSZEGO DNIA KONFERENCJI

CONTACT CENTER

16.00 ZAMIEŃ ZWYCZAJNE CONTACT CENTER W NADZWYCZAJNE CENTRUM WIEDZY O KLIENCIE

- Zarządzanie wiedzą o kliencie i jego dotychczasowej historii kontaktu z firmą w contact center
- First contact resolution – wyposaż pracowników contact center w pełną wiedzę o kliencie i rozwiązuj jego problemy natychmiast
- Czekamy na ciebie nie tylko z reklamacją – zamień CC w miejsce przyjazne klientowi i zachęć go do komunikacji przez ten kanał

16.40 PONOWNY KONTAKT W TEJ SAMEJ SPRAWIE, CZYLI O ANATOMII UNIKÓW SŁÓW KILKA

- Klient: Oczekuję...
- Contact Center: Już biegnę!
- Klient: Chciałbym przypomnieć...
- Contact Center: Uwijam się...
- Klient: Ale chciałem niebieskie...
- Contact Center: Pędzę, lecę...
- Klient: Wczoraj pisałem, że ma być kwadratowe...
- Contact Center: Poprawiam, przepraszam...



Rafał Jarosz

.....
ekspert, **KlinikaCallCenter.pl**

DRUGI DZIEŃ KONFERENCJI 22 PAŹDZIENIKA

9.00 REJESTRACJA, PORANNA KAWA

9.25 POWITANIE UCZESTNIKÓW, ROZPOCZĘCIE KONFERENCJI

BUDOWANIE INDYWIDUALNEJ RELACJI Z KLIENTEM

9.30 UCZESTNIK WYJĄTKOWOŚCI – DAJ KLIENTOWI ZNACZNIE WIĘCEJ, NIŻ TYLKO PRODUKT I ZAANGAŻUJ W TO JEGO EMOCJE

- Indywidualizm w cenie – pozwól klientowi wykazać się kreatywnością, okazać zachwyt nad wynikiem końcowym i promować swoją firmę
- Jakość produktu czy usługi, dobra cena, sprawna komunikacja? – dzisiaj liczą się emocje, poczucie przynależności i jedność z ideą



Dirk Lubbers

Manager Heineken Experience, **Heineken Internationals**

10.20 I KNOW WHO YOU ARE. THE ALGORITHM BEHIND THE ART OF MARKETING



Lillo Buhnik,

Customer Strategy and Marketing Director, **Unilever**

11.10 PRZERWA NA KAWĘ WYKORZYSTAJ JĄ DO POZNANIA NOWYCH LUDZI I PRZYWITANIA SIĘ Z TYMI, KTÓRYCH JUŻ ZNASZ

11.30 PROGRAMY LOJALNOŚCIOWE – CZY DZISIAJ JEST JESZCZE MOŻLIWE PRZYWIĄZANIE DO SIEBIE KLIENTA NA DŁUŻEJ?

- Powtarzalność decyzji konsumenta w zamian za obniżenie ceny produktów – czy to jest lojalność?
- Czy programy rabatowe, w tym multipartnerskie, sprawdzają się w budowaniu długoterminowych relacji z klientami?
- Pomagać, bawić, rozwijać społeczności – alternatywy dla (większości) obecnie stosowanych rozwiązań
- Jak warunki muszą być spełnione, by nowe pomysły upowszechniły się?



Kamil Kociszewski

kierownik ds. lojalności klientów, **CHI Polska**

12.10 MERCEDES-BENZ 2020 – JAK INNOWACYJNIE PROWADZIĆ STRATEGIĘ BEST CUSTOMER EXPERIENCE



dr Ewa Łabno-Falęcka

dyrektor PR, **Mercedes-Benz Polska**

12.50 Lunch

13.40 USŁUGI WIRTUALNE WCHODZĄ NA NOWE ŁĄDY – KANAŁ WIDEO NOWYM SPOSOBEM BUDOWANIA RELACJI Z KLIENTEM

- Biznesowe i socjologiczne uzasadnienie nowych kanałów dostępu
- Prezentacja systemu i omówienie wdrożenia w mBanku
- Nowe szanse relacyjne i sprzedażowe na styku technologii internetowych i obsługi osobistej klienta



Łukasz Opoka

wicedyrektor ds. rozwoju kanałów zdalnych, departament sprzedaży i obsługi w kanałach zdalnych, **mBank**

LEGISLACYJNE RAMY

14.20 IDZIE NOWE – PRAWO KONSUMENCKIE W ŚWIELE NADCHODZĄCYCH ZMIAN

- Ustawa o prawach konsumenta – obszary objęte nowelizacją i zakres zastosowania nowych przepisów
- Większe uprawnienia konsumentów przy transakcjach sprzedaży – czy to rewolucja czy ewolucja i dla kogo
- Wpływ nowej regulacji na relacje z konsumentami: obowiązki informacyjne przedsiębiorcy, gwarancja i rękojmia, odstąpienie od umowy, eliminacja opłat ukrytych i dodatkowych, dostawa i zwrot towarów, sprzedaż treści cyfrowych
- Jak każdy przedsiębiorca powinien przygotować się do nowej rzeczywistości prawnej – o konieczności zmian na różnych poziomach obsługi klienta i polityki konsumenckiej firm
- Przewidywane skutki i konsekwencje związane z nowelizacją



Joanna Affre

advokat, **Affre i Wspólnicy**

15.00 PRZERWA NA KAWĘ
TO JEDNA Z OSTATNICH OKAZJI,
BY IDEĘ
„NAWIĄZYWANIE KONTAKTÓW BIZNESOWYCH”
ZASTOSOWAĆ W PRAKTYCE

SESJE RÓWNOLEGŁE WYBIERZ SWÓJ OBSZAR

ZAMIEŃ KOMUNIKACJĘ Z RYNKIEM NA ROZMOWĘ Z KLIENTEM

15.20 INSTANT FEEDBACK – WYKORZYSTAĆ INFORMACJĘ ZWROTNA DO POPRAWY DOŚWIADCZEŃ KONSUMENTA

- Zarządzanie informacją zwrotną – nie tylko przyglądaj się doświadczeniom swojego klienta, ale je naprawiaj
- Gaszenie pożarów to nie wszystko – jak aktywnie wspierać pozytywne opinie twoich klientów i zmieniać ich w superpromotorów
- Projektowanie partycypacyjne – szansa na dotarcie do prawdziwych potrzeb użytkowników



Marcin Piotrowski

.....
head of user experience **design, P4**

16.00 JESTEŚMY TU PO TO, BY CIĘ USZCZĘŚLIWIĆ – KONTAKT REKLAMACYJNY TO TWOJA SZANSA LUB KROK MIŁOWY DO PORAŻKI

- Zachowanie customer cycle podczas procesu reklamacyjnego
- Sprawny proces reklamacyjny – zadbać o proces, procedury narzędzia i komunikację
- Reklamacje poprzez www
- Pomiar satysfakcji poreklamacyjnej – ta wiedza cię wzmocni, jeśli dobrze ją wykorzystasz



Krystyna Rączy

.....
kierownik ds. relacji klientami na Europę Środkową, **Reckitt Benckiser**

CONTACT CENTER

15.20 MODELE ORGANIZACJI OBSŁUGI KLIENTA – JAK OSIĄGNĄĆ W TYM DOSKONAŁOŚĆ

- Wejść na poziom ‘world class excellence’ – zdobywaj mistrzostwo krok po kroku na wszystkich etapach procesu (przedsprzedaż, sprzedaż, obsługa posprzedażowa, reklamacje, skargi, sugestie i oczekiwania klientów)
- Jak spiąć procesy przebiegające w różnych obszarach organizacji w jeden, który w pełni „zaopiekuje się klientem”
- Sprawny proces komunikacji i wymiany wiedzy o kliencie – zorganizuj go tak, by przejście przez różne departamenty było bezbolesne (contact center, dział reklamacji, obsługa posprzedażna itd.)



Magdalena Macko

.....
dyrektor departamentu jakości, **Millennium Bank**

16.00 SOCIAL MEDIA JAKO KANAŁ OBSŁUGI KLIENTA – BĄDŹ TAM, GDZIE JEST TWÓJ KLIENT

- Niech fanpage przynosi fun – jak sprawić, aby kontakt z twoją firmą przez facebooka sprawiał klientom radość
- Akcja – reakcje – potraktuj medium społecznościowe jako centrum szybkiego reagowania (zwłaszcza w sytuacjach kryzysowych)
- Jak monitorować przepływ informacji w social media?



Katarzyna Młynarczyk,

.....
prezes zarządu, **Socjomania**

16.40 ZAKOŃCZENIE KONFERENCJI, WRĘCZENIE CERTYFIKATÓW



Professor Dr. Bernd Weber

Head of **NeuroCognition** and Imaging, **Life&Brain Center**,
Board of Directors, Center for Economics and Neuroscience, **University of Bonn**

Dr. Weber is a professor of cognitive neuroscience and neuroimaging at the University of Bonn and one of the directors of the Center for Economics and Neuroscience. His academic experience in neuroeconomics, especially in consumer decision making, as well as his contacts with companies and presence in the media over the recent years regarding commercial studies focusing on consumer research make him perfectly suited to be a spokesperson in Germany for this new but also highly controversial field. Since 2003 he has worked as a research associate and in 2005 started as head of the neuroimaging platform at the Life&Brain Science Center at the University of Bonn which hosts two MR scanners. Life&Brain is a translational research company located at the university hospital in Bonn with the intention to combine academic and commercial research. His research interests include the biological foundation of social and economic decision making. In 2008 he became a research professor at the German Institute of Economic Research in Berlin (DIW) and received a Heisenberg-Professorship grant of the German Research Foundation (DFG) at the University of Bonn in 2010.



Lillo Buhnik

Customer Strategy and Marketing Director, **Unilever**



dr Ewa Łabno-Fałęcka

dyrektor PR, **Mercedes-Benz Polska**



Justyna Skorupska

prezes, **Symcore i FACT-Finder Partner Polska**

Ekspertka e-commerce, szczególnie w zakresie tworzenia i wdrażania strategii biznesowych w elektronicznych kanałach sprzedaży. Zaangażowana w edukację rynku i tworzenie jego standardów. Prezes zarządu spółki eBusiness Consulting, w ramach której zarządza dwoma markami: Symcore i FACT-Finder Partner Polska. Dzięki udanej współpracy z klientami takimi jak Conrad Electronic Polska, Credit Agricole, Komfort, Złote Wyprzedaże, Weltbild czy TIM, doskonale zna i rozumie potrzeby biznesowe firm z sektora b2b i b2c. Członek komitetu założycielskiego Izby Gospodarki Elektronicznej, Przewodnicząca Rady e-Izby, w której zajmuje się m.in. analizą projektu ustawy o prawach konsumenta.



Magdalena Macko

dyrektor departamentu jakości, **Millennium Bank**

Od 12 lat w bankowości. Karierę zaczynała w Banku Handlowym w Warszawie. W Banku Millennium od 2006 r., początkowo w departamencie marketingu jako kierownik zespołu zarządzania portfelem kart kredytowych, a następnie w departamencie operacji jako szef operacji detalicznych. Od 2011 r. jako dyrektor departamentu jakości odpowiada za całokształt działań zmierzających do zapewnienia wysokiego poziomu świadczonych przez bank usług, zarówno w obszarze klientów indywidualnych, jak i biznesowych. Bezpośrednio podlegają jej zespoły zajmujące się rozpatrywaniem reklamacji, optymalizacją procesów i modeli obsługi klienta oraz badań głosu klienta. Zafascynowana obecnymi zmianami w zachowaniach i oczekiwaniach konsumentów, ciągle poszukuje rozwiązań, pozwalających przełożyć je na funkcjonowanie firmy.

PRELEGENCI



Dirk Lubbers

Manager Heineken Experience, **Heineken Internationals**

Dirk Lubbers started his career at ThyssenKrupp, a German Steel Multinational, as Manager Logistics. He started working at Heineken in 2002, and for 5 years he was Manager of Heineken Event Service where he was responsible for all Heineken events including Queens day (national celebration of our queen's birthday), Mystery land (one of the biggest dance events in the Netherlands) also The V.I.P. tent at the UEFA Champions League Final, and the Holland Heineken Houses in Olympic cities such as Athens, Torino, Beijing and Vancouver. Currently he is the manager of the Heineken Experience in Amsterdam. The Heineken Experience located at the heart of Amsterdam, is a historic brewery and corporate visitor center of Heineken beer. Throughout his time at Heineken International Dirk is well-known for his enthusiastic Heineken spirit with heart for the business and people.



Greg Suligowski

Head of Customer Experience, Quality and Insight, **New Charter Housing Trust Group**

Greg Suligowski is a respected customer experience leader within the UK services sector. Having begun his career in global retail, Greg has had a varied career leading customer facing teams in public, private and not for profit sectors. With a CV including Customer Experience Leadership roles for high-profile organisations such as Staples, The Home Office and Transport for Greater Manchester amongst others, Greg provides a wealth of knowledge and experience in all things 'customer'. In his current role as Head of Customer Experience, Quality and Insight for New Charter Housing Trust Group, Greg is responsible for the delivery of an exceptional customer experience to the Group's 19,500 homes across the North West and East Midlands regions of England. His main focus is currently on delivering high quality customer intelligence to the Group's growing business. Greg has a consistent track record of delivering high quality services and increasing customer satisfaction. Unsurprisingly his teams have been recognised with a host of regional and national awards from organisations such as the Institute of Customer Service. In 2014, he was recognised as one of the top customer experience leaders in the UK, receiving a Bronze Award at the prestigious UK National Contact Centre Awards.



Bartosz Gott

dyrektor strategii relacji z klientami, **Orange**

Strateg, manager i ekspert w dziedzinie budowania relacji z klientami i zarządzania doświadczeniami klientów. Doświadczony konsultant w obszarze marketingu zintegrowanego. W Orange Polska odpowiedzialny za budowę kultury zorientowanej na potrzeby klientów oraz inicjowanie i wprowadzanie zmian mających na celu poprawę doświadczeń klientów. Z firmą związany od 2011 r. Wcześniej pracował dla Euro RSCG Marketing House, gdzie był odpowiedzialny za zarządzanie zespołem realizującym projekty z zakresu marketingu zintegrowanego i marketingu relacji dla największych marek międzynarodowych: L'Oréal, Volvo, Mars, Panasonic, Danone, Nutricia, Philip Morris. Prelegent na międzynarodowych konferencjach branżowych. Autor artykułów na temat zarządzania relacjami z klientami.



Marcin Piotrowski

head of user experience design, **P4**

W Play kieruje zespołem User Experience Design, którego zadaniem jest wspieranie szeroko rozumianego marketingu w myśleniu kategoriami potrzeb użytkownika oraz poszukiwanie szans na wynikające z tych potrzeb dobre produkty. Stara się zbliżać użytkowników do firmy poprzez różnego rodzaju aktywności (badania terenowe, warsztaty), wierząc że lepsze poznanie końcowego użytkownika przełoży się później na projektowanie lepszych usług. Prowadzi szkolenia z user experience, design thinking oraz kreatywnych metod rozwiązywania problemów. Fascynuje go projektowanie usług (service design) i projektowanie doświadczeń (experience design). Spełnia się także jako badacz. Z firmą P4 związany od 2007 r. Wcześniej pracował dla Wydawnictwa Naukowego PWN i Netii.



Mirella Galińska

kierownik ds. zarządzania ofertą, **RWE Polska**

Doświadczony menadżer z kilkunastoletnią praktyką w pracy w międzynarodowych i polskich korporacjach m.in. telekomunikacyjnych. Główne obszary zainteresowania i kompetencji to kreowanie nowych konceptów produktowych, idei i inicjatyw sprzedażowych, wdrażanie, rozwój i kompleksowe zarządzanie projektami i produktami. W RWE Polska pełni obowiązki kierownika zespołu produktowego odpowiedzialnego za realizację strategii produktowej, przygotowywanie akcji sprzedażowych i kampanii marketingowych.



Katarzyna Młynarczyk

prezes zarządu, **Socjomania**

Pasjonatka nowych mediów i wpływu social media na ich rozwój. Konsultant ds. marketingu internetowego, specjalizuje się w social media. Od ponad 5 lat związana zawodowo z promocją i budowaniem wizerunku firm i marek z różnych sektorów. Szkoliła m.in. Ambasadę Izraela, Jones Lang LaSalle, Tygodnik Polityka, Coccodrillo, Uniwersytet Warszawski, Raben Group, a także m.in. przedstawicieli marek Solar, Apart, Bohoboco. Szkoli z zakresu LinkedIn i serwisów kontentowych. Specjalizuje się w social media dla branży modowej i e-commerce. Stworzyła strategię obecności w social media i PR dla takich marek jak Fashion Philosophy Fashion Week Poland, Atlantic, K MAG, Simple, 3Suisse. Pomaga agencjom zagranicznym jako konsultant ds. wdrożenia projektów na polski rynek. W agencjach interaktywnych pełniła stanowiska managera zarządzającego dużymi zespołami pracowników.



Łukasz Opoka

wicedyrektor ds. rozwoju kanałów zdalnych w departamencie sprzedaży i obsługi w kanałach zdalnych, **mBank**

Z branżą contact center związany od 7 lat, od początku kariery zawodowej w mBanku. Zaczynał na stanowisku analityka. Następnie pełnił rolę naczelnika wydziału planowania i rozwoju oraz wicedyrektora biura ds. rozwoju, gdzie odpowiadał m.in. za wdrożenie i integrację systemu Customer Interaction Center firmy Interactive Intelligence w mBanku, MultiBanku oraz innych spółkach BRE Banku. Obecnie pełni funkcję wicedyrektora ds. rozwoju kanałów zdalnych w departamencie obsługi i sprzedaży w kanałach zdalnych BRE Banku. Jest odpowiedzialny za strategię rozwoju, kształt systemowych i technologicznych rozwiązań w kanałach zdalnych. Od kwietnia 2012 r. kierował projektem uruchomienia wirtualnej placówki w ramach budowy Nowego mBanku.



Marta Wojewnik

dyrektor ds. obsługi klienta międzynarodowego, **DHL Express (Poland)**

Od 12 lat związana z DHL Express (Poland). Ma doświadczenie menadżerskie i projektowe, które zdobywała kolejno w obszarach rozwoju strategii, sprzedaży oraz obsługi klienta. Rozwój zawodowy opiera się na obszarach zmian strukturalnych i procesowych, a także budowaniu zaangażowania poprzez rozwój świadomości. Jako dyrektor działu obsługi klienta międzynarodowego odpowiada za strategię rozwoju

i zarządzanie procesem obsługi klientów DHL Express w ramach contact center.



Marta Bryła-Gozyra

dyrektor zarządzająca, **Everbe**, wykładowca zachowań konsumenckich w **Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie**

Absolwentka zarządzania biznesem oraz psychologii organizacji i zachowań konsumenckich oraz coachingu. Ma 17 lat doświadczenia na kierowniczych stanowiskach zarządzania firmą, marketingu, sprzedażą i obsługą klienta. Konsultant ds. customer experience, coach, i wykładowca zachowań konsumenckich. Zarządzaniem doświadczeniami klientów w teorii i praktyce zajmuje się do ponad 8 lat. Jej szczególną uwagę zajmuje kultura organizacji oraz wpływ zadowolenia pracowników na zadowolenie i lojalność klientów. W zakresie wsparcia organizacji w zarządzaniu i customer experience współpracowała m.in. z Jet Line, Billennium, Roche i RWE.



Krystyna Rączy

kierownik ds. relacji z klientami na Europę Środkową, **Reckitt Benckiser**

Zarządza contact centers firmy Reckitt Benckiser w Europie Środkowej (Niemcy, Austria, Szwajcaria, Węgry, Czechy i Polska). Wcześniejsze doświadczenia w kierowaniu serwisem konsumenckim zdobywała pracując dla firm Danone oraz Żywiec Zdrój. Wierzy, że contact center to wizytówka firmy, a informacje zwrotne od konsumentów stanowią dla firmy ogromną, darmową wartość dodaną.



Joanna Affre

adwokat, **Affre i Wspólnicy**

Od ponad 10 lat specjalizuje się w szeroko rozumianym prawie konkurencji. Doradza klientom z branży FMCG, spożywczej, motoryzacyjnej, chemicznej, budowlanej, bankowej oraz mediów i reklamy. Specjalizuje się w kształtowaniu polityki dystrybucyjnej, przeciwdziałaniu porozumieniom antykonkurencyjnym i nadużywaniu pozycji dominującej, fuzjach i przejęciach, prawie konsumenckim, a także zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Prowadzi audyty i szkolenia dla przedsiębiorców, a także reprezentuje klientów w postępowaniach przed Prezesem UOKiK i sądami. Od kwietnia 2014 r. prowadzi własną kancelarię.



Rafał Jarosz

ekspert, **KlinikaCallCenter.pl**

Od 12 lat związany z obszarem outsourcingu, obsługi klienta i sprzedaży. Specjalizuje się w rozwiązaniach wspierających zarządzanie relacjami i doświadczeniami Klientów (CEM/CX), podnoszeniu skuteczności działań operacyjnych i IT. Szczególnymi względami darzy analitykę biznesową i operacyjną dla front i back-office oraz wymiarowanie rozwiązań technologicznych klasy call/contact center i CRM. Jako trener zajmuje się jakością i skutecznością obsługi klienta, analityką biznesową, sprzedażą oraz zarządzaniem projektami. Twórca projektu KlinikaCallCenter.pl, prelegent i prowadzący podczas kilkunastu konferencji branżowych. Wyróżniony tytułem „2013 Industry Champion” przez największy portal ContactCenterWorld.com. Ekspert w obszarze CEM, CRM i Contact Center Fundacji ProProgressio oraz Alior Instytut Biznesu. Był audytorem w ramach projektu „Firma Przyjazna Klientowi”.



Kamil Kociszewski

kierownik ds. lojalności klientów, **CHI Polska**

Socjolog. Obserwator rynków i jego uczestników. Entuzjasta nurtu marketingu relacji z klientami (Customer Relationship Marketing). Coach z pasją poznający specyfikę procesu zmiany. Od kilkunastu lat współpracuje z międzynarodowymi markami w zakresie marketingu, badań i analiz rynku, standardów obsługi, rozwiązań budujących lojalność klientów – w tym programów lojalnościowych. Obecnie na stanowisku kierownika ds. lojalności klientów w CHI Polska (coffeeheaven, COSTA by coffeeheaven).

Trio Conferences to niezależny organizator wydarzeń biznesowych. Portfolio projektów obejmuje konferencje, kongresy, warsztaty oraz szkolenia zamknięte. Znani eksperci zapewniają zawsze najwyższy poziom merytoryczny. Trio Conferences wchodzi skład grupy Trio Management świadczącej swoje usługi poprzez biura w Warszawie, Bukareszcie i Sofii. W Polsce Grupa Trio Management jest zaufanym doradcą biznesowym ponad 500 firm.

KONTAKT:

DOROTA WOJNAR PROJECT MANAGER

Tel. +48 22 45 25 100

Fax. +48 22 61 17 181

d.wojnar@trioconferences.pl



TAK, zgłaszam uczestnictwo w konferencji

1995 PLN + VAT do 29 sierpnia 2014 r.

2495 PLN + VAT od 30 sierpnia do 26 września 2014 r.

2995 PLN + VAT od 27 września 2014 r.


 NIE tym razem, jednak
 proszę o poinformowanie
 mnie o wydarzeniach
 o podobnej tematyce.

WYŚLIJ DZIŚ ZGŁOSZENIE NA NUMER FAKSU 22 61 17 181 LUB ZAREJESTRUJ SIĘ NA WWW.TRIOCONFERENCES.PL

1. Imię i nazwisko
 Stanowisko
 Departament
2. Imię i nazwisko
 Stanowisko
 Departament
3. Firma
 Ulica
 Kod pocztowy i miasto
 Telefon lub fax
 E-mail
4. Dane nabywcy (do faktury VAT)
 Nazwa Firmy
 Adres
 NIP
 Osoba kontaktowa: tel:

5. Kogo jeszcze możemy poinformować o tym wydarzeniu?
- Imię i nazwisko
- Departament
- Telefon lub fax
- E-mail

Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. 1997 r. Nr 133 poz. 833) Trio Conferences Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K. z siedzibą w Warszawie, informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez Trio Conferences, świadczonych usług oraz oferowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów Trio Conferences. Wyrażamy również zgodę na otrzymywanie drogą elektroniczną ofert oraz informacji handlowych dotyczących Trio Conferences oraz klientów Trio Conferences. Wyrażając zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczą, w tym także prawo ich poprawiania. Równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwoty wynikającej z niniejszej umowy.

Regulamin udziału w wydarzeniu

1. Koszt udziału 1 osoby w Forum wynosi:
 1995 PLN + VAT do 29 sierpnia 2014 r.
 2495 PLN + VAT od 30 sierpnia do 26 września 2014 r.
 2995 PLN + VAT od 27 września 2014 r.
 (ceny netto należy powiększyć o należny podatek VAT 23%)
 Cena uczestnictwa obejmuje prelekcje, materiały, lunch oraz przerwy kawowe.
2. Wypełnienie formularza on-line, przesłanie wypełnionego i podpisanego zgłoszenia faksem lub pocztą tradycyjną lub elektroniczną, stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy osobą zgłaszającą a Trio Conferences Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K. Elektroniczna wersja faktury pro forma jest wystawiana standardowo i wysyłana automatycznie na adres mailowy zgłaszającego po wypełnieniu formularza zgłoszeniowego.
3. Osoba podpisująca formularz zgłoszeniowy w imieniu zgłaszającego oświadcza, iż posiada stosowne uprawnienia do działania w imieniu i na rzecz zgłaszającego.
4. Wpłaty za udział prosimy wnosić w ciągu 14 dni od daty rejestracji uczestnictwa, nie później niż w dniu wydarzenia. Wpłaty należy dokonać na konto:
 Trio Conferences Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K. ul. Wołoska 9, 02 - 583 Warszawa.
 ING Bank Śląski S.A. 63 1050 1025 1000 0023 6361 0177 . W tytule zgłoszenia prosimy zamieścić tytuł wydarzenia.
5. W przypadku rezygnacji z udziału w terminie nie późniejszym niż 21 dni przed datą rozpoczęcia wydarzenia obciążamy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 400 zł +23% VAT. W przypadku rezygnacji po tym terminie, zgłaszający zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa wynikających z zawartej umowy.

6. Informacje o rezygnacji z udziału w wydarzeniu należy dokonać w formie pisemnej i przesłać listem poleconym na adres Trio Conferences Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.
7. W przypadku nieodwołania zgłoszenia uczestnictwa oraz niewzięcia udziału w wydarzeniu, zgłaszający zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa wynikających z umowy.
8. Brak wpłaty za udział nie jest jednoznaczny z rezygnacją.
9. W miejsce zgłoszonej osoby, może wziąć udział inny pracownik firmy, po uprzednim poinformowaniu organizatora o zmianie.
10. Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian dot. programu, prelegentów, miejsca, w którym odbywa się wydarzenie oraz do odwołania samego wydarzenia.
 Adres: Wołoska 9, 02 - 583 Warszawa, KRS: 0000426321 NIP: 521-363-33-93 Regon: 146200740

pieczęć i podpis

