

Forum

Zarządzanie Call i Contact Center - Total Experience

Warszawa,
22 października 2026



ZAPOZNAJ SIĘ Z ROZWIĄZANIAM I TAKICH FIRM JAK:

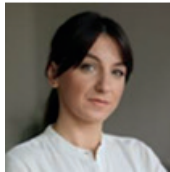
IKEA RETAIL
ALTAR
ESKY
KACZMARSKI GROUP
KRAJOWY REJESTR DŁUGÓW BIG S.A.
ALLEGRO

Zgłoś swój udział już dziś!

728 108 188

✉ zgloszenia@bmspolska.pl

PRELEGENCI



Marta Kozicka-Trojan, Experience Design Manager, IKEA

Absolwentka wydziału Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego oraz managerka z 15-letnim doświadczeniem w międzynarodowych organizacjach. Pasjonatka obsługi klienta. Specjalizuje się w zarządzaniu projektami na rzecz budowania lepszych doświadczeń z oferowanych usług oraz zwiększania efektywności biznesowej w podejściu human centric design. Obecnie pełni rolę Country Experience Designe Managera w Ikea Retail, wspierając budowę omnichannelowej rzeczywistości, słuchając potrzeb i głosu klientów.



Paweł Sadowski, Business Solutions Director, Altar

Ekspert rynku Contact Center z 27-letnim doświadczeniem, łączący perspektywę techniczną i biznesową. Karierę rozpoczął od wdrożeń i serwisu oprogramowania, co dziś przekłada się na dogłębne, praktyczne rozumienie platform CC, od architektury po realne wyzwania operacyjne klientów. Obecnie jako Business Solutions Director w Altar odpowiada za rozwój rozwiązań dla obsługi klienta: od identyfikacji potrzeb, przez koncepcję i portfolio, po strategię wdrożenia. Świadomy aktualnych trendów technologicznych branży, ceniony na rynku za umiejętność przekładania technologii na konkretny efekt biznesowy.



Ewelina Kołodziej - Tyczka, Director of Customer Service, eSky

Director of Customer Service w eSky – jednej z największych platform dla rezerwacji podróży w Europie. Posiadając dogłębną wiedzę z zakresu customer operations, transformacji usług i zarządzania zespołami, specjalizuje się w łączeniu technologii i AI ze strategicznym rozwojem customer experience. Na stanowisku kierowniczym prowadzi projekty modernizacji contact center, wdrażając rozwiązania zwiększające efektywność operacyjną i satysfakcję klientów. Jej podejście opiera się na głębokim zrozumieniu zmian w branży travel i rosnącej roli automatyzacji w obsłudze klienta.

Pasjonuje ją budowanie wysokowydajnych zespołów i wprowadzanie innowacyjnych narzędzi wspierających total experience, w którym doświadczenie pracownika (EX), klienta (CX) i ogólne doświadczenie użytkownika (UX) są równie ważne.



Dawid Poddębniak, Principal Presales Engineer, Altar

Ekspert z 15-letnim doświadczeniem w IT. W Altar łączy rolę architekta rozwiązań i doradcy biznesowego, przechodząc z klientami drogę od analizy problemu do wdrożenia platform obsługi klienta klasy enterprise. Doświadczenie w zarządzaniu projektami oraz praktyka trenerska pozwalają mu prowadzić wdrożenia tak, by technologia przynosiła mierzalny zwrot z inwestycji, a język architektury był zrozumiały zarówno dla inżynierów, jak i decydentów biznesowych.



Adrian Figurniak, Kierownik Centrum Sprzedaży Telemarketingu i Usług Konsumenckich, Kaczmarek Group i Krajowy Rejestr Długów BIG S.A.

Od ponad 15 lat związany z branżą Call i Contact Center. Od dekady rozwija i zarządza strukturami sprzedaży oraz obsługi klienta. Obecnie odpowiada za funkcjonowanie zespołów działających w dwóch oddziałach Kaczmarek Group, realizujących sprzedaż i obsługę klientów B2B oraz B2C w kanałach inbound i outbound.

W Kaczmarek Group zbudował od podstaw Contact Center dedykowane segmentowi B2C. Specjalizuje się w tworzeniu i transformacji struktur sprzedażowych, optymalizacji procesów oraz rozwoju kadry menedżerskiej. W swojej pracy koncentruje się na budowaniu odpowiedzialności, efektywności operacyjnej i skuteczności zespołów. Szczególnym obszarem jego zainteresowań jest zarządzanie przedstawicielami pokolenia Z. Poszukuje praktycznych sposobów łączenia oczekiwań młodych pracowników z realizacją ambitnych celów biznesowych oraz budowania zaangażowania bez obniżania standardów i wymagań.



Paweł Holeczek, Customer Experience Manager, Allegro

Ekspert Customer Experience z 15-letnim stażem. W Allegro odpowiada za strategię CX kluczowych strumieni biznesowych (finanse, programy lojalnościowe) oraz ekspansję na rynki CEE. Łączy zarządzanie zespołami operacyjnymi z zaawansowaną analityką – skutecznie przekłada optymalizację procesów i wdrażanie automatyzacji na wymierny wpływ biznesowy. Buduje skalowalne rozwiązania w oparciu o twarde dane (data-driven) oraz podejście customer-centric. Wierzy, że skalowalny biznes wymaga twardej diagnozy problemów, wdrożenia precyzyjnych rozwiązań oraz stawiania klienta w centrum każdej decyzji operacyjnej.

e-mail: zgloszenia@bmspolska.pl, tel: 728 108 188

Business Meeting Solutions Sp. z o.o.

Al. Jana Pawła 27
00-867 Warszawa

e-mail: info@bmspolska.pl, www.bmspolska.pl



09:00 Rejestracja, poranna kawa, wręczenie materiałów

9:30 Bot, self-service czy człowiek? Jak zaprojektować strategię kontaktu, która się opłaca?

- Jak zdecydować, które kontakty automatyzować, które kierować do self-service, a gdzie świadomie postawić na człowieka?
- Jak projektować strategię kontaktu, która łączy potrzeby klienta z efektywnością operacyjną?
- Jak przełożyć te decyzje na efekty biznesowe: niższy koszt obsługi, większą skuteczność, lepsze doświadczenie klienta?

Marta Kozicka-Trojan, Experience Design Manager, IKEA Retail

10:15 AI? Tak. Ale najpierw zrobimy dobre podstawy.

- Kolejka? AI. Wysoki AHT? AI. Niski NPS? AI. A może czasem odpowiedzią wcale nie jest sztuczna inteligencja?
- Automatyzując bałagan, dostajemy zautomatyzowany bałagan.
- Gdzie AI daje realną przewagę, a gdzie jest tylko modą?
- Błędna logika pytania „gdzie wdrożyć AI”?

Paweł Sadowski, Business Solutions Director w Altar

11:00 Przerwa kawowa



11:15 Ai jako pełnoprawni członkowie zespołu.

- Rekrutacja Agentów AI: jak zdefiniować „opis stanowiska” dla AI, oceniać rozwiązania jak nowego pracownika (capabilities, pasowanie do brand voice'u, skalowalność), i wnioski z iteracyjnego procesu testowania.
- Onboarding Agentów AI: przygotowanie danych treningowych, integracja knowledge base'ów, protokoły eskalacji, oraz ustawienie KPI specyficznych dla AI (resolution rate, wpływ na CSAT, koszt kontaktu).
- Zespół Zarządzający AI: dlaczego CS potrzebuje dedykowanego zespołu do monitorowania, optymalizacji i ciągłego ulepszania agentów AI. Role, umiejętności, i jak zespół ten łączy technologię ze strategią CX.
- Mierzalne Rezultaty:
Dla klientów: wsparcie 24/7 w wielu językach, szybsza rozwiązanie problemów, konsystentna jakość.
Dla biznesu: obniżony koszt kontaktu, skalowalność bez proporcjonalnego wzrostu headcount'ego, upskilling zespołów, elastyczność strategiczna.
- Przyszłość AI w CS : przesunięcie od CS wspieranego przez AI do CS opartego na AI, ewoluująca rola liderów CS zarządzających hybrydowymi zespołami, i etyczne aspekty transformacji.

Ewelina Kołodziej-Tyczka, Director of Customer Service, eSky

12:00 Przerwa na lunch

“

"Spotkanie biznesowe było pierwszym ze spotkań organizowanych przez firmę BMS Polska, w jakim miałem przyjemność uczestniczyć. Formuła spotkania, wysoki poziom merytoryczny wystąpień prelegentów i atmosfera w trakcie, sprzyjały zapoznaniu się z tematyką z różnych perspektyw, wymianie doświadczeń pomiędzy uczestnikami i nawiązaniu kontaktów biznesowych."

Mariusz Marek, TAURON Obsługa Klienta

13:00 Złote góry czy skarbonka bez dna? Prawda o ROI, ukrytych kosztach i wdrażaniu AI w Contact Center.

- Jaki jest pierwszy krok do cyklicznych kosztów AI w CC bez efektów?
- Licencja to nie kompetencja. Kto naprawdę kontroluje Wasz system?
- Skąd biorą się drogie błędy AI?
- Rola AI przy wsparciu agenta i ryzyko braku kontroli.

Dawid Poddębniak, Principal Presales Engineer, Altar

13:45 Gen Z nie jest problemem. Problemem jest stare zarządzanie. Jak uwolnić pełny potencjał najmłodszego pokolenia w Call/Contact Center?

- Gen Z nie jest problemem: problemem może być sposób, w jaki nim zarządzamy. Co naprawdę zmieniło się w podejściu młodych pracowników do pracy, autorytetu i wyniku oraz dlaczego narzędzia zarządzania skuteczne wobec wcześniejszych pokoleń nie zawsze działają dzisiaj.
- Od „musisz zrobić wynik” do „wiem, jak wygrać”. Jak wykorzystać jasne zasady gry, widoczny progres, szybki feedback i odpowiedzialność, aby budować zaangażowanie Gen Z bez obniżania wymagań biznesowych.
- Manager nowej generacji – mniej kontrolowania, więcej projektowania środowiska do wyniku. Jak dane, technologia i automatyzacja mogą przejąć część kontroli operacyjnej, a liderowi pozwolić skoncentrować się na tym, czego nie da się zautomatyzować: rozwoju ludzi, komunikacji i budowaniu odpowiedzialności.

Adrian Figurniak, Kierownik Centrum Sprzedaży Telemarketingu i Usług Konsumenckich, Kaczmarek Group i Krajowy Rejestr Długów BIG S.A.

14:30 Przerwa kawowa

14:45 AI bez pudrowania wyników. Od długu technologicznego do realnej wartości dla biznesu, zespołu i klienta

- Architektura powiadomień i prosta samoobsługa: Jak wyeliminować przyczynę kontaktu u źródła, zamiast stawiać bota na nieuporządkowanym procesie.
- Matematyka ROI vs. LTV klienta: Dlaczego "tanio zamknięte zgłoszenie" może kosztować markę utratę wartości klienta w czasie i jak to poprawnie policzyć.
- Model Augmented Agent w praktyce: Jak uzbroić doradców FrontLine w asystentów GenAI, by skrócić czas wdrażania nowych osób i obniżyć koszty operacyjne bez spadku tNPS.
- Diagnoza punktowa i twarde metryki: Jak zarządzać transformacją AI w oparciu o prawdę w danych (FCR, Contact Rate, rNPS/tNPS), zachowując bezpieczeństwo procesowe i elastyczność zespołu.

Paweł Holeczek, Customer Experience Manager, Allegro

15:30 Panel dyskusyjny: Sztuczna inteligencja vs. Prawdziwe emocje - gdzie leży granica opłacalności hiperpersonalizacji?

- Czy klienci naprawdę chcą, aby AI wiedziało o nich wszystko? Jak znaleźć złoty środek między technologią a ludzkim podejściem (Human-in-the-loop) i jak to wpływa na ostateczny zwrot z inwestycji (ROI)?

16:30 Zakończenie i wręczenie certyfikatów.

18:00 Kolacja

“

"Nie po raz pierwszy miałem przyjemność brać udział w wydarzeniu organizowanym przez firmę BMS Polska. Kongres był bardzo dobrze przygotowany pod względem organizacyjnym, z bardzo ciekawie dobranymi i zróżnicowanymi tematami sesji oraz listą gości. Najważniejszą jednakże zaletą była panująca atmosfera, gdzie każdy z uczestników brał czynny udział w toczącym się panelu dyskusyjnym, a żadne z zadanych pytań nie pozostało bez odpowiedzi."

Maciej Kurzawa, Bank Millennium