

FRAMTIDENS PRESS- OCH MEDIEHANTERING 2017

Smarta arbetssätt för att nå ut, bygga förtroende och hantera kriser i ett snabbväxande medielandskap

KONFERENS
15-16 NOVEMBER 2017
STOCKHOLM



UR INNEHÅLLET

- När journalisterna blir färre och kanalerna fler – så når du ut och skapar spridning
- Hur får du en stor och komplex organisation att hålla jämna steg med dagens snabbväxande medieflöde?
- Hur får du köpta, ägda och förtjänade kanaler att samverka för bästa effekt?
- Så klarar du pressen när drevet går – effektiv krishantering i praktiken

MODERATOR & KEYNOTE SPEAKER



Jeanette Fors-Andrée
Krishanterare, medietränare
och medierådgivare
Jeanette Fors-Andrée

KEYNOTE SPEAKER



Karin Zingmark
Strategisk expert inom ledarskap
och kommunikation
Zingmark Consulting

KEYNOTE SPEAKER



Paul Ronge
Massmediaexpert,
PR-konsult och medietränare
Paul Ronge Media

KEYNOTE SPEAKER



Linda Nyberg
Strategisk kommunikator
och journalist

ÖVRIGA TALARE OCH PRAKTIKFALL

Alexander Mason
Commercial Director
Cision Skandinavien

Andreas Jerat
Presschef
Svenska Spel

Björn Malmström
Pressansvarig
Kemikalieinspektionen

Robin Lapidus
Konsult
Robin Lapidus
Kommunikation

Jesper Liveröd
Press- och PR-chef
Naturskyddsföreningen

Staffan Ekengren
Head of Scania Newsdesk
Scania

Jakob Holmström
PR- & Press manager
IKEA Group in Sweden

Helena Miller
Presschef, Hälso- och
sjukvårdsförvaltningen
Stockholms läns landsting

Sirpa Franzén
Head of Media Relations
E.ON Sverige

Mattias Ragert
Presschef
Skolverket

Salomon Bekele
Senior Advisor, CEO Office
Telia Company

Sara Kvarnström
Presschef
Polisen

BEGRENSAT ANTAL DELTAGARPLATSER – ANMÄL DIG IDAG!

www.abilitypartner.se | Telefon 08-694 91 00 | bokning@abilitypartner.se

Arrangeras av

abilitypartner.



ONSDAG 15 NOVEMBER

08:30 Registrering, kaffe och nätverkande

09:00 Ability Partner inleder konferensen och lämnar över till konferensens moderator Jeanette Fors-Andrée

KEYNOTE SPEAKER

09:10 Maxa snacket – så når du ut och bygger varumärke i dagens medielandskap

- Ledarskap i en digital värld – så bygger du en kommunikativ organisation som är rustad för framtiden
- Hur kan du arbeta strategiskt och systematiskt för att utveckla chefernas kommunikativa förmåga?
- När köpt och förtjänat flyter ihop – så organiserar du samarbetet internt för ett effektivt PR-arbete
- Rätt content till rätt målgrupp – hur skapar du den kommunikation som maxar snacket?



Karin Zingmark

Strategisk expert inom ledarskap och kommunikation
Zingmark Consulting

Tiden då ledningen kunde delegera kommunikation till en kommunikationsavdelning som paketerade och förde ut företagets budskap är sedan länge förbi. Men hur kan du behålla kontrollen över kommunikationen när alla pratar? Karin Zingmark har över tjugo års erfarenhet av att driva förändring på temat strategisk kommunikation och ledarskap i en uppkopplad värld. Genom åren har Karin haft ledande befattningar inom IT, tech- och mediabranschen, bla som presschef på Viasat med ansvar för PR och sociala medier och nu senast i rollen som marknadschef på Microsoft i Sverige. Karin är en flitigt anlitad rådgivare och uppskattad föredragshållare inom digital kommunikation och ledarskap. Under denna föreläsning kommer du att få konkreta råd och praktiska exempel på hur du kan göra ditt företag mer kommunikativt och rustat för framtiden.

A true love story?

09:55 Relationen mellan journalister och kommunikatörer – vem behöver vem?

- Hur ser relationen mellan journalister och kommunikatörer ut 2017?
- Hur förändras rollerna i takt med att kanalerna för förtjänad media blir fler?



Alexander Mason

Commercial Director
Cision Skandinavien

Medielandskapet befinner sig i ständig förändring och journalister och kommunikatörer tampas med allt större utmaningar idag när vem som helst kan producera innehåll. Hur ser relationen mellan yrkesgrupperna ut? Hur vill journalisterna bli kontaktade och vilka misstag gör kommunikatörerna när de försöker komma i kontakt med journalisterna? Under denna föreläsning får du ta del av alla de viktigaste resultaten av vår årliga journalist- och kommunikatörsundersökning som belyser dessa yrkesgruppers utmaningar och möjligheter. Alexander Mason föreläser flitigt kring digital kommunikation och har jobbat med kommunikation i mer än

15 år. Han har även suttit i Spinnjurn i 7 år samt poddar sedan tre år om förtjänat kommunikation i podden passion för kommunikation.

10:25 Kaffe och nätverkande

Presschefen/kommunikationschefen

10:55 En mångfacetterad yrkesroll – så hanterar du utmaningarna och möjligheterna på bästa sätt

- Strateg, örat utåt, talesperson, djävulens advokat, etc.... – så bygger du förtroende när rollerna är många och kontaktytorna ännu fler



Robin Lapidus

Konsult

Robin Lapidus Kommunikation

Rollen som presschef är mångfacetterad. Det nya medielandskapet erbjuder stora möjligheter för din kommunikation men samtidigt en hel del utmaningar. Ett helt nytt tempo ställer allt högre krav på att vara snabb och anpassningsbar och att kunna agera strategiskt, både proaktivt och reaktivt. Dessutom behöver man ha organisationen med sig för att snabbt kunna skifta fokus när så krävs. Hur hanterar du utmaningarna i rollen för att skapa det förtroende som krävs för att lyckas? Robin Lapidus har mer än 25 års erfarenhet av att verka som presschef och kommunikationschef, först på AMS, sedan RFV/Försäkringskassan och nu senast på Skolinspektionen. Under detta anförande kommer ett antal dilemman att diskuteras och du kommer att få ta del av hans samlade erfarenheter av att lyckas i rollen som presschef.

11:30 Hur får du en stor och komplex organisation att hålla jämna steg med dagens snabbväxande medieflöde?

- Snabba puckar i en stor organisation – hur gör man?
- Vad innebär tillgänglighet, transparens och öppenhet i en komplex organisation?
- Integrerad kommunikation när alla är kommunikatörer – hur kan man hantera utmaningen?
- Proaktivt mediarbete i praktiken – så når du ut med egna nyheter



Helena Miller

Presschef

Stockholms läns landsting

Stockholms läns landsting är en av Sveriges största arbetsgivare och levererar varje dag samhällsviktiga tjänster till mer än två miljoner invånare. Verksamheten intresserar och berör många och det nya medielandskapet ställer nya krav på pressfunktionen. Under denna föreläsning får du ta del av hur Helena Miller ser på utmaningarna och möjligheterna för strategisk press- och mediehantering i en medieintensiv och komplex, politiskt styrd organisation och hur SLL:s centrala pressfunktion säkerställer en integrerad kommunikation som bygger på strategiskt ansvar, hög servicenivå och effektivt genomförande.

12:10 Lunch och nätverkande

13:10 Så går du från att mäta pressklipp och räckvidd till att mäta mål- och budskapsuppfyllelse i kommunikationen

- Hur säkerställer du att kommunikationsaktiviteterna bygger på i förväg beslutade kommunikationsmål, målgrupper och budskap?
- Att anpassa aktiviteterna efter kommunikationsmålet och inte



tvärtom – men hur får du med dig hela organisationen på samma spår?

- Medieanalys och omvärldsbevakning - effektiva KPI:er för att mäta och följa upp kvalitet och kvantitet
- Så förenklar du utvärdering och uppföljning av talespersonernas kommunikationsaktiviteter



Andreas Jerat
Presschef
Svenska Spel

Kommunikativa målbilder är nyckeln till att lyckas med mål- och budskapsstyrd kommunikation i massmedia. Men hur får du dessa integrerade i hela organisationen och hur får du de att funka även i skarpt läge när drevet går? Under denna föreläsning kommer du att få ta del av hur du kan konkretisera dina kommunikativa målsättningar för organisationen och hur du sedan effektivt kan mäta och följa upp resultatet genom omvärldsbevakning och smart medieanalys. Andreas Jerat har en gedigen bakgrund inom kommunikation och PR och har bland annat jobbat som pr-konsult på Springtime, press- och pr-ansvarig för Folksam, SATS ELIXIA och idag som presschef för Svenska Spel.

13:55 Proaktivt publicitetsarbete – så ökade Kemikalieinspektionen mediegenomslaget med 62 procent på ett år

- Identifiera och ta vara på organisationens kommunikationstillfällen – för att nå ut med prioriterade budskap
- Formulera effektiva pressmeddelanden – så väcker du mediernas intresse
- Så bygger du goda relationer med journalister för att maximera mediegenomslaget
- Hur kan man peka på problemet utan att skrämja upp i onödan? Om att hitta rätt balans i kommunikationen
- Medie- och budskapsträning – så ökar du tryggheten hos talespersonerna



Björn Malmström
Pressansvarig
Kemikalieinspektionen

Kemikalieinspektionen arbetar för att minska riskerna för att människor och miljö skadas av kemikalier. Myndighetens kommunikation ska både leverera saklig information till allmänheten och bidra till att öka företagets motivation att leva upp till kraven i kemikalielagstiftningen. Det innebär en utmaning i att balansera och hålla ihop budskapen i en organisation med många talespersoner. Under denna föreläsning får du ta del av hur Kemikalieinspektionen lyckas nå ut och samtidigt balansera sina budskap. Björn är specialist på extern kommunikation, med särskild inriktning på medierelationer och proaktivt publicitetsarbete. Sedan 2015 är han pressansvarig på Kemikalieinspektionen och arbetar både strategiskt och operativt med myndighetens utåtriktade kommunikation. Björn har tidigare varit pr-konsult på Westander och har en bakgrund på Svenska Dagbladet där han arbetade i över tio år som reporter och nyhetschef.

14:35 Kaffe och nätverkande

15:05 Innovativt påverkansarbete – så skyndar Naturskyddsföreningen på omställningen till ett hållbart samhälle

- Så läggs grunden för en tydlig strategisk linje inom både kommunikation och opinionsbildning
- Att fånga upp och driva engagemang – hur når du fram med ditt

budskap när målgrupperna är många och drivkrafterna så olika?

- Mediepåverkan – hur lyfter du dina prioriterade frågor och teman till toppen av den journalistiska dagordningen?
- Hur skapas en förtroendefull och kontinuerlig interaktion och informationsutbyte mellan organisationer och beslutsfattare?
- Om långsamma samhällsförändringar och snabb opinionsbildning – så skapas bästa möjliga påverkansmöjligheter i beslutsfattande processer



Jesper Liveröd
Press- och PR-chef
Naturskyddsföreningen

Naturskyddsföreningen är med sina 226 000 medlemmar Sveriges största och mest inflytelserika miljöorganisation. Organisationen arbetar i strategiskt för en samhällsutveckling som frodas utan att det sker på bekostnad av miljö och klimat. Med vetenskapsbaserade ställningstaganden, mångfacetterad kommunikation och optimistiska, lösningorienterade anspråk arbetar föreningen på både lokal, nationell och internationell nivå gentemot såväl individer, näringsliv och beslutsfattare. Med högre prioritet för miljö- och hållbarhet i samhällsdebatten och en stor folkligt mobilisering skapas en hållbar samhällsutveckling som gynnar flertalet och håller sig inom ekosystemens ramar. Här krävs ett aktivt och innovativt påverkansarbete som både förändrar människors beteenden och företagets roller. Jesper Liveröd är chef för Naturskyddsföreningens arbete med press, politisk påverkan och opinionsbildning. Han jobbade tidigare som pressekreterare på miljö- och energidepartementet och har haft ansvar för mediestrategi och politisk påverkan hos UNICEF och Greenpeace Nordic.

15:50 När journalisterna blir färre och kanalerna fler – så når du ut och skapar spridning genom egna kanaler

- Scania Newsdesk – så organiserar Scania sitt kommunikationsarbete som ett mediehus
- Hur förbättras kommunikationen när gränserna mellan intern och extern kommunikation suddas ut?
- LEAN-kommunikation – så tydliggörs och optimeras kommunikationsprocessen med LEAN som metod
- Innehålls- och kanalstrategi – så skapar du ett hållbart, engagerande och relevant material

Hur kan du använda rörlig bild för bättre genomslagskraft mot både nya och befintliga målgrupper?

- Från få och kostsamma produktioner till snabbt och kostnadseffektivt in-house - så skapar Scania rörlig bild för större räckvidd



Staffan Ekengren
Head of Scania Newsdesk
Scania

I en värld där journalisterna blir färre och färre, och medierna får allt mindre resurser samtidigt som digitaliseringen skruvar upp tempot kan det ibland kännas svårt, minst sagt, att nå ut med sitt budskap. Under denna föreläsning kommer du att få ta del av hur Scania skapat ett helt nytt sätt att genom processinriktad redaktionell kommunikation ta makt över storyn, bortom journalistiska kontakter. Staffan har tidigare arbetat som presschef på Ica-koncernen och har ett förflutet som journalist och redaktör på bland annat Smålandsposten, Svenska Dagbladet och Gotlands Allehanda. Han har även arbetat med redaktionell kommunikation på Räddningsverket.



När varumärket är av allmänintresse

16:35 "Mellan kris och skål" – så jobbar IKEA för att lyckas med sin PR

- När varumärket är ambassadör för nationen – boja eller möjlighet
- En dag på IKEAs pressavdelning, uppslag och utmaningar såväl internt som externt
- Med krisen runt hörnet – så jobbar IKEA proaktivt och reaktivt med krishantering



Jakob Holmström
PR- & Press manager
IKEA Group in Sweden

Ikea som varumärke har en helt unik särställning i Sverige som såklart innebär enorma kommunikativa fördelar men även en mängd utmaningar. Framgången, genomslagskraften och styrkan i varumärket i kombination med dess svenskhet skapar ett allmänintresse som gör det lätt att nå ut med positiva nyheter. Dessutom verkar företaget ha försetts med osynliga krockkuddar som skyddar mot otaliga mediala skandaler och förtroendekriser. Hur kommer det sig att vi gillar IKEA så mycket och vad gör IKEA för att förtjäna all denna kärlek? Under denna föreläsning får du ta del av hur IKEA arbetar med PR och hur de jobbar både proaktivt och reaktivt för att stå redo när krisen kommer.

17:15 Moderatoren sammanfattar och avslutar konferensens första dag

Välkommen till mingel!

– ta chansen att nätverka med kollegor från hela landet!



TORSDAG 16 NOVEMBER

08:30 Kaffe och nätverkande

KEYNOTE SPEAKER

När Uppdrag granskning ringer...

09:00 Så klarar du pressen när drevet går – effektiv krishantering i praktiken

- Krishanteringens grunder och framgångsfaktorer
- Så gör du när drevet går – praktisk krishantering
- Mediologi och mediedramaturgi – så når du ut med dina bästa budskap och argument
- Så jobbar du förbyggande för att undvika förtroendekriser
- Så använder du de sociala mediernas fulla potential i en kris



Jeanette Fors-Andrée
Krihanterare, medietränare och medierådgivare
Jeanette Fors-Andrée

Jeanette Fors-Andrée är en av landets främsta krishanterare och driver idag egen verksamhet. Hon har arbetat med förtroendekriser i 13 år och har en gedigen praktisk erfarenhet av komplexa kriser och mediala granskningar, bland annat från en unik roll inom Svenskt Näringsliv där hon dagligen lotsade företag och ledningsgrupper genom förtroendekriser och förhindrade eller dämpade mediedrev. Jeanette har också i sju år studerat

förtroendekriser och kriskommunikation på akademisk nivå som forskare vid Uppsala universitet och beskrivs som Sveriges högst akademiskt skolade krisexpert. Hon har skrivit tre böcker på området, bland annat "Praktisk kriskommunikation" och "När drevet går – krishantering i praktiken". Under denna föreläsning kommer du att få ta del av hennes allra bästa tips för att skapa en strategisk och effektiv krishantering – i praktiken.

KEYNOTE SPEAKER

Om att byta sida

09:55 Erfarenheter av att gå från journalistyrket till kommunikätorsyrket rakt in i pågående kris

- Att byta sida – trovärdighetsproblem eller möjlighet?
- Att komma in och ta över mitt i en pågående kris – vad blir prio?
- Vilka var de största utmaningarna och hur läggs arbetet upp för att återta förtroendet?
- Personliga erfarenheter och reflektioner – mina viktigaste lärdomar av detta arbete



Linda Nyberg
Strategisk kommunikatör och journalist

Toppdirektörer tvingas avgå medan journalister vinner pris för sina avslöjanden om härvan kring SCA. Drevet går, åklagare inleder förundersökning och SCA kritiserar för usel mediehantering. Vill du ha jobbet som presschef? Det ville Linda Nyberg som tillträdde som PR och Extern Kommunikationschef med ansvar för koncernövergripande medierelationer och utveckling av SCA:s digitala närvaro mitt i stormen, i mars 2015. Linda är en av Sveriges ledande journalister och kommunikatörer med såväl nationell som internationell erfarenhet. Hon har tidigare bland annat varit programledare och journalist på SVT, Al Jazeera, TV4, TV3 och har arbetat som Vice President PR and Communications på det börsnoterade medicinteknikbolaget Bactiguard.

Träffsäker kommunikation – i både freds- och kristid

11:05 Så bygger du ett starkt förtroendekapital och tar makt över proaktiviteten

- Så använder du fredstider för att bygga upp ett starkt struktur- och förtroendekapital
- Om att inta rätt roll i mediedramaturgin – hur lyckas du i praktiken?
- När krisen är ett faktum – praktiska tips och råd för att stå pall när det stormar



Sirpa Franzén
Head of Media Relations
E.ON Sverige

Sirpa har lång erfarenhet av att utveckla press- och PR-arbete i stora organisationer såsom Regeringskansliet och Försvarsmakten och senast från presschefsrollen på Säkerhetspolisen där hon ansvarar för pressarbete, kriskommunikation och lanseringen av Säpo på Twitter. I september förra året tillträdde Sirpa som presschef för E.ON Sverige och ansvarar där för bolagets svenska pressarbete i avdelningen Corporate Communication and Public Affairs. Under denna föreläsning kommer hon att dela med sig av både hjärtefrågor, käpphästar och dyrköpta erfarenheter från när krisen stormar hårt som kommer att hjälpa dig skapa rätt förutsättningar för att lyckas med träffsäker kommunikation – i freds- såväl som i kristid.

10:35 Kaffe och nätverkande



Med målsättning att bidra till en bättre skola

11:50 Så navigerar vi under ständigt hårt medietryck med ett konstant flöde av negativa nyheter

- Skolkris och onyanserade debatter - om vikten av att tydliggöra ansvarsfördelning och roller både mellan olika externa aktörer och internt
- Hur skapas tydlighet och genomgående budskap när verksamheten är mångfacetterad?
- Nationella proven har läckt - så når vi ut med fakta och vår bild av arbetet
- Analyser och utredningar - så når vi ut med resultatet i syfte att påverka skolan i rätt riktning (och varför det är kris även om PISA-resultaten har vänt)



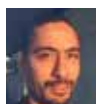
Mattias Ragert
Pressansvarig
Skolverket

Chockresultat för svensk skola" (TT) "Kaosklass"(SR), " Världens bästa skitskola"(UR). Svensk skola beskrivs ofta med svarta rubriker. Samtidigt vet alla som arbetar med skolan att verkligheten är långt ifrån svart-vit. Hur kan bilden nyanseras och hur når vi ut med andra berättelser om skolan i media? Det är långt ifrån enkelt men det går. Skolverket arbetar på olika sätt för att bidra till att alla barn och elever ska få en utbildning som är av god kvalitet och tar även fram riktlinjer för att styra och stödja skolan och förskolan. Däremot är det kommuner och enskilda huvudmän som ansvarar för att reglerna följs i praktiken. Skolsystemet är invecklat med många olika aktörer vilket också skapar extra utmaningar i pressarbetet. Mattias Ragert har arbetat som pressansvarig på Skolverket i 9 år och har en lång bakgrund som journalist på SVT. Under denna föreläsning får du ta del av hur Skolverket navigerar under ett ständigt högt tryck från media.

12:30 Lunch och nätverkande

13:30 Telia Company och krisen - kommunikation som verktyg för att återbygga förtroende

- Vad var ursprunget till krisen och hur blev den möjlig?
- Att hantera förloppet när krisen kräver tuffa beslut och stora förändringar på kort tid - hur gör man i praktiken?
- Efterspelet - så har krisen skapat ett starkare företag



Salomon Bekele
Senior Advisor, CEO Office
Telia Company

För fem år sedan ställde media kritiska frågor kring sättet Telia Company etablerade sig i Uzbekistan 2007. Telias verksamhet i affärsområdet Eurasia hade granskats tidigare men det var först när Uppdrag Granskning satte strålkastaren på problemen som förtroendet för bolaget skadades riktigt allvarligt, vilket fick stora konsekvenser. Salomon har över 20 års erfarenhet som reporter, nyhetschef, redaktionschef, rådgivare, press- och externkommunikationschef på företag som Reuters, Svenska Dagbladet, Veckans Affärer, Kreab och Telia Company. För närvarande arbetar Salomon som senior rådgivare på Telia Company och haft en drivande roll i arbetet med att genom skarp kommunikation förändra bolaget till det bättre.

14:15 Terrorattacken på Drottninggatan - så hanterade polisen det enorma medietrycket

- Hur förbereder sig kommunikations- och pressavdelningen på en händelse av denna karaktär?

- När det väl händer - att snabbt mobilisera för att hantera det enorma informationsbehovet
- Förtroendeskapande kommunikation - hur balanseras vikten av snabb, korrekt och öppen kommunikation med utredningssekretess?
- Presskonferensen - utmaningarna och viktiga framgångsfaktorer
- Problematiken med falska nyheter - hur hanteras desinformation och ryktesspridning?
- Viktiga summerade lärdomar av detta krisarbete - vad gick bra, mindre bra och vad tar vi med oss i framtida arbete



Sara Kvarnström
Presschef
Polisen

Fredagen den sjunde april skakades Stockholm av ett terrordåd. Medietrycket och allmänhetens informationsbehov var enormt och ett hektiskt informations- och trygghetsskapande arbete startades upp vid kommunikations- och pressavdelningen. Vid sådana här händelser är det viktigare än någonsin att polisen finns tillgänglig för media men hur riggar man organisationen för att klara det enorma medietryck som en händelse av denna karaktär skapar? Polisen har ett konstant högt medieintresse och hanterar händelser av akut operativ karaktär löpande. Under denna föreläsning kommer Sara Kvarnström, presschef på Polisen och nationellt ansvarig för presskommunikationen i samband med terrorattacken på Drottninggatan att dela med sig av viktiga erfarenheter av minst sagt hektiska dagar.

14:55 Kaffe och nätverkande

KEYNOTE SPEAKER

Sociala medier

15:25 En halv sekund från ord till handling - så gör du när drevet går i sociala medier

- Likheter och skillnader mellan traditionella och sociala medier i kris
- Viktiga krisförberedelser att tänka på innan man går in på den sociala mediearenan
- Hur kombinera krisplanen för att möta traditionella media med att också upprätta en krisplan för ett drev i sociala medier?
- Exempel från både traditionella och sociala medier-kriser och vad man kan lära när båda dessa "drev" förenas



Paul Ronge
Massmediaexpert, PR-konsult och medietränare
Paul Ronge Media

När drevet går i sociala medier kan det ofta bli en kraftig negativ förstärkning av ett traditionellt mediedrev, men även en fantastisk möjlighet för de som utsätts för drev att vara proaktiva, interagera med omvärlden och lindra verkningarna. Paul har skrivit boken "Sociala medier - en halv sekund från ord till handling" och under denna föreläsning kommer han att ge dig sina bästa tips om hur du kan lyckas kombinera krisplanen för att möta traditionella media med att också upprätta en krisplan för ett drev i sociala medier. Paul Ronge är massmediaexpert, medietränare och PR-konsult och sägs vara den mest intervjuade PR-experten i svenska media. Han startade sin karriär som journalist och har mer än två decenniers erfarenhet som journalist på Rapport, Aftonbladet och Expressen. Därefter fortsatte han som PR-konsult och har nu arbetat med krishantering i snart tjugo år.

16:15 Konferensen sammanfattas och avslutas

ANMÄLAN



FRAMTIDENS PRESS- OCH MEDIEHANTERING 2017

Tid
Konferens
15-16 november 2017

Plats
Scandic Hasselbacken
Hazeliusbacken 20
Stockholm
Tel: 08-517 343 00

Fyra sätt att anmäla sig

Webb: www.abilitypartner.se

Mail: bokning@abilitypartner.se

Tel: 08-694 91 00

Post: Ability Partner
Telegrafgränd 5
111 30 Stockholm

99%
av våra kunder
rekommenderar oss
- testa du också!

Pris

I konferenspriset ingår kaffe, lunch och dokumentation. Rabatterna kan ej kombineras med andra erbjudanden. Alla priser är exkl. moms.

PRISER / PERSON	Boka senast 29 september	Boka senast 27 oktober	Ordinarie pris
Konferens - 2 hela dagar	9.980 kr 2.000 kr rabatt	10.980 kr 1.000 kr rabatt	11.980 kr

Mängdrabatt vid minst 3 bokningar

Anmäl 3 personer eller fler från samma organisation samtidigt så betalar ni endast **7.980 kr** exkl. moms per person.

Konferens 15-16 november 2017

Förnamn _____ Efternamn _____ E-post _____

Befattning _____ Avdelning _____

Telefon _____ Fax _____

Företag / organisation _____ Adress _____

Post nr _____ Ort _____

Tel växel _____ Bransch _____ Antal anställda _____

Betalningsvillkor

Betalning sker mot faktura med 30 dagars betalningsvillkor. Vid betalning efter förfallodagen utgår dröjsmålsränta med 10%.

Avbokningsvillkor

Anmälan är bindande men deltagarplatsen kan alltid överlåtas till en kollega. Vid skriftlig avbokning senast 4 veckor innan konferensen återbetalas full avgift. Vid avbokning 2-4 veckor innan konferenstillfället erhålls ett värdebevis som kan användas som betalning på någon annan av Ability Partners konferenser. Därefter utgår ingen ersättning vid avbokning. Vid avbokning tas en administrativ avgift på 500 kr.

Boende i Stockholm

Vi samarbetar med nedanstående hotell. Ange koden "Ability Partner" när du bokar dig så erhåller du rabatt.

Mornington Hotel, Nybrogatan 53. Tel: 08-507 330 00

Freys Hotel, Bryggargatan 12. Tel: 08-506 214 00

Scandic Hasselbacken, Hazeliusbacken 20. Tel: 08-517 517 00

Uppge koden D000028081 vid bokning på Scandic Hasselbacken.