



Warszawa

23 października 2025

Dokładna lokalizacja już wkrótce!

Pricing Analytics

1595 zł netto do 12 września

1895 zł netto do 23 października



CEL

Ceny to nie tylko liczby – to decyzje, które kształtują marże, konkurencyjność i zaufanie klientów. W świecie pełnym danych i szybkich zmian, skuteczny pricing wymaga nie tylko narzędzi, ale też strategii, przejrzystości i odpowiedzialności.

Pricing Analytics 2025 to konferencja dla wszystkich, którzy decydują o cenach – analityków, menedżerów, strategów i innowatorów. Pokażemy, jak rewolucja danych – od milionów paragonów po zaawansowaną analitykę AI – zmienia podejście do zarządzania cenami. Porozmawiamy o strategiach produktowych, etyce dynamicznego pricingu, omnichannelu oraz roli psychologii konsumenta w ustalaniu wartości. Czekają Cię inspirujące prelekcje, studia przypadków i gorące debaty branżowe.

W programie m.in.:

- Dane, które mówią więcej niż cena
- Od strategii do etyki – pricing w dobie AI
- Jak zarządzać ceną, gdy rynek zmienia się w czasie rzeczywistym?
- Omnichannel. Automatyzacja. Psychologia. – Nowoczesny pricing bez tajemnic

Bądź z nami – twórz przyszłość pricingu

Dla kogo jest ta konferencja?

Dla osób odpowiedzialnych za **strategie cenowe, sprzedaż, analitykę i finanse** w środowisku retail, e-commerce i omnichannel. Zapraszamy:

- Managerów pricingu, sprzedaży i kategorii
- Analityków danych, BI i strategów
- CFO oraz specjalistów controllingu i FP&A
- Kadrę zarządzającą – CCO, CMO, COO
- Ekspertów e-commerce, digital oraz compliance

Dla wszystkich, którzy chcą podejmować **trafne decyzje cenowe** w oparciu o **dane, technologię i realia rynku**.



PROGRAM

Czwartek, 23 października

09:00

Rejestracja, poranna kawa

09:25

Rozpoczęcie, powitanie uczestników

09:30

Pricing Sprint- biegniemy NA danych czy kręcimy się WOKÓŁ danych

 *Wojciech Gorzeń, partner, head of pricing & sales excellence, Movens Capital*

- Jak dane napędzają nowoczesne strategie pricingowe
 - Najgorętsze trendy technologiczne: dynamic pricing, automatyzacja, AI w codziennych decyzjach cenowych
 - Pułapki i bariery: gdzie firmy tracą czas na analizy dla analiz zamiast działać efektywnie
-

10:10

Pricing 2.0 – jak dane z paragonów rewolucjonizują analizę cen

 *Antonina Grzelak, prezes zarządu, Pan Paragon*

- **Rzeczywistość kontra technologia** - Dlaczego mimo rozwoju technologii, firmy nadal polegają na ręcznym zbieraniu danych o cenach? Jakie są ograniczenia tego systemu?
 - **Paragon jako źródło wiedzy** - Jak dane z milionów paragonów mogą dostarczać informacji nie tylko o cenach, ale także o promocjach, asortymencie, nowościach i potencjale sprzedażowym
 - **Automatyzacja vs. ręczna praca** - Porównanie kosztów, zasięgu i jakości danych pozyskiwanych tradycyjnie oraz automatycznie.
 - **Skala** - Możliwość badania cen nawet w tym samym dniu, z tysięcy sklepów w całej Polsce
 - **Zasięg i precyzja** - Dlaczego dane z całego kraju dają zupełnie nową perspektywę na rynek i przewagę analityczną?
 - **Co zyskuje organizacja** - Korzyści dla analityków, menedżerów i strategów dzięki wykorzystaniu zautomatyzowanych, rzeczywistych danych rynkowych
-

10:50

Strategic Pricing - Oczami Producenta i Sieci Handlowej

 *Anna Zatorska, dyrektor departamentu polityki cenowej i zarządzania rentownością, Carrefour*

Oczami producenta: filary budowania strategii cenowej produktu



- Wizja/Misja/ rola w portfolio vs szanse rynkowe wynikająca z analizy segmentów cenowych
- Logika cenowa opakowań przy czyli analiza Price Pack Curve
- Wybór kanału dystrybucji a wizerunek marki, różnice w elastycznościach cenowych między kanałami
- Rola strategii promocyjnej w budowaniu strategii cenowej marki (współpraca producent & retailer)
- Wpływ struktury warunków handlowych na ceny na rynku i ewentualne przepływy międzykanałowe

Oczami sieci handlowej: budowanie wizerunku cenowego poprzez efektywne zarządzanie miksem (i nie tylko..)

- Rola kategorii i role produktowe w strategii cenowej sieci
- Strategia cenowe marki własnej
- Cena konkurencyjności rynkowej: jak struktura warunków handlowych może wpłynąć na decyzje cenowe sieci
- Pozacenowe czynniki wpływające na wizerunek sieci i ich potencjalny wpływ na brand equity marki.

11:30

Przerwa na kawę

12:00

Zarządzanie strategiami cenowymi w oparciu o strukturę produktową

 Lidia Maciejewska, lider działu pricingu i analiz, (Bricomarche) Mgi Sp. z o.o.

- Dlaczego struktura produktowa ma kluczowe znaczenie w strategiach cenowych?
- Wyzwania w zarządzaniu ceną zróżnicowanego asortymentu
- Jak zbudować zróżnicowaną strategię cenową dopasowaną do struktury produktowej
- Segmentacja oferty produktowej:

- Kategorie produktowe i podział wg. funkcji, rynku docelowego i wartości klienta

- Modele pozycjonowania w oparciu o mapę wartości, ceny i konkurencji

- Czy cena to tylko wartość produktu? - jakie cechy produktu wpływają na postrzeganą wartość i uzasadniają różne poziomy cenowe?
- Czy jedna strategia cenowa pasuje do całego asortymentu? - kiedy stosować różne strategie dla różnych grup produktów?
- Czynniki różnicujące strategię:

- Segment klienta, kategoria produktu, faza cyklu życia

- Kiedy stosować różne strategie dla różnych grup produktów?

12:40

Panel dyskusyjny: Dynamiczny pricing w świecie omnichannel – szanse, zagrożenia i granice etyczne

 Moderator: Sebastian Błaszkiwicz, head of sales excellence, Univio

 Szymon Bujalski, executive, e-commerce, RTV Euro AGD

 Łukasz Ponczek, head of revenue management, PLL LOT

Dynamic Pricing i AI w praktyce omnichannel

- Jak sztuczna inteligencja (AI) oraz big data rewolucjonizują proces ustalania cen w różnych kanałach sprzedaży.



- Przykłady wdrożeń dynamicznego prycingu w branży retail i lotniczej.

Szanse i korzyści dla firm i konsumentów

- Personalizacja cen i ofert: czy dynamiczny pricing zwiększa satysfakcję klientów czy budzi frustrację?
- Usprawnienie marż i maksymalizacja przychodów – perspektywa zarządzających ceną.
- Szybkość reakcji na zmiany rynkowe jako przewaga konkurencyjna.

Zagrożenia i wyzwania dla rynku oraz klientów

- Ryzyko powstawania zmów cenowych przez algorytmy i automatyczne narzędzia prycingowe.
- Transparentność działań AI: jak informować klienta o automatycznej zmianie cen, by nie utracić jego zaufania?

Ochrona konsumenta i aspekty regulacyjne

- Rola UOKiK w monitorowaniu i egzekwowaniu prawidłowego stosowania dynamic pricingu.
- Prawo konsumenta do jasnej informacji o mechanizmach ustalania cen.
- Wyzwania regulacyjne – jak prawo nadąża za rozwojem algorytmów AI?

Etyczne i praktyczne granice prycingu

- Gdzie kończy się innowacja, a zaczyna ryzyko nadużyć?

- Kształtowanie polityki cenowej w odpowiedzialny sposób – jak znaleźć równowagę między optymalizacją a fair play?

13:30

Lunch

14:30

Pricing Omnichannel 360 – Kompleksowe podejście do zarządzania cenami w świecie wielu kanałów

 *Rami Al Naib, head of data science & AI, UNIVIO*

Współczesny świat sprzedaży to dynamiczna mozaika kanałów – sklepy stacjonarne, e-commerce, marketplace'y, D2C, B2B. Zarządzanie cenami w takim środowisku to nie lada wyzwanie – wymaga błyskawicznych decyzji, integracji danych i spójnej polityki cenowej. Prelekcja "Pricing Omnichannel 360" pozwoli uczestnikom lepiej zrozumieć, jak zbudować przewagę konkurencyjną dzięki nowoczesnym narzędziom prycingowym.

Wprowadzenie do świata omnichannel:

- Omnichannel to nie tylko wiele kanałów sprzedaży, ale również nowe wyzwania: różne oczekiwania klientów w różnych kanałach, odmienne regulacje i podatki, logistyka oraz stale zmieniający się rynek.

Czym jest model Pricing Omnichannel 360:

- To zintegrowane, data-driven podejście do zarządzania cenami, które obejmuje pełen cykl sprzedaży. Od sklepów stacjonarnych po platformy cyfrowe. Od procesów i szkoleń aż po elektroniczne cenówki

15:15

Behavioral Pricing – jak psychologia cen wpływa na decyzje zakupowe klientów

 *Joanna Barska, ekspertka ekonomii behawioralnej w marketingu i sprzedaży*



W świecie, gdzie dostęp do danych jest niemal nieograniczony, często zapominamy, że ostateczną decyzję zakupową podejmuje człowiek – nie algorytm. Behavioral pricing to podejście, które łączy dane z psychologią konsumenta. Jak działa efekt zakotwiczenia? Jakie znaczenie ma końcówka ceny? Jak zmienia się postrzeganie wartości w zależności od kontekstu i komunikacji?

- Kotwiczenie cenowe i wpływ porównania
- Framing cenowy – jak sposób prezentacji zmienia postrzeganą wartość
- Cena jako komunikat – jak interpretują ją różne grupy klientów
- Kiedy cena wpływa na decyzje klienta bardziej niż produkt
- Rola UX w percepcji ceny w kanałach online i mobilnych

16:00

Zakończenie konferencji





PRELEGENCI



Rami Al Naib

head of data science & AI UNIVIO

Rami to lider zespołu Data Science & AI w Univio oraz Numlabs. Specjalizuje się w doradztwie strategicznym w obszarach Data & AI. Rami doradza dużym korporacjom i firmom SME w transformacji danych, wspiera w opracowywaniu planów rozwojowych w zakresie danych i analityki, pomagając im w opracowywaniu i wdrażaniu zaawansowanych systemów AI oraz długoterminowych strategii AI. Rami ma doświadczenie w prowadzeniu projektów badawczo-rozwojowych, finansowanych przez programy UE oraz realizowaniu projektów dla firm z sektorów e-commerce, finansowego i energetycznego. Prowadził zespoły data w projektach dla międzynarodowych banków, funduszy inwestycyjnych, firm Asset Management oraz spółek obrotu energią. Przeprowadza także oceny gotowości do wdrożenia AI, współpracując z zespołami multidyscyplinarnymi oraz organizuje warsztaty dla kadry kierowniczej, aby dostosować inicjatywy AI do celów korporacyjnych.



Sebastian Błaszkiwicz

członek rady Izby Gospodarki Elektronicznej, head of sales excellence, Univio



Szymon Bujalski

executive, e-commerce RTV Euro AGD





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.



Antonina Grzelak

prezes zarządu Pan Paragon

Ekspertka w zakresie innowacyjnych rozwiązań z pogranicza technologii, danych i komunikacji. Odpowiada za rozwój popularnej aplikacji do przechowywania paragonów - PanParagon, która łączy funkcjonalności mobilne z nowoczesnym podejściem do przetwarzania danych rynkowych, w tym informacji cenowych i paragonowych. Autorka licznych publikacji branżowych, współtwórczyni rozdziałów książek poświęconych innowacjom i marketingowi. Regularnie występuje jako prelegentka na wiodących konferencjach biznesowych i technologicznych oraz zasiada w jury prestiżowych konkursów branżowych (m.in. Innovation i KRT). W pracy łączy perspektywę produktową, komunikacyjną i opartą na danych, szczególnie interesując się automatyzacją procesów pozyskiwania informacji z rynku oraz wykorzystaniem danych w podejmowaniu decyzji biznesowych.





Lidia Maciejewska

lider działu prcingu i analiz (Bricomarche) Mgi Sp. z o.o.

Posiadam ponad 15-letnie doświadczenie w handlu w obszarach obejmujących sprzedaż, zakupy, prcing i marketing. Od ponad 5 lat odpowiadam za kompleksowe budowanie strategii cenowej organizacji - od tworzenia procesów, przez weryfikację poziomów cenowych, po współpracę przy wdrażaniu innowacyjnych narzędzi optymalizujących pracę zespołu oraz wspierające podejmowanie decyzji cenowych. Umiejętność łączenia twardych danych z intuicją rynkową pozwala tworzyć skuteczne, elastyczne strategie, które odpowiadają na dynamicznie zmieniające się potrzeby konsumentów i rynku. Silne zaplecze kupieckie ułatwia mi lepsze zrozumienie obszaru zarządzania produktem i większą elastyczność w negocjacjach z klientem wewnętrznym. Prywatnie interesuje się psychologią, ogrodnictwem i lubię czytać książki.



Anna Zatorska

dyrektor departamentu polityki cenowej i zarządzania rentownością Carrefour



Łukasz Ponczek

head of revenue management PLL LOT

Łukasz od 6 lat pracuje w strukturach PLL LOT, gdzie kieruje zespołem zarządzania przychodami na połączeniach do Europy Wschodniej, Centralnej i Bliskiego Wschodu. Dla tego regionu jest odpowiedzialny między innymi za strategię cenową, wypełnienie samolotów i promocje. Bierze udział w transformacji systemów zarządzania przychodami PLL LOT - w tym wprowadzeniu kompleksowego systemu zarządzania przychodami w oparciu o początek i cel podróży (O&D). Przed rozpoczęciem kariery w PLL LOT, Łukasz był handlowcem maszyn do produkcji czekolady w USA. Jest absolwentem na poziomie magistra Uniwersytetu w Aberdeen na kierunku Finanse i Ekonomia Paliw Kopalnych, spędzając również dwa semestry na uczelni w Hong Kongu.



Joanna Barska

ekspertka ekonomii behawioralnej w marketingu i sprzedaży

Przedsiębiorczyni, ekspertka w praktycznym wdrażaniu podejścia behawioralnego do marketingu i sprzedaży, absolwentka certyfikowanego programu Applied Behavioral Economics Uniwersytetu A&M w Teksasie, dla praktyków biznesu.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Renata Grzeszczak

Project Manager - Team Leader

 600 013 324

 r.grzeszczak@pb.pl

Współpraca



Katarzyna Doktor

Marketing Project Manager



 k.doktor@pb.pl

**Dokładna lokalizacja już
wkrótce!**

Warszawa

Partner



Patron



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(65402)



PricePanorama

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

Izba Gospodarki Elektronicznej

Izba Gospodarki Elektronicznej reprezentuje i wspiera interesy firm związanych z rynkiem gospodarki elektronicznej w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem firm zrzeszonych w e-Izbie. Misją e-Izby jest rozwój polskiej branży gospodarki cyfrowej poprzez współpracę, wymianę know-how, działania legislacyjne oraz silną i efektywną reprezentację wspólnych interesów w dialogu z instytucjami polskiej administracji rządowej, Unii Europejskiej oraz organizacjami pozarządowymi w kraju i na świecie.



Cena

Pricing Analytics

23 października 2025, Warszawa

1595 zł netto od 2025-07-30 do 2025-09-12

1895 zł netto od 2025-09-13 do 2025-10-23

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) 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

(65402)

Formularz rejestracji: Pricing Analytics

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.
- Nieodwołanie 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 jakikolwiek 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 jakiejkolwiek 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 wyraża 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.

