

Warszawa

28 marca 2023

Arche Hotel Krakowska

Strategic Pricing Management

2495 zł netto do 28 marca



CEL

Jak konsekwentnie wykorzystywać dźwignię prycingu mimo zmian na rynku?

Obecnie bardziej niż kiedykolwiek liczy się **umiejętność dopasowania i przygotowania** się na **różne scenariusze**, bo sytuacja jest zmienna i nie do końca przewidywalna. Jak w takiej sytuacji zarządzać – zarządzać firmą, zarządzać sprzedażą, zarządzać cenami? W stabilnych czasach **pricing jest najsilniejszą dźwignią zysku**. Dobrze zaprojektowana i właściwie wdrożona strategia cenowa to najbardziej skuteczny i efektywny sposób na zwiększenie zysków, potrzebnych zarówno do rozwoju firmy i udoskonalania jej produktów. Tylko **jak działać w dobie dużej niepewności**? Który scenariusz wybierać, żeby zmaksymalizować prawdopodobieństwo sukcesu? Czyli jak **najlepiej wykorzystać siłę prycingu** mimo zmiennych i **mocno niepewnych czasów**?

O tym właśnie będziemy mówić w trakcie konferencji. Oprócz tematów strategicznych, poruszymy aktualne kwestie związane z **zarządzaniem rentownością w dobie wysokiej inflacji**. Skupimy się na **praktycznym i skutecznym podejściu** do prognozowania, "scenariuszowania", wargamingu. Przedstawimy wykorzystanie algorytmów i narzędzi optymalizacyjnych zarówno w kanale tradycyjnym, jak i e-commerce. Swoją wiedzę, doświadczeniem i pragmatycznymi wskazówkami w formacie prezentacji, case studies, mini warsztatów będą dzielić się **bardzo doświadczeni praktycy biznesu** – ludzie na co dzień wykorzystujący siłę prycingu w praktyce. Interaktywna formuła z elementami warsztatowymi, z pewnością podsunie uczestnikom odpowiedzi na istotne dzisiaj pytania i pomoże im we wdrożeniu wybranych rozwiązań bezpośrednio po wydarzeniu. Inspiracji na pewno nie zabraknie!

DOWIEDZĄ SIĘ PAŃSTWO MIĘDZY INNYMI jak w aktualnej rzeczywistości:

- Zarządzać rentownością w dobie wysokiej inflacji
- Symulować i tworzyć scenariusze, żeby zwiększyć szanse sukcesu
- Wykorzystać wargaming do ograniczenia ryzyka decyzji cenowych
- Uwzględniać potencjalne zmiany zachowań klientów końcowych
- Podchodzić do ustalania cen w kontraktach rocznych
- Optymalizować sposób ustalania zmiennych cen kolejnych
- Harmonizować ceny w różnych kanałach, żeby uniknąć konfliktów
- Włączyć strategię cenową do codziennych działań
- Zachować strukturę i spójność reguł prycingu mimo zmienności otoczenia
- Podejść do prycingu w kanale cyfrowym i e-commerce

- Czerpać inspirację i wykorzystywać nowe modele prcingowe
- Wykorzystywać bardziej zaawansowane algorytmy i narzędzia w prcingu

Konferencję kierujemy zarówno do osób kierujących polityką cenową, jak i odpowiedzialnych za strategię i wyniki firmy:

- Dyrektor, Kierownik Marketingu
- Dyrektor, Kierownik Sprzedaży
- Dyrektor Finansowy
- Prezes, Dyrektor Zarządzający
- Dyrektor, Kierownik Revenue Management (ds. Zarządzania Przychodami)
- Revenue Manager, Kierownik ds. zarządzania przychodami
- Pricing Manager, Kierownik ds. strategii cenowych

Możliwość skorzystania z bezpłatnego parkingu na terenie hotelu dla uczestników konferencji





PROGRAM

Wtorek, 28 marca

08:30

Rejestracja uczestników, poranna kawa

08:55

Oficjalne powitanie uczestników, rozpoczęcie

 *Renata Grzeszczak, Project Manager - Team Leader, Puls Biznesu*

09:00

Zmiana vs. Spójność – Jak przeprowadzić zmianę prycingu w kierunku spójności?

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

- 3S ustalania cen: struktura, sekwencja, symulacja
 - "Magiczna formuła" na prycing - niby nie istnieje, a jednak...
 - Niezmienne w zmienności - co robić a czego nie robić "prycingowo"?
 - Od czego zacząć?
-

09:30

Zmieniamy ceny bo koszty rosną... czyli jak przygotować się do wprowadzenia nowego cennika na rynek

 *Leszek Banaś, Revenue Manager, Nestle Polska*

- Etap przygotowania – na co zwrócić uwagę?
 - Etap wdrożenia – a jak to mam zrobić?
 - Etap ewaluacji – no to jak, jest sukces czy go nie ma?
-

10:10

Show me the... value” - jak dane i informacje o potrzebach klientów przełożyć na skuteczną strategię cenową?

 *Julia Urbańska, Marketing & Customer Experience Director, eRecruiter*

- "Quick wins" - od czego zacząć i co zrobić, aby projekt szybko dostarczył organizacji wartość?
- Dane i narzędzia - jak nie utonąć w gąszczu informacji, badań i hipotez oraz kiedy warto pomyśleć o wdrożeniu dedykowanych systemów?
- Wdrożenie - jak sprawić, aby nowa oferta budowała pozytywne doświadczenia klientów (Customer Experience)?



10:50

Przerwa na kawę

11:10

Warsztat 1&2

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

 *Maciej Kraus, Partner w funduszu inwestycyjnym, Movens Capital*

Movens pricing wargame - B2B (w sytuacji podwyżek kosztów)

Movens pricing wargame - B2C

- Symulacja efektów ruchów cenowych
 - Która strategia się opłaci?
 - Kto wygra?
 - Jakie wnioski i konkluzje z tego wynikają dla Twojego biznesu?
-

12:00

Znaczenie zarządzania cenami i przychodami w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa

 *Dawid Trojan, Board Member, Revenue & Commercial Insights Director, Śnieżka Trade of Colours*

- Czy miejsce usytuowania zespołu do spraw zarządzania cenami oraz przychodami ma wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa i jego wskaźniki finansowe?
 - Jaki powinien być podział odpowiedzialności kluczowych obszarów związanych z zarządzaniem cenami oraz przychodami w przedsiębiorstwach? Do kogo powinien raportować obszar cenowy w organizacji?
 - Jak powinna wyglądać współpraca na linii zespołu zarządzania cenami oraz przychodami z innymi interesariuszami w organizacji?
-

12:40

Pricing behawioralny – hit czy mit?

 *Joanna Iłakowicz, Pricing Lead, McDonald's Polska*

- Pricing behawioralny – czy jego prawdy są wciąż aktualne
- Dlaczego profesjonaliści też łapią się w jego sidła
- Jak go jeszcze lepiej wykorzystać w dobie ogromnej presji inflacyjnej



13:20

Lunch

14:20

Wycena produktów w czasach spowolnienia gospodarczego

 *Łukasz Dębski, Head of Pricing, Packhelp*

- Jak optymalizować ceny, które zmaksymalizują zyski
 - Jak pozycjonować produkty na rynku vs. konkurencja
 - Jak zarządzać cenami produktów, które nie rotują
-

15:00

Pozafinansowe ceny, czyli czym, jeśli nie pieniędzmi, może płacić nam klient?

 *Paweł Paczuski, Współwłaściciel, Wiseprice.pl*

- Czas, niewygodność, wysiłek, ryzyko - co w oczach klienta zwiększa koszt zakupu produktu i musimy uwzględnić to w cenach
 - Niepieniężne opłaty od klientów, które można zamienić w realne korzyści biznesowe. Przykłady ze świata, pomysły i trendy
 - Model freemium - jak rozdawać produkty lub usługi za darmo i solidnie na tym zarabiać?
-

15:40

Pricing w oczach UOKiK - na co uważać w umowach B2C i B2B

 *Katarzyna Racka, Radca prawny, Wspólnik, BWHS Wojciechowski Springer i Wspólnicy*

Umowy B2C

- Informacja o cenie - czy wszystko jasne?
- Ogłaszanie obniżek/promocji - doświadczenia po wdrożeniu Omnibusa
- Zmiana cen usług - czy w umowie jest właściwa klauzula modyfikacyjna?

Umowy B2B

- Zakaz RPM (Retail Price Maintenance)
 - Algorytmy cenowe a porozumienia cenowe
 - Informacje o cenach konkurentów - kiedy pojawia się ryzyko?
-

16:10

Warsztat 3&4 Narzędzia wspierające ustalanie cen

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

 *Maciej Kraus, Partner w funduszu inwestycyjnym, Movens Capital*

Macierz przewag konkurencyjnych



- Jak "złapać" i zwymiarować wartość dostarczaną klientowi?
- Jak to wykorzystać do pozycjonowania cenowego?
- Jakie działania i w których obszarach podejmować, żeby móc podnosić ceny?

Price/Volume trade-off

- Dlaczego nie tak łatwo "w głowie" policzyć czy lepiej podnosić czy obniżać ceny?
- Znajomość elastyczności cenowej vs. krzywe reakcji wolumenu/ przychodów/ zysku na zmianę ceny
- Jak to wykorzystać w praktyce?

17:10

Zakończenie





PRELEGENCI



Leszek Banaś

Revenue Manager Nestle Polska

Od ośmiu ostatnich lat związany z firmą Nestle, producentem między innymi takich marek jak: NESCAFE, WINIARY, KIT KAT czy PURINA. Wychowany na konsumencie, fanatyk shopperowego świata, pasjonat profitowej sprzedaży, 19 lat doświadczenia i wciąż ogromnie ciekawy nowych rzeczy.



Łukasz Dębski

Head of Pricing Packhelp

W swojej karierze zawodowej wielokrotnie zajmował się tworzeniem strategii cenowych, podnoszeniem rentowności oraz wyznaczaniem kierunku rozwoju produktów i usług w kontekście zmieniających się warunków rynkowych. Pricingiem zajmuje się zawodowo ponad 10 lat. W tym okresie prowadził liczne projekty optymalizujące ceny i podnoszące rentowność generując dzięki temu łącznie ponad 40m€ EBITy. Jest także Certified Pricing Professional oraz członkiem Professional Pricing Society.



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.





Joanna Iłakowicz

Pricing Lead McDonald's Polska

Z pricingiem związana od prawie 10 lat. Posiada szerokie doświadczenie w doradztwie strategicznym zarówno w Polsce, jak i innych krajach Europy, które budowała w konsultingu (m.in. PwC). Doradzała przy projektach z branż takich jak e-commerce, FMCG, retail, budownictwo i farmacja. Ekspertka w zakresie opracowywania strategii cenowych i sprzedażowych oraz strategicznego wsparcia działań promocyjnych. Doświadczenie konsultingowe pozwoliło jej rozwijać się w strukturach największych firm. Od 3 lat z powodzeniem buduje i zarządza strategią cenową marki McDonald's w Polsce.



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!



Paweł Paczusi

Współwłaściciel Wiseprice.pl

Współwłaściciel Wiseprice.pl wspierającego firmy w profesjonalizacji zarządzania ceną. W projektach prcingowych wykorzystuje 15-letnie doświadczenie biznesowe i doradcze, autorską metodologię tworzenia i rozwijania modeli biznesowych, a także pasję do analityki, myślenia systemowego i procesowego podejścia. Wolne chwile poświęca na biznesowe wsparcie start-upów i projekty edukacyjne.





Katarzyna Racka

Radca prawny, Wspólnik BWHS Wojciechowski Springer i Wspólnicy

W latach 2006-2018 związana z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKIK), gdzie pełniła funkcję Zastępcy Dyrektora Departamentu Ochrony Konkurencji. Specjalizuje się w polskim i unijnym prawie konkurencji, zagadnieniach związanych z e-commerce, rynkami regulowanymi, w szczególności telekomunikacyjnym, FMCG, umowami dystrybucyjnymi, przewagą kontraktową w sektorze rolno-spożywczym, a także procedurą administracyjną i sądowo-administracyjną. Doświadczenie zdobywała prowadząc administracyjne postępowania wyjaśniające i antymonopolowe oraz sądowe, m.in. w sprawach z odwołań od decyzji Prezesa UOKIK, organizując i biorąc udział w przeszukaniach i kontrolach przedsiębiorców prowadzonych przez UOKIK oraz Komisję Europejską, działając w grupach roboczych Europejskiej Sieci Konkurencji (European Competition Network), w tym pracując m.in. nad zmianami Modelowego Programu Leniency (programu łagodzenia kar). Brała również udział w pracach dotyczących krajowych i unijnych aktów legislacyjnych, np. ustawy o roszczeniach o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji czy Rozporządzenia PE i Rady UE w sprawie nieuzasadnionego blokowania geograficznego.



Dawid Trojan

Board Member, Revenue & Commercial Insights Director Śnieżka Trade of Colours

W przeszłości związany z branżą consultingu, w Grupie Śnieżka zbudował struktury oraz obecnie zarządza m.in. obszarem zarządzania cenami oraz przychodami. Pełni funkcję Revenue & Commercial Insights Director, jest także członkiem zarządu Śnieżki Trade of Colours. Absolwent Politechniki Warszawskiej oraz Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.



Julia Urbańska

Marketing & Customer Experience Director eRecruiter

Odpowiedzialna za prowadzenie strategicznych projektów związanych z optymalizacją oferty, wzrostem przychodów, poprawą procesów biznesowych oraz inicjowanie zmian mających na celu budowanie pozytywnych doświadczeń klientów. Od wielu lat współpracuje z platformą eRecruiter, gdzie od podstaw budowała zespół marketingu oraz wprowadzała produkt na rynek rozwiązań HR Tech. W ramach organizacji zainicjowała stworzenie zespołu Customer Experience & Data, który jest centrum informacji o potrzebach i zachowaniach klientów oraz identyfikuje obszary do usprawnień. Wierzy, że odpowiednio zaprojektowane procesy wsparte właściwą technologią mogą znacząco wpłynąć na doświadczenia kandydatów, pracowników oraz klientów. Absolwentka Politechniki Warszawskiej oraz Akademii Psychologii Przywództwa w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Renata Grzeszczak

Project Manager - Team Leader

 48223339824

 r.grzeszczak@pb.pl

Współpraca



Mateusz Stempak

Marketing Manager

 48223339912

 m.stempak@pb.pl

Arche Hotel Krakowska

Al. Krakowska 237
Warszawa

Partner Merytoryczny

**MOVENS
ADVISORY**

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.



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(21860)

Formularz rejestracji: Strategic Pricing Management

Cena

Strategic Pricing Management

28 marca 2023, Warszawa

2495 zł netto od 2023-03-28 do 2023-03-28

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_wydarzen_platnych_18102022_pdf.pdf) wydarzenia 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

(21860)

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



Strategic Pricing Management

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

1. 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**”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („**Cena**”) określane 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.
3. Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („**Zgłoszenie**”) i 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 formacie .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.
4. 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.
5. 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.
6. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
7. 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.
8. 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.
9. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
10. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 4 powyżej 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.
11. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
12. 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.
13. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. 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.
15. 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.
16. 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.
17. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwać 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.
18. 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.
19. 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 przesyłany 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.



20. 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.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
- 21.1.1 dostęp do Internetu,
- 21.1.2 urządzenie końcowe,
- 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
22. 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
23. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
- 23.1.2 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
- 23.1.3 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
- 23.1.4 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.5 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
- 23.1.6 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.7 innymi okolicznościami uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. 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.
25. 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.
26. 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.

