

Warszawa

4 marca 2025

Polonia Palace Hotel

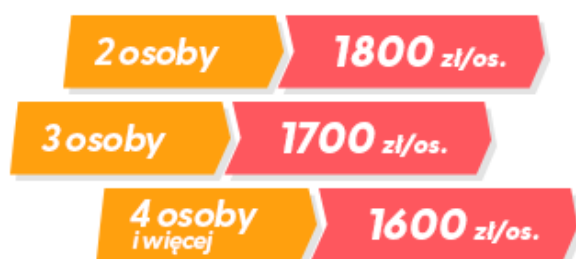
Strategic Pricing Management

2795 zł netto do 4 marca



CEL

PREMIUJEMY WIELOOSOBOWE ZGŁOSZENIA



Zapraszamy na kluczowe wydarzenie pryingowe 2025 roku – Konferencję "Pricing konkretnie(j) – jak budować, stosować, optymalizować pricing w praktyce".

Po sukcesie poprzednich edycji ponownie skupimy się na praktycznych aspektach tworzenia, wdrażania i doskonalenia strategii pryingowej, czerpiąc z bogatego doświadczenia naszych prelegentów.

Jaki będzie przyszły rok?

Czy będziemy kontynuować obecny pozytywny trend, czy dopiero wkraczać na lepszą ścieżkę? Jak przekuć poprawiającą się sytuację na mocniejszy i bardziej efektywny pricing? A może to pricing stanie się kluczowym narzędziem do budowania i wzmacniania pozytywnych zmian?

Nasi prelegenci dostarczą inspiracji, praktycznych wskazówek i cennych lekcji opartych na swoich doświadczeniach – zarówno w obszarze B2C, B2B2C, jak i B2B. Konferencja "Pricing konkretnie" to nie tylko wiedza o metodologii, technikach i strategiach prcingowych. Oferujemy również interaktywne sesje, studia przypadków, warsztaty oraz możliwość bezpośrednich rozmów z ekspertami i praktykami biznesowymi.

Dołącz do nas, aby dowiedzieć się jak **skutecznie budować i wdrażać pricing, unikając typowych błędów** i jak **optymalizować strategie prcingowe, by zwiększać przychody i marże**.

Nie przegap okazji, by zdobyć wiedzę, nawiązać cenne kontakty i wynieść swój pricing na nowy poziom.

Czego dowiedzą się Uczestnicy Konferencji

Uczestnicy Konferencji " Pricing konkretnie(j) – jak budować, stosować, optymalizować pricing w praktyce?" będą mieli wyjątkową okazję zgłębienia kompleksowego podejścia do zarządzania cenami, które obejmuje nie tylko teoretyczne aspekty, ale także praktyczne rozwiązania dostosowane do współczesnych wyzwań biznesowych.

- **Pricing jako narzędzie do realizacji celów strategicznych:** to niby takie oczywiste powiązanie, a jednak często niedoceniane na poziomie strategicznym lub spychane na poziom zbyt operacyjny.
- **Wykorzystanie portfela produktowego do zarządzania punktami cenowymi:** czyli jak wykorzystywać portfel produktowy do adresowania różnych segmentów klientów i ich skłonności do zapłaty.
- **Zachowania klientów w sytuacji różnicowania cen w kanałach sprzedaży:** czyli który kanał wybierają klienci (on-line/ off-line/ a może wcale) i czy różnicowanie cen może powodować utratę klientów?
- **Wycena dodatkowej wartości produktu:** na przykładzie wartości dodatkowych funkcjonalności, a w szczególności „modnego” ostatnio AI. Oraz jak pracować z/ nad klientem, aby zrozumiał tę dodatkową dostarczaną wartość i chciał za nią zapłacić?
- **Testy strategii cenowych w e-commerce:** czyli dlaczego warto testować, ale jak to robić, aby móc wybrać najlepszą opcję i nie przy tym nie tracić?
- **Narzędzia i Technologie:** Przedstawienie nowoczesnych narzędzi i technologii wspierających procesy prcingowe, umożliwiających bardziej efektywne zarządzanie marżami.
- **Studia Przypadków i Doświadczenia Praktyków:** Poznanie konkretnych przykładów skutecznych strategii cenowych w różnych branżach oraz dzielenie się doświadczeniem praktyków biznesowych, którzy na co dzień u siebie w firmach wykorzystują siłę prcingu. Czasami też popełniają błędy – jakie to błędy i jak ich unikać?
- **Aspekty prawne kształtowania cen:** W szczególności ustalanie i komunikowanie cen, w tym cen promocyjnych w sklepach internetowych i na platformach on-line – na co uważać i czego unikać.
- **Interaktywne Sesje i Warsztaty:** Możliwość uczestnictwa w interaktywnych sesjach, warsztatach oraz bezpośrednim dialogu z ekspertami w dziedzinie prcingu.

Dodatkowe korzyści dla uczestników:

- **14-dniowy darmowy dostęp do YouNiversity** - **Każdy uczestnik otrzyma darmowy, 14-dniowy dostęp do platformy YouNiversity – źródła kursów premium, dzięki którym poszerzysz swoje kompetencje w zakresie strategii, sprzedaży i zarządzania.**
- **Premia za zgłoszenia grupowe** – zapisz się razem z zespołem i skorzystaj z preferencyjnych warunków uczestnictwa!

Dla kogo jest ta Konferencja



Konferencja jest dedykowana osobom odpowiedzialnym za realizację strategii i wyniki firmy (w tym w szczególności generowaną marżę i zyski), jak i profesjonalistom operacyjnie kreującym politykę cenową i marżową w firmie:

- Prezes, Dyrektor Zarządzający
- Dyrektor Finansowy
- Dyrektor Marketingu
- Dyrektor Sprzedaży
- Dyrektor/ Kierownik Revenue Management
- Revenue Manager, Kierownik ds. zarządzania przychodami
- Pricing Manager, Kierownik ds. strategii cenowych





PROGRAM

Wtorek, 4 marca

08:30

Rejestracja uczestników, poranna kawa

08:55

Oficjalne powitanie uczestników, rozpoczęcie

09:00

Pricing w "piramidzie Commercial Excellence"

 *Wojciech Gorzeń, Partner, Head of Pricing & Sales Excellence, Movens Capital*

- Których poziomów Commercial Excellence dotyczy Pricing?
 - Jak sprawić, żeby Pricing, Marketing i Sprzedaż tworzyły spójną i efektywną konstrukcję biznesową?
 - Co jest ważniejsze - wierzchołek czy fundament piramidy?
-

09:30

Pricing jako narzędzie do realizacji celów strategicznych

 *Maciej Kossowski, Commercial Strategy Director, ex Coca-Cola*

- Jaką rolę odgrywa cena w strategicznym zarządzaniu przychodami spółki / firmy
 - Jakie są kluczowe elementy strategicznego zarządzania przychodami spółki / firmy
 - Jakie są kluczowe etapy strategicznego zarządzania przychodami spółki / firmy
-

10:10

Value Management – w jaki sposób wprowadzać wartość w procesie sprzedaży?

 *Dawid Pawlak, Senior Digital Value Manager, Workday*

- Jak wyceniać poszczególne funkcje produktu?
- AI – jak obliczać jego wartość?
- Jak pracować z klientem, aby rozumiał wartość dostarczanego produktu?



10:50

Przerwa na kawę

11:15

Zachowania klientów w sytuacji różnicowania cen w kanałach sprzedaży. Online, offline, a może wcale?

 dr Ewa Kiczmachowska, Revenue & Margin Growth S. Manager, Grupa Żywiec

- Który z kanałów sprzedaży wybierają klienci?
- Czy głębokość upustu online ma znaczenie?
- Czy różnicowanie cen może powodować utratę klientów?

12:00

Testy strategii cenowych w e-commerce: Na co zwracać uwagę, aby nie tracić?

 Bartosz Talar, Strategic Pricing Manager, G2A.COM

- Jakie korzyści osiągamy przeprowadzając testy?
- Jak skutecznie przeprowadzić test strategii, aby wybrać najlepszą opcję
- Czego unikać organizując testy cenowe?

12:45

Pricing w strategii omnichannel spółki AB Bechcicki - czyli, jak to zrobić skutecznie w branży budowlanej

 Artur Piekarczyk, CEO at ONe | Head of Consulting at Univio

 Marlena Żurawska-Szuter, Dyrektor e-commerce, AB Bechcicki

- Jak pogodzić świat codziennych negocjacji i zrobić z tego standard?
- Jak długo trwa taki projekt?
- Czy udane wdrożenie to bardziej sukces strategii komunikacji czy dobrej technologii?
- I jak udało się, w świecie tak „off-line’owym”, wdrożyć omnichannel z platformą B2B?
- Czy główne źródło sukcesu to przypadkiem nie PRICING?

13:30

Lunch

14:30

Movens pricing wargaming - w sytuacji zmian na rynku (B2B/B2C)

 Maciej Kraus, Partner w funduszu inwestycyjnym, Movens Capital

 Wojciech Gorzeń, Partner, Head of Pricing & Sales Excellence, Movens Capital

- Symulacja rynku, na którym wszystko może się zdarzyć
- Jaką strategię wybrać? Jaką decyzję podjąć?
- Kto wygra? I dzięki czemu?
- Jakie wnioski możesz z tego wyciągnąć dla swojej firmy?



15:15

Implementacja strategii cenowej w retailu przy pomocy dedykowanych narzędzi IT

 Anna Sokólska-Krzemińska, Head of Finance Transformation, MediaMarkt Saturn

- Jakie są kluczowe elementy przy wdrażaniu strategii cenowej?
- Dlaczego Excel to za mało przy zarządzaniu cenami?
- Jakie dane powinien zawierać dobry system prcingowy?
- Z jakimi funkcjonalnościami systemu, decyzje cenowe będą łatwiejsze?

15:45

Ramy prawne polityki cenowej

 Aneta Pankowska, Partner, Radca Prawny, Kancelaria RKKW

- Co wolno a czego nie wolno przy kształtowaniu cen

- rabaty i upusty i premie

- akcje promocyjne

- Wojny cenowe – gdzie są granice
- Dumping, bojkot i utrudnianie dostępu do rynku

16:45

Zakończenie konferencji





PRELEGENCI



Wojciech Gorzeń

Partner, Head of Pricing & Sales Excellence Movens Capital

Partner, Head of Pricing & Sales Excellence w Movens Capital – funduszu Venture Capital prowadzącym także działalność doradczą w zakresie Pricingu i Revenue Management. Wcześniej Global Pricing Design Lead w firmie Syngenta w Szwajcarii odpowiedzialny za korporacyjne rozwiązania pricingowe oraz ekspert międzynarodowej firmy doradczej specjalizującej się w optymalizacji cen. Ekspert w zakresie Pricingu i Revenue Management oraz sprzedaży poprzez wartość. Autor publikacji nt. optymalizacji cen i sprzedaży poprzez wartość w uznanych magazynach biznesowych, w tym m.in. Harvard Business Review Polska. Trener warsztatów i szkoleń z zakresu zarządzania cenami, "value selling" (sprzedaży poprzez wartość), negocjacji cenowych dla menadżerów wyższego i średniego szczebla, produkt menadżerów oraz menadżerów sprzedaży. Wykładowca studiów International MBA i Executive MBA na UEK w Krakowie, Akademii Strategicznego Przywództwa ICAN Institute/ HBR Polska, Uczelni Łazarskiego. Wielokrotny prelegent/ key note speaker na konferencjach poświęconych tematyce zarządzania przychodami, podnoszenia rentowności oraz sprzedaży poprzez wartość.



Maciej Kraus

Partner w funduszu inwestycyjnym Movens Capital

Partner w funduszu inwestycyjnym Movens Capital. Dr Maciej Kraus całą swoją ponad 15-letnią karierę zawodową poświęcił marketingowi i sprzedaży, ze szczególnym uwzględnieniem strategii cenowych (pricingu). Studiował na Stanford i Harvard. Maciej regularnie prowadzi zajęcia na wielu prestiżowych uczelniach, m.in. Stanford i London Business School, autor książek na temat strategii sprzedaży i zarządzania cenami. Pracował w ponad 50 krajach świata dla największych globalnych koncernów oraz małych i średnich firm. TED Talk Macieja ma już ponad 100.000 odsłon!





Dawid Pawlak

Senior Digital Value Manager Workday

Senior Digital Value Manager w Workday – wiodącym dostawcą rozwiązań do zarządzania kapitałem ludzkim (HCM) oraz finansami (ERP). Odpowiedzialny za wprowadzanie „value sellingu” w sprzedaży do bazy klientów oraz tworzenie dla nich strategii transformacji cyfrowej dla rynku EMEA. Ekspert w zakresie Pricingu i Revenue Management oraz sprzedaży poprzez wartość. Autor publikacji nt. strategii zarządzania cenami w biznesach subskrypcyjnych w książce Pricing Decoded, How Leading Pricing Practitioners Manage Price to Boost Profits.



dr Ewa Kiczmachowska

Revenue & Margin Growth S. Manager Grupa Żywiec

Długoletni praktyk biznesu, z szerokim doświadczeniem w zakresie budowania i implementacji strategii Revenue Management w branży FMCG, obejmującym zarządzanie portfolio, cenami, efektywnością promocji i warunków handlowych, oraz rozwijaniem mindsetu efektywnościowego w organizacjach (takich jak Nestle, Żywiec Zdrój, Danone, Unilever). Obecnie reprezentuje Akademię Leona Koźmińskiego, badając praktyki z obszaru Revenue Management i Pricing w cyfrowych i mieszanych modelach biznesowych.



Maciej Kossowski

Commercial Strategy Director ex Coca-Cola

Ponad 22 lata doświadczenia handlowego w Europie Środkowo-Wschodniej. Dogłębne zrozumienie rynków konsumenckich (B2C) i B2B w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. 19 lat w zespole sprzedaży i marketingu Coca-Cola: marketing konsumencki i zakupowy, zarządzanie klientami, strategię handlowe, RGM, ceny, operacje, zarządzanie ogólne. Ponad 3 lata doświadczenia na poziomie C w globalnych i lokalnych start-upach z branży med-tech, deep tech, security tech i e-commerce.



Bartosz Talar

Strategic Pricing Manager G2A.COM

Bartosz posiada 15-letnie doświadczenie we wszystkich aspektach zarządzania cenami w branżach B2C oraz B2B. Pracował jako konsultant doradca dla firm zarówno z sektora MŚP, jak i globalnych korporacji oraz jako menadżer ds. polityki cenowej. Przez prawie 10 lat pracował w międzynarodowych firmach doradczych specjalizujących się w obszarze zarządzania przychodami, w tym w Simon-Kucher & Partners, Deloitte Consulting oraz Strategy&. Tworzył lub rozwijał działy polityki cenowej w Allegro, Drogerii Natura oraz Grupy Modivo (platforma Eobuwie oraz Modivo). Obecnie pełni rolę Strategic Pricing Manager w G2A.com – globalnej platformie sprzedaży produktów cyfrowej rozrywki. Bartosz pomógł ponad 60 firmom poprawić swoją rentowność.





Artur Piekarczyk

CEO at ONe | Head of Consulting at Univio

Od ponad 25 lat przeprowadza firmy przez proces transformacji cyfrowej uświadamiając przedsiębiorców o konieczności zmian. Współtwórca platformy ONe, doświadczony praktyk biznesu. Ma na swoim koncie ponad 50 projektów, w tym 5 projektów globalnych. Przeprowadził jednego z największych dystrybutorów materiałów elektrotechnicznych w Polsce przez zmianę tradycyjnego modelu biznesu na model dystrybutora hybrydowego. Członek zarządu spółek giełdowych oraz wielu spółek handlowych.



Aneta Pankowska

Partner, Radca Prawny Kancelaria RKKW

Partner, Szefowa Praktyki Własności Intelektualnej i Nieuczciwej Konkurencji oraz Partner Nadzorujący Dział Nowoczesnych Technologii i Danych Osobowych. Specjalizuje się w doradztwie z zakresu prawa własności przemysłowej, nieuczciwej konkurencji oraz dóbr osobistych. Z sukcesami prowadzi procesy gospodarcze, w tym z zakresu naruszeń własności intelektualnej i nieuczciwej konkurencji. Uznana ekspertka w dziedzinie naruszenia tajemnicy przedsiębiorstwa i kradzieży informacji poufnych. Zajmuje się doradztwem w zakresie wdrażania w przedsiębiorstwach działań zabezpieczających przed bezprawnym przejęciem informacji, jak i w zakresie działań prawno-procesowych związanych z dokonaniem naruszenia. Prowadzi liczne szkolenia/warsztaty z tej dziedziny (m.in. we współpracy z Puls Biznesu, Rzeczpospolita, MMC). Prawnik rekomendowany przez Legal 500 (EMEA) w dziedzinie Intellectual Property. Prelegent na konferencjach oraz autor licznych publikacji poświęconych prawu własności intelektualnej. Otrzymała wyróżnienie „Recommended Lawyer” w rankingu Legal500 EMEA 2022, 2023, 2024 w dziedzinach Intellectual Property, Private Client oraz Legal500 EMEA 2022, 2023 w dziedzinie Dispute Resolution. Prowadzi blog dot. procesowych aspektów ochrony własności intelektualnej: IPprocesowo



Anna Sokólska-Krzemińska

Head of Finance Transformation MediaMarkt Saturn

Posiada ponad 13 lat doświadczenia w obszarze revenue management i strategii. Obecnie pracuje jako Head of Finance Transformation w MediaMarkt Saturn będąc odpowiedzialną za projekty w obszarze transformacji finansowej, wcześniej zajmowała stanowisko Head of Pricing. Karierę zaczynała w firmach konsultingowych m.in. Simon-Kucher & Partners. Doradzała przy ponad 30 projektach w Polsce i za granicą (głównie region CEE) dla klientów z branży retail, FMCG oraz B2B w takich obszarach jak: polityka cenowa i promocyjna, warunki handlowe, strategia cenowa, segmentacja klientów, zarządzanie asortymentem produktowym czy kampanie podwyżkowe. Autorka publikacji dot. implementacji strategii cenowej w książce Pricing Decoded, How Leading Pricing Practitioners Manage Price to Boost Profits.





Marlena Żurawska-Szuter

Dyrektor e-commerce AB Bechcicki

Od ponad 10 lat obecna na rynku e-commerce w różnych branżach i sektorach (pracowała m.in. w firmach TOYA, Prima Moda, NEONET, Miloo Home, Gepetto i startupie deli2.pl). Lubi zagadnienia technologiczne, wdrażanie i integrowanie nowych systemów, układanie procesów i procedur, prowadzenie działań reklamowych. W obecnej spółce, działającej w branży budowlanej, odpowiedzialna za przeprowadzenie jej przez proces transformacji cyfrowej. W pracy stawia na zespołowość, chętnie daje szansę młodym ludziom. Miłośniczka thrillerów psychologicznych i samodzielnie planowanych podróży do ciepłych krajów.



KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Renata Grzeszczak

Project Manager - Team Leader

 600 013 324

 r.grzeszczak@pb.pl

Współpraca



Katarzyna Dziedzic

Marketing Manager

 600 013 343

 k.dziedzic@pb.pl

Polonia Palace Hotel

al. Jerozolimskie 45
Warszawa

Partner



Partner Merytoryczny



PricePanorama

PricePanorama to narzędzie dla e-commerce, producentów i sieci handlowych do codziennego monitorowania i porównywania cen z konkurencją

Movens Advisory

Movens Advisory – to spółka z Grupy Movens Capital, która prowadzi działalność inwestycyjną i doradczą. W ramach działalności doradczej prowadzonej przez Movens Advisory firma specjalizuje się podnoszeniu zyskowności spółek i dostarcza pragmatyczne i efektywne rozwiązania w obszarze Pricingu i Revenue Management. Rozwiązania takie wypracowuje i skutecznie wdraża zarówno dla klientów zewnętrznych na całym świecie, jak i spółek portfelowych Grupy Movens Capital. Międzynarodowemu doświadczeniu ekspertów prcingowych Movens Capital zaufały firmy zarówno polskie, jak i zagraniczne (z Europy, Ameryki Północnej i Południowej, Azji, Australii) – od firm rozwijających się po globalne korporacje. Naczelnym celem, który przyświeca Movens Capital jest efektywne podnoszenie zysku, z którego jej klienci i spółki portfelowe mogą finansować swój dalszy wzrost i rozwój.



Formularz rejestracji: Strategic Pricing Management

Cena

Strategic Pricing Management

4 marca 2025, Warszawa

2795 zł netto od 2025-02-15 do 2025-03-04

Kod promocyjny

Osoba zgłaszająca

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

Dane do faktury

☐

firma

☐

osoba fizyczna

Państwo

NIP

Nazwa/Imię i nazwisko

Miejscowość

Ulica i numer

Kod pocztowy

☐

Potwierdzam, że zapoznałam/em się z [Regulaminem](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/Regulamin_uczestnictwa_w_konferencjach_ver_25.04..pdf) i akceptuję jego treść.

☐

Chcę wiedzieć pierwszy i otrzymywać Newsletter Konferencji "PB" od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) na zasadach określonych w „Regulaminie serwisów internetowych Bonnier Business Polska”.

☐

Chcę być na bieżąco! Zgadzam się na otrzymywanie od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) e-maili z informacjami o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

☐

Chcę wiedzieć więcej! Zgadzam się, by dzwonił do mnie przedstawiciel wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) i informował mnie o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

Administratorem danych osobowych jest Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Dane są przetwarzane w celu organizacji konferencji oraz w celach marketingowych na podstawie odrębnie udzielonych zgód, które mogą zostać odwołane w każdej chwili. Więcej informacji na temat przetwarzania danych osobowych znajduje się w Klauzuli Informacyjnej RODO [Zobacz więcej](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/RODO_klauzula_informacyjna_konferencje.pdf)

Pieczętka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(59175)

Formularz rejestracji: Strategic Pricing Management

Podaj e-maile i telefony osób, które będą uczestniczyć w konferencji. Zgłoszone przez Ciebie osoby otrzymają od nas e-mail z prośbą o potwierdzenie swoich danych, akceptację regulaminu oraz wyrażenie stosownych zgód. Potwierdzenie danych przez te osoby oraz akceptacja regulaminu są niezbędne do wzięcia udziału w konferencji.

Podane dane kontaktowe będą nam służyć także do przekazania informacji o ewentualnych zmianach czy przesłania materiałów szkoleniowych z wydarzenia.

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon



Regulamin uczestnictwa w konferencjach, warsztatach, szkoleniach płatnych organizowanych przez Bonnier Business Polska Sp. z o.o.

- Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („Wydarzenia”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („Organizator”).
- Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („Cena”) określone są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („Strona Wydarzenia”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych także przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
- Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („Zgłoszenie”), a następnie zatwierdzenie Zgłoszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowiązkiem zapłaty” lub pobranie, wypełnienie i odesłanie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
- Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
- Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
- W przypadku, o którym mowa w Pkt 5 Regulaminu, Organizator dopuszcza możliwość wskazania osób, które wezmą udział w Wydarzeniu na podstawie Zgłoszenia w terminie późniejszym niż jego zatwierdzenie zgodnie z pkt 3 Regulaminu, jednakże nie później niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
- O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przysyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
- W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równowartość 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
- W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną.
- Niedowolanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
- Niewskazanie osób, które wezmą udział w Wydarzeniu stosownie do pkt 6 Regulaminu jest równoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Pkt 8 i 9 Regulaminu stosuje się w takim przypadku odpowiednio.
- Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 3 Regulaminu nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
- Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przysyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
- Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie osoby prowadzącej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
- W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
- Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zgłaszającemu, który opłacił Cenę, Organizator zwraca Cenę w pełnej wysokości.
- Wszystkie materiały przekazane uczestnikowi w związku z Wydarzeniem („Materiały”) stanowią własność Organizatora (lub podmiotów współpracujących z Organizatorem) i w związku z tym przeznaczone są wyłącznie do użytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
- Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakiegokolwiek sposób, użyczanie, wyświetlanie, publiczne udostępnianie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
- Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwalać przebieg Wydarzenia - w celu informacyjnym - za pomocą urządzeń rejestrujących dźwięk lub obraz. Brak zgody uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu na powyższe czynności wyklucza możliwość wzięcia udziału w Wydarzeniu. Organizator może zamieścić utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa dotyczących ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
- Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
- Organizator udziela osobie dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysokości co najmniej 5% na rejestrację na organizowane, w ciągu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy się automatycznie. Kod rabatowy będzie przysyłany przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do upływu wskazanego terminu rejestracji na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy każdego uczestnika zgłaszanego przez osobę uprawnioną do rabatu. Rabat łączy się z innymi rabatami, chyba że Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.
- Jeśli osoba dokonująca rejestracji wyraża bądź utrzymuje wyrażone uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% stałego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na płatne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i ogłaszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy działający pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten łączy się z innymi. Weryfikacja następuje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zgłoszeniu adresu e-mail osoby zgłaszającej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przysługuje wyłącznie osobie dokonującej rejestracji (dokonującej Zgłoszenia) i dotyczy danego Zgłoszenia bez względu na liczbę uczestników rejestrowanych przez osobę dokonującą rejestracji i uprawnioną do otrzymania rabatu.



23. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
1. dostęp do Internetu,
 2. urządzenie końcowe,
 3. zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, wideo itp.).
24. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zgłoszenia przekazuje informację o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu
25. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
1. problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
 2. niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
 3. niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
 4. wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
 5. brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia,
 6. nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia, <.li>
 7. innymi okoliczności uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
26. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami władzy państwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego części, ograniczeń, a także wytycznych właściwych służb, instytucji oraz innych podmiotów realizujących ustawowe obowiązki, które wpływałyby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia dodatkowych wymagań dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zgłoszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczności potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przesłanej wiadomości. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
27. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraziła zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zgłoszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokonał Zgłoszenia oraz jakie dane zostały wskazane z prośbą o ich potwierdzenie.
28. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrzeżeniem że dokonane zmiany obowiązują od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

