

Polonia Palace Hotel, al. Jerozolimskie 45

26 maja 2026

Polonia Palace Hotel, al. Jerozolimskie 45, Warszawa

Dyrektor Sprzedaży 2026

2895 zł netto do 26 maja



CEL

Nowe technologie, ogromna rola danych i AI, presja na wyniki finansowe oraz rosnące oczekiwania klientów sprawiają, że odpowiedzialność **Dyrektora Sprzedaży** wykracza dziś poza klasyczne zarządzanie zespołem i realizację celów. Coraz częściej oznacza ona łączenie ludzi, procesów, danych i technologii w spójny model, który realnie wspiera wzrost i efektywność całej organizacji.

Konferencja **Dyrektor Sprzedaży 2026** to spotkanie liderów sprzedaży, którzy chcą świadomie budować przewagę konkurencyjną swoich organizacji.

Podczas wydarzenia dowiesz się m.in.:

- Jak rozwijać **kompetencje liderów**, budować **rezyliencję** i **motywację zespołów** w dynamicznym i zmiennym otoczeniu rynkowym
- Jak kształtować **cenę, marżę i strategię finansową**, aby wyniki były przewidywalne i rentowne
- W jaki sposób **radikalna transparentność finansowa** buduje **partnerstwo w zespole** i motywuje do lepszych decyzji biznesowych
- Czy **zespoły sprzedażowe mogą działać bez prowizji** i w jakich sytuacjach to ma sens
- Jak integrować **sprzedaż, marketing i obsługę klienta** w modelu **RevOps** i **omnichannel** zwiększając **efektywność procesów**
- Jak wykorzystać **AI i analitykę danych** do automatyzacji procesów sprzedażowych, hiperpersonalizacji ofert, przewidywania wyników oraz wspierania decyzji biznesowych
- Jak świadomie zarządzać **portfelem klientów**, utrzymywać wartościowe relacje i podejmować trudne decyzje o zakończeniu współpracy

Agenda konferencji łączy **wiedzę strategiczną z praktycznymi case studies, eksperckie panele dyskusyjne** oraz **interaktywne sesje roundtables**, umożliwiające **wymianę doświadczeń i pogłębioną dyskusję**. To przestrzeń do zdobycia **konkretnych inspiracji, wymiany sprawdzonych praktyk** oraz rozmów o tym, jak projektować **skuteczną i opartą na realnej wartości sprzedaż**.

Zobacz, co przygotowaliśmy w **programie** i dołącz do nas **26 maja** w Warszawie.

Czekają na Ciebie inspiracje, dyskusje i praktyczne pomysły!



PROGRAM

Wtorek, 26 maja

08:30

Rejestracja, poranna kawa

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z innymi uczestnikami konferencji.

09:00

Rozpoczęcie konferencji Dyrektor Sprzedaży 2026

 *Magdalena Sokulska, project manager, Puls Biznesu*

Blok 1: LUDZIE I PRZYWÓDZTWO W SPRZEDAŻY

09:10

PANEL DYSKUSYJNY. Strategia Sprzedaży & Leadership w Erze AI

 *Moderatorka: Marzena Sawicka, współpracownica, dyrektorka zarządzająca, HILLWAY Training & Consulting*

 *Tomasz Duda, dyrektor handlowy, RTV Euro AGD*

 *Marcin Jagodziński, zastępca dyrektora generalnego Visa w Polsce, dyrektor działu ds. wydawców kart, Visa*

 *Patrycja Mikutaniec, dyrektor ds. projektów sprzedażowych, Lux Med*

 *Bogusz Niewiadomski, dyrektor pionu sprzedaży bankowości detalicznej, Credit Agricole Bank Polska*

 *Magdalena Tomczyk-Topolska, dyrektorka sprzedaży B2B, iSpot Apple Premium Partner*

W erze danych i automatyzacji rola dyrektora sprzedaży znacząco się zmienia, a kluczowym wyzwaniem współczesnego biznesu staje się rozwijanie nowych kompetencji liderów oraz docenianie strategicznej wartości ludzi i zespołów.

Podczas panelu eksperci omówią, jakie kompetencje będą najważniejsze dla liderów sprzedaży w nadchodzących latach, jak łączyć rozwój zespołu z wynikami, wykorzystywać analitykę i AI w codziennej pracy oraz automatyzować procesy, nie tracąc przy tym wartości relacji z klientem. To praktyczna dyskusja o tym, jak skutecznie zarządzać zespołami i strategiami sprzedaży w dynamicznym, cyfrowym środowisku, gdzie technologia wspiera, ale człowiek pozostaje najważniejszym kapitałem.

09:50

PANEL DYSKUSYJNY. Rezyliencja i motywacja zespołów sprzedażowych w zmiennych warunkach rynkowych

 *Moderatorka: Paula Podgórska, strateg zmiany i ekspertka od rezyliencji biznesowej, zmienisz_*



-  *Piotr Królikowski, dyrektor działu klientów kluczowych, dyrektor operacyjny sprzedaży, Atman*
-  *Sylvia Michael, Cluster Sales Director Poland, Lithuania and Latvia, Kuehne+Nagel*
-  *Izabela Sakowicz, współwłaścicielka, VFP*
-  *Wacław Ryl, Head of Sales, PKO Leasing*

W dzisiejszych turbulentnych czasach zespoły sprzedażowe muszą nie tylko realizować wyniki, ale także utrzymywać zaangażowanie. Dyrektorzy sprzedaży poznają praktyczne sposoby budowania odporności zespołów na stres, niepewność i nagłe zmiany. Otrzymają wskazówki, jak motywować międzynarodowy, wielopokoleniowy zespół oraz jak projektować procesy sprzedażowe, które pozwolą utrzymać przychody mimo zmienności rynku. Ponadto przedstawione zostaną strategie rozwijania w zespole elastyczności, odpowiedzialności i gotowości do zmian, dzięki którym możliwe jest utrzymanie stabilnych wyników nawet w najbardziej wymagających warunkach.

10:30

Przerwa na kawę

Zapraszamy na chwilę wytchnienia przy kawie, herbacie i przekąskach. To doskonały moment, by kontynuować rozpoczęte rozmowy, poznać nowe osoby i wymienić się doświadczeniami w swobodnej atmosferze.

Blok 2: STRATEGIE FINANSOWE I OPERACYJNE W SPRZEDAŻY

11:00

Pricing Power. Jak Dyrektor Sprzedaży kształtuje cenę, marżę i wyniki firmy?

-  *Adam Woźniak, Commercial Planning & Activation Director, FoodWell*

Cena w dzisiejszym konkurencyjnym środowisku jest narzędziem, które może wzmacniać lojalność klientów, optymalizować konwersję i wpływać na wyniki całej organizacji. Dyrektorzy sprzedaży dowiedzą się, jak wykorzystywać dane, analitykę i strategie pricingowe do realnego kształtowania przychodów i marż. Zdobędą także wiedzę, jak podejmować decyzje oparte na wiarygodnych wskaźnikach, budować przewagę konkurencyjną oraz skutecznie łączyć strategie cenowe z codzienną praktyką sprzedaży, maksymalizując wyniki finansowe nawet w wymagającym otoczeniu rynkowym.

11:40

Storytelling jako dźwignia marży. Jak sprzedawać wartość zamiast rabatu

-  *Marta Malik, strateg komunikacji sprzedażowej*

W warunkach narastającej presji cenowej sposób komunikowania oferty przestaje być kwestią stylu, a staje się elementem zarządzania marżą. W sprzedaży B2B decyzje zakupowe są silnie powiązane z poziomem zaufania i poczuciem bezpieczeństwa, dlatego narracja bezpośrednio wpływa na postrzeganą wartość i gotowość klienta do akceptacji ceny. Podczas wystąpienia dyrektorzy sprzedaży dowiedzą się, w jaki sposób zespoły sprzedaży nieświadomie obniżają marżę poprzez defensywny język i nadmierną koncentrację na cenie. Zostaną omówione konkretne rozwiązania w zakresie projektowania rozmów handlowych, prezentacji i ofert, które wzmacniają pozycję negocjacyjną, ograniczają erozję marży oraz wspierają realizację strategii cenowej organizacji. To spojrzenie na storytelling jako narzędzie systemowe, spójne z celami finansowymi, procesami sprzedażowymi i odpowiedzialnością za wynik.



12:20

Koniec ery kontroli: Jak radykalna transparentność finansowa buduje handlowców-partnerów

 Grzegorz Klimarczyk, współzałożyciel, OpenNexus

Większość dyrektorów sprzedaży marzy o zespole, który nie negocjuje wyłącznie rabatem, ale potrafi bronić marży i rozumie biznesowy sens każdej transakcji.

W Open Nexus udowodniono, że kluczem do tego nie jest ściślejsza kontrola, lecz... jej całkowite oddanie w ręce zespołu poprzez radykalną transparentność finansową.

W ramach prelekcji zostaną przedstawione m.in.:

- Dane zamiast intuicji: jak pełna jawność kosztów, marż i wynagrodzeń zmienia psychologię sprzedaży i postawę handlowca (przejście z roli „dostawcy zamówień” do „partnera biznesowego”)
- Model decyzyjno-finansowy: prelegent przedstawi praktyczne mechanizmy ze swojej książki „Firma Samozarządzająca”, które pozwoliły firmie Open Nexus wyeliminować tradycyjne prowizje na rzecz współodpowiedzialności za wynik całej organizacji
- Case study Open Nexus: prelegent pokaże liczby - jak transformacja w stronę samozarządzania wpłynęła na rentowność firmy i dlaczego handlowcy, którzy znają finanse firmy, sprzedają skuteczniej

13:00

PANEL DYSKUSYJNY. Omnichannel przyszłości. Wiodące modele w eCommerce w 2030 - D2C, B2B2C a może branżowe marketplace?

 Moderator: Konrad Zach, Founder&CEO, thinkhub.pl

 Sebastian Błaszkiwicz, Członek Rady Izby Gospodarki Elektronicznej, Head of Sales Excellence, Univio

 Agata Dublasiewicz, Head of E-Commerce & Customer Care, iSpot Apple Premium Partner

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

Obszary do dyskusji:

- Jak zmienia się model współpracy producentów i dystrybutorów z dużymi eCommerce B2C?
- Czy jest już/nadal realna przestrzeń na budowanie branżowego marketplace? Jakie są triggerzy podejmowania takiej inicjatywy?
- Czego możemy się spodziewać w eCommerce B2B ze względu na galopujący rozwój rozwiązań AI oraz demokratyzację dostępu do technologii?
- B2B2C - święty graal eCommerce czy sól w oku zarówno producentów jak i dystrybutorów
- 3 trendy/sprawdzone praktyki w przebijaniu szklanego sufitu w eCommerce

Blok 3: TECHNOLOGIA I DANE W SPRZEDAŻY

13:40

Data-Driven Sales & Operations. Jak dane napędzają sprzedaż i wyniki firmy?

 Kazik Surala, head of data platforms & partnerships, Visa



Pokażemy, jak w pełni wykorzystać analitykę do selekcji najbardziej wartościowych leadów, optymalizacji procesów sprzedażowych i prognozowania popytu w czasie rzeczywistym. Zaprezentujemy sposoby wdrażania decyzji opartych na faktach w codziennej pracy zespołów sprzedażowych, reagowania na zmiany rynkowe w czasie rzeczywistym oraz tworzenia środowiska, w którym zespół samodzielnie podejmuje odpowiedzialne decyzje i aktywnie przyczynia się do maksymalizacji wyników firmy.

14:20

AI w sprzedaży. Jak automatyzacja i hiperpersonalizacja zwiększają wyniki zespołu sprzedażowego?

 Anna Prończuk-Omiotek, ekspertka w obszarze sztucznej inteligencji w marketingu i sprzedaży
 Patryk Omiołek, właściciel, Web Amigos

Podczas prelekcji przedstawimy konkretne sposoby wykorzystania AI do automatyzacji procesów sprzedażowych, hiperpersonalizacji ofert i maksymalizacji wyników zespołu. Omówimy też, jak integrować narzędzia AI z codziennymi procesami, aby osiągać mierzalne rezultaty, budować przewagę konkurencyjną i jednocześnie wspierać ludzi w zespole w podejmowaniu skutecznych decyzji.

15:00

Lunch

Zapraszamy na przerwę lunchową - moment wytchnienia i regeneracji między intensywnymi prelekcjami. To czas, by w spokojnej atmosferze zjeść coś pysznego, porozmawiać z innymi uczestnikami i na chwilę złapać oddech przed kolejną częścią konferencji.

Blok 4: ROUNDTABLES

15:50

Wprowadzenie do SESJI ROUNDTABLES (stoliki dyskusyjne)

Magdalena Sokulska, project manager, Puls Biznesu

SESJA ROUNDTABLES - otwarta dyskusja w małych grupach (kilka/kilkanaście osób), składających się z uczestników konferencji i moderatora, na temat przypisany do danego miejsca dyskusji. Każdy z uczestników konferencji może wziąć udział w jednej dyskusji podczas sesji.

Sesja zaplanowana jest na 40 min.

- Zasady dyskusji w ramach grup dyskusyjnych
- Przedstawienie moderatorów oraz prezentacja zagadnień

16:00

SESJA ROUNDTABLES

W tej sesji każdy z uczestników wybiera jeden z tematów i dołącza do stolika, przy którym toczy się dyskusja na dany temat.



Tematy stolików do wyboru

STOLIK #1: RevOps w praktyce

Moderator: Agnieszka Grostal, Partner, Strategy & Transformation, Leanpassion

Jak budować wspólne cele i KPI dla sprzedaży, marketingu i obsługi klienta oraz wdrażać efektywne modele współpracy między działami? Uczestnicy dowiedzą się, jak usuwać silosy organizacyjne, usprawniać przepływ danych i procesów oraz w konsekwencji maksymalizować przychody i przewidywalność wyników całej organizacji.

STOLIK #2: Customer Exit Strategy. Jak świadomie zrezygnować z klienta bez utraty wartości i wizerunku?

Moderator: Michał Sokołowski, dyrektor operacyjny i sprzedaży, członek zarządu

Jak przygotować organizację i zespół sprzedaży na świadome rozstanie z klientem nierentownym, ale prestiżowym w sposób uporządkowany i bezpieczny wizerunkowo? Odpowiemy na pytanie w jaki sposób sprzedaż może uzasadnić taką decyzję przed zarządem, opierając się na danych finansowych, kosztach alternatywnych i długoterminowej strategii biznesowej.

STOLIK #3: Sprzedaż do organizacji zmęczonych zmianą. Jak dotrzeć, przekonać i wywołać realny efekt?

Moderator: Wacław Ryl, Head of Sales, PKO Leasing

Organizacje poddawane częstym zmianom coraz częściej doświadczają zjawiska change fatigue - spadku zaangażowania pracowników, oporu wobec nowych inicjatyw i zmniejszonej efektywności procesów. Zastanowimy się, jak skutecznie docierać do klientów zmęczonych zmianą, budować ich zaufanie oraz proponować rozwiązania, które naprawdę przynoszą wymierne efekty.

STOLIK #4 Tworzenie trójkąta dostawca-sprzedawca-klient kluczem do efektywnej sprzedaży i lojalności klientów

Moderator: Andrzej Jakubczak, praktyk zarządzania sprzedażą, algorytmia

Porozmawiamy o koncepcji trójkąta dostawca-sprzedawca-klient jako sposobie na zwiększenie efektywności operacyjnej, maksymalizację przychodów i marży oraz budowanie trwałych relacji z klientami. Uczestnicy dowiedzą się, jak w praktyce koordynować działania z dostawcami, wspierać zespół sprzedaży i lepiej odpowiadać na potrzeby klientów końcowych.

STOLIK #5: Zespoły sprzedażowe bez prowizji. Czy to możliwe i kiedy?

Moderator: Tomasz Zagdan, konsultant ds. sprzedaży i prycingu



Jakie inne modele wynagrodzeń mogą motywować zespół sprzedażowy? Czy można osiągać wyniki bez tradycyjnych prowizji i jak wpływa to na kulturę zespołu i zaangażowanie handlowców? Podczas stolika uczestnicy przedyskutują wyzwania i korzyści różnych modeli wynagrodzeń oraz zastanowią się, które rozwiązania mogą sprawdzić się w ich organizacjach.

16:40

Podsumowanie SESJI ROUNDTABLES

Prezentacja kluczowych wniosków z rozmów przez poszczególnych moderatorów.

17:00

Zakończenie konferencji Dyrektor Sprzedaży 2026





PRELEGENCI



Sebastian Błaszkiwicz

Członek Rady Izby Gospodarki Elektronicznej , Head of Sales Excellence Univio

Rynek transformacji cyfrowej i technologii IT jest częścią jego życia zawodowego od blisko 20 lat. W Univio odpowiada za sprzedaż, rozwój oferty oraz wzmacnianie wizerunku firmy i budowanie społeczności wokół transformacji cyfrowej przedsiębiorstw. Od 2023 r. jest Członkiem Rady Izby Gospodarki Elektronicznej. Akredytowany Mentor biznesowy EMCC Practitioner z obszarów m.in. klientocentryczności, sprzedaży doradczej, nowych technologii, e-commerce, samorozwoju; Autor publikacji i komentarzy eksperckich w prasie oraz prelegent i panelista na konferencjach; członek rad programowych.



Agata Dublasiewicz

Head of E-Commerce & Customer Care iSpot Apple Premium Partner

Pasjonatka ecommerce, ciekawa nowych technologii, z wieloletnim doświadczeniem w kreacji i wdrażaniu strategii sprzedażowych dla klientów D2C oraz sektora B2B (branże FMCG i retail, w organizacjach międzynarodowych). Jej kluczowe kompetencje obejmują myślenie strategiczne poparte licznymi sukcesami sprzedażowymi, zorientowanie na klienta w oparciu o najnowsze trendy CX/UX, odpowiedzialność za P&L oraz realizację budżetów sprzedażowych, zarządzanie produktem, kategorią i polityką cenową, znajomość platform ecommerce Magento i SAP Hybris, efektywne działania SEO/SEM, doświadczenie w sprzedaży omnichannel oraz umiejętność analizy potrzeb konsumentów i rynku konkurencji. Poprzez aktywne zarządzanie projektami stara się „zarażać” do wspólnego działania pracowników z innych działów (logistyka, obsługa klienta, IT, księgowość/płatności), czego efektem są wysokie wyniki sprzedażowe, często przekraczające stawiane cele.





Tomasz Duda

dyrektor handlowy RTV Euro AGD

Zarządzający obszarem komercyjnym w RTV EURO AGD, który generuje sprzedaż na poziomie przekraczającym 10 mld zł rocznie. To doświadczony menedżer z ponad 15-letnim stażem w branży elektroniki użytkowej, handlu detalicznym i telekomunikacji. Wcześniej związany z Samsung Electronics, gdzie odpowiadał za strategię, innowacje i zarządzanie strukturami terenowymi. Absolwent Executive MBA, kształcił się m.in. w ESCP Business School w Berlinie oraz na Keio University w Tokio. Specjalizuje się w transformacji organizacji, strategiach omnichannel i budowaniu skutecznych zespołów.



Agnieszka Grostal

Partner, Strategy & Transformation Leanpassion

Posiada ponad 20-letnie doświadczenie w budowaniu i wdrażaniu strategii sprzedaży, modelowaniu i optymalizacji procesów sprzedaży, wprowadzaniu produktów na rynki w Polsce i zagranicą oraz w organizacji i tworzeniu działów handlowych. Pracuje z klientami na różnych etapach rozwoju od skalowania biznesu do dojrzałości i potrzeby optymalizacji wybranych procesów. Stworzyła i wdrożyła złożone strategie sprzedaży dla ponad 70 przedsiębiorstw w Polsce i za granicą. Pomogły one podnieść wyniki sprzedaży nawet o 115 %. Realizowała projekty transformacji obszarów sprzedaży dla m.in. Knauf Polska, HSBC Polska, mFactoring (grupa mBanku), TMF Group, Fisher Polska, Oknoplast, Agrii Polska, TelForceOne, mPTech. Doświadczenie zdobywała w międzynarodowych korporacjach finansowych (Citibank, ING Bank, BBL Asset Management w Paryżu). Zarządzała budżetem sprzedaży wynoszącym ponad 200 milionów dolarów i siecią sprzedaży produktów finansowych dla wszystkich segmentów klientów B2B. Kierowała ponad 80- osobowym zespołem doradców. Od ponad 10 lat pracuje w roli doradcy strategicznego. Posiada tytuł doktora nauk ekonomicznych.



Marcin Jagodziński

zastępca dyrektora generalnego Visa w Polsce, dyrektor działu ds. wydawców kart Visa

W 2024 roku dołączył do Visa jako dyrektor sprzedaży, by już rok później objąć stanowisko zastępcy dyrektora generalnego Visa oraz dyrektora działu ds. wydawców kart w Polsce. Jest ekspertem, który łączy kompetencje sprzedażowe, strategiczne i przywódcze w dynamicznie zmieniającej się branży finansowej. Wcześniej zarządzał strukturami sprzedaży w Polbank EFG oraz Credit Agricole, gdzie kierował kluczowymi obszarami segmentów klientów, bankowości codziennej i marketingu relacyjnego, wspierając transformację oferty i rozwój biznesu.





Andrzej Jakubczak

praktyk zarządzania sprzedażą algorytmia

20 lat w branży IT, 14 lat zarządzania zespołami sprzedaży, 3 lata zarządzania sprzedażą w regionie CEE | specjalizacje: prowadzenie zespołów, strategia i planowanie sprzedaży, współpraca z partnerskim kanałem sprzedaży.



Grzegorz Klimarczyk

współzałożyciel OpenNexus

Współzałożyciel OpenNexus i wizjoner nowoczesnego zarządzania. Przeszedł drogę od autokraty do lidera promującego radykalne zaufanie i dobrostan. W swojej najnowszej książce „Firma Samozarządzająca” (w trakcie wydania) prezentuje gotowy model decyzyjno-finansowy dla organizacji, które chcą porzucić hierarchię na rzecz efektywności. Jego misją jest zmiana społeczna: zastąpienie „pruskiego” modelu posłuszeństwa kulturą odpowiedzialności - w pracy, w rodzinie i w kraju.



Piotr Królikowski

dyrektor działu klientów kluczowych, dyrektor operacyjny sprzedaży Atman

Menedżer z ponad 20-letnim doświadczeniem w budowaniu i rozwijaniu organizacji sprzedażowych w sektorach IT, usług chmurowych, telekomunikacji oraz finansów. Specjalizuje się w zwiększaniu przychodów, tworzeniu strategii wprowadzania produktów i usług na rynek oraz sprzedaży wielokanałowej. Posiada bogate doświadczenie w budowie i zarządzaniu dużymi zespołami sprzedażowymi oraz rozwijaniu sieci partnerów biznesowych wspierających długoterminowy rozwój organizacji. Absolwent programu MBA Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej.



Marta Malik

strateg komunikacji sprzedażowej

Prowadzi szkolenia dla liderów i zespołów sprzedaży, w których porządkuje narrację ofertową, prezentacje i rozmowy handlowe w B2B. Uczy, jak mówić o wartości w sposób precyzyjny i strukturalny, aby klient szybciej rozumiał sens oferty i podejmował decyzję bez chaosu. Wykładowczyni copywritingu sprzedażowego i storytellingu marki na Uniwersytecie WSB Merito. Założycielka pracowni komunikacji Nowy Kontekst. Prelegentka TEDx („Język przyszłości produktem naszych dzisiejszych wyborów”).





Sylwia Michael

Cluster Sales Director Poland, Lithuania and Latvia Kuehne+Nagel

Od dziesięciu lat buduje swoją ścieżkę zawodową w organizacji, a ponad kilkunastoletnie doświadczenie w zarządzaniu zespołami wykorzystuje do tworzenia środowiska pracy opartego na zaufaniu, odpowiedzialności i partnerskim dialogu. Jako liderka stawia na przywództwo, które łączy wysokie standardy biznesowe z uważnością na człowieka. Wierzy, że długofalowe wyniki osiąga się dzięki jasno określonym celom, a przede wszystkim, dzięki zespołom czującym sens, sprawczość i wsparcie. W swojej pracy kładzie nacisk na budowanie kultury współpracy, wewnętrznej motywacji i dobrostanu pracowników. Jest certyfikowaną coachinią i mentorką, członkinią EMCC, a także certyfikowaną trenerką oddechu metodą Buteyki. Umiejętności pracy z oddechem często wykorzystuje w kontekście przywództwa, pomagając ludziom odzyskać spokój, klarowność i zdolność działania pod presją. Pasjonatka rozwoju osobistego i świadomego życia, promuje ideę, że skuteczny lider to lider uważny na siebie, na innych i na zmieniający się świat.



Patrycja Mikutaniec

dyrektor ds. projektów sprzedażowych Lux Med

Od 25 lat związana ze sprzedażą najpierw w sektorze bankowym, a następnie medycznym w Lux Med. Sp. z o.o. Brała udział w budowie Alior Banku, gdzie była odpowiedzialna za powstanie Call Center Sprzedażowego. Następnie zbudowała dział sprzedaży indywidualnej w Lux Med, który istnieje do dziś. Prowadziła zespoły sprzedaży zarówno dla Klienta Indywidualnego jak i sprzedaży dla firm. B. Obecnie zajmuje się projektami sprzedażowymi w całej Grupie Lux Med. Ostatnio wdrożyła na rynek Polski produkt Moje Zdrowie Genetyczne. Projekt prowadzony wraz z Hiszpanią, Wielką Brytanią i Australią. Członek Kapituły (w zakresie sprzedaży) największego konkursu dla Call Center - Polish Contact Center Awards.





Bogusz Niewiadomski

dyrektor pionu sprzedaży bankowości detalicznej Credit Agricole Bank Polska

To doświadczony lider w sektorze bankowym, z ponad 25 letnim stażem w sprzedaży i marketingu usług finansowych. Absolwent WNE UW oraz WIEMBA. Rozpoczął swoją karierę, zdobywając cenne doświadczenia w bankowości detalicznej zarówno w kraju, jak i za granicą (Niemcy, Włochy), pracując m.in. w Citibanku. Od 2009 roku piastuje kluczowe stanowiska (N-1) w Credit Agricole Bank Polska, między innymi jako dyrektor Makroregionu, Regionalnej Sieci Sprzedaży, obecnie Pionu Sprzedaży Bankowości Detalicznej, gdzie rozwija nowoczesne podejście omni-kanalowe w Sieci Placówek własnych oraz partnerskich, Contact Center czy Wsparciu Sprzedaży. Organizacja, której przewodzi, buduje trwałe relacje z klientami, stawiając na najwyższą jakość obsługi oraz innowacyjne rozwiązania technologiczne. Jego podejście łączy tradycyjne wartości bankowości z dynamicznym wdrażaniem nowatorskich narzędzi omni-kanalowych i analitycznych, co przyczynia się do dynamicznego rozwoju instytucji.



Patryk Omiotek

właściciel Web Amigos

Jest inżynierem oprogramowania z ponad 15-letnim doświadczeniem. Z sukcesem realizował liczne projekty od ich początkowej koncepcji do finalnych etapów dostarczenia. Ponadto, jako trener IT i konsultant AI, dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi deweloperami, pomagając im odkrywać ich potencjał, tworzyć lepsze i skalowalne aplikacje oraz wdrażać usprawnienia w procesach biznesowych. Patryk, pracował dla gigantów technologicznych, takich jak Disney, SiriusXM, Pro7, a także dla startupów z Doliny Krzemowej.



Paula Podgórska

strateg zmiany i ekspertka od rezyliencji biznesowej zmienisz_

Od 15 lat wspiera liderów w przeprowadzaniu organizacji przez krytyczne procesy transformacyjne. Ma na koncie 43 zrealizowane projekty, w których udowodniła, że sukces wdrożenia zależy w 80% od odporności zespołu na zmianę, a w 20% od samej technologii. Jako twórczyni marki „zmienisz_” uczy menedżerów, jak budować zespoły rezylienne - takie, które w obliczu niepewności rynkowej nie tracą sprawczości. Specjalizuje się w pracy z kadrą zarządzającą, pomagając łączyć twarde cele biznesowe z autentycznym przywództwem. W swojej praktyce stawia na konkretne mechanizmy psychologiczne i procesowe, które pozwalają liderom utrzymać stabilny kurs i efektywność zespołu nawet w samym środku rynkowego cyklonu.





Anna Prończuk-Omiotek

ekspertka w obszarze sztucznej inteligencji w marketingu i sprzedaży

Ekspertka w obszarze sztucznej inteligencji w marketingu i sprzedaży. Znana w internecie jako Anna PRO, bo uczy, jak robić PROfesjonalny marketing, który wspierają sprzedaż. Z Anną współpracowało już ponad 450 firm: od startupów po globalne marki, takie jak Mercedes-Benz, Santander, General Electric, Medicover, Allegro, Otodom czy T-mobile. Jest przedsiębiorcą, certyfikowanym trenerem i mówcą. Od 15 lat pomaga firmom zwiększać wyniki dzięki nowym technologiom. Współtworzy dwie firmy:  SalesYY.com – doradztwo we wdrażaniu AI w sprzedaży i marketingu,  Web Amigos – software house tworzący rozwiązania AI, frontend i backend. Pracuje z kadrą zarządzającą, kierownikami i specjalistami. Prowadzi warsztaty, szkolenia i prelekcje na konferencjach, szkolenia wewnętrzne dla korporacji oraz małych i średnich firm, a także zajęcia na studiach MBA i podyplomowych, m.in. na AGH i Akademii Leona Koźmińskiego. Występuje w języku polskim i angielskim na scenach w Polsce, Hiszpanii i USA, m.in. na infoShare, DevOXX, I Love Marketing & Technology oraz ICERI. W 2024 roku zdobyła 1. miejsce na „I Love Marketing & Technology” za innowacyjną prezentację o wykorzystaniu AI do klonowania głosu i tworzenia avatarów w marketingu, sprzedaży i obsłudze klienta. Na LinkedIn obserwuje ją ponad 13 000 osób, a jej kanał YouTube „Anna PRO” śledzi 6 000 subskrybentów i odwiedza ponad 15 000 osób miesięcznie – dzięki czemu w 2024 roku znalazł się w TOP 10 kanałów w Polsce w kategorii “Marketing i Biznes”.





Wacław Ryl

Head of Sales PKO Leasing

Energiczny i skuteczny lider z ponad 15-letnim doświadczeniem w sprzedaży, finansach i bankowości. Specjalizuje się w budowaniu przewagi konkurencyjnej poprzez projektowanie i wdrażanie nowoczesnych strategii sprzedażowych, optymalizację procesów operacyjnych oraz prowadzenie kompleksowych transformacji biznesowych. Obecnie, zajmuje stanowisko Dyrektora Departamentu Sieci Sprzedaży w PKO Leasing – firmie będącej niekwestionowanym liderem polskiego rynku leasingowego, gdzie zarządza ogólnopolską siecią liczącą ponad 500 doradców leasingowych i menedżerów sprzedaży. Odpowiada za rozwój wielokanałowej sieci, realizację kluczowych KPI oraz kształtowanie strategicznego kierunku rozwoju sprzedaży w organizacji. Wcześniej przez blisko dekadę związany był z Grupą BNP Paribas, gdzie m.in. kierował regionalną siecią sprzedaży w obszarze Global Markets, odpowiadał za integrację struktur po fuzji Raiffeisen-BGŻ BNP Paribas w obszarze rynków finansowych, a także prowadził projekty optymalizacyjne poprawiające efektywność procesów sprzedażowych. Od lat dzieli się wiedzą jako wykładowca gościnny na kilku uczelniach wyższych, m.in. WSB Merito, Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu, Uniwersytecie Gdańskim czy SANS w Sopocie (dawniej SSW). Łączy praktykę menedżerską z dydaktyką, koncentrując się na nowoczesnym zarządzaniu sprzedażą, strategii i transformacji organizacji.



Izabela Sakowicz

współwłaścicielka VFP

Od niemal dwóch dekad działa na styku sprzedaży, marketingu i zarządzania w środowisku B2B. Doświadczenie zdobywała, współpracując z globalnymi markami, takimi jak Google, Cisco czy IBM, a także zarządzając strukturami regionalnymi (CEE) i zespołami globalnymi w Foundry oraz VFP Communications. Obecnie jest współwłaścicielką VFP – wydawcy tytułów prasowych i serwisów online: Media & Marketing Polska, Handel oraz – od kilku miesięcy – Computerworld. Łączy kompetencje sprzedażowe, digitalowe, contentowe i eventowe, tworząc spójne strategie biznesowe i wzmacniając społeczności skupione wokół marek oraz liderów rynku. W swojej pracy konsekwentnie stawia na budowanie długofalowych relacji, zaufanie i rozwiązywanie realnych wyzwań klientów – zamiast sprzedaży „za wszelką cenę”. Wierzy, że skuteczna sprzedaż to połączenie strategii, odwagi decyzyjnej i umiejętności patrzenia na biznes z szerszej perspektywy. Absolwentka Politechniki Warszawskiej, SGH (Marketing i Strategie Marketingowe) oraz Executive MBA Francuskiego Instytutu Zarządzania.





Marzena Sawicka

współniczka, dyrektorka zarządzająca HILLWAY Training & Consulting



Michał Sokołowski

dyrektor operacyjny i sprzedaży, członek zarządu

Dyrektor operacyjny i sprzedaży oraz członek zarządu, odpowiedzialny za wynik P&L, rentowność portfela klientów oraz długoterminową wartość organizacji. Od ponad 20 lat działa w środowisku B2B i FMCG, łącząc zarządzanie sprzedażą z finansami, operacjami i strategią wzrostu. W swojej praktyce łączy podejście strategiczne z operacyjną skutecznością. Tworzy i wdraża strategie optymalizacji, rozwija nowe produkty i koncepty sprzedażowe, optymalizuje procesy oraz buduje efektywne zespoły handlowe. Posiada bogate doświadczenie w zarządzaniu zmianą, negocjacjach oraz budowaniu długofalowych relacji biznesowych. Absolwent kierunku Zarządzanie, ze specjalizacją w zarządzaniu marketingiem przedsiębiorstwa oraz komunikacji w zarządzaniu. Systematycznie rozwija kompetencje w obszarze innowacji, nowych technologii oraz wykorzystania sztucznej inteligencji w projektach biznesowych.



Kazik Surąła

head of data platforms & partnerships Visa

Zawodowo wyprowadza z chaosu wielomilionowe projekty i realnie zwiększa rentowność firm. Ekspert w dziedzinie Business Intelligence, analityki i zarządzania danymi. Jego specjalność to Business Intelligence, Analytics i Data Governance, z rozległą wiedzą na temat wielu branż, w tym FMCG, produktów konsumenckich, handlu detalicznego, nieruchomości i bankowości. Zarządzał zespołami analitycznymi w EY, Deloitte, JLL oraz Philip Morris International.





Magdalena Tomczyk-Topolska

dyrektorka sprzedaży B2B iSpot Apple Premium Partner

Dyrektorka Sprzedaży B2B w iSpot Poland Sp. z o.o., gdzie odpowiada za rozwój sprzedaży oraz pracę ogólnopolskiego zespołu wspierającego firmy z segmentów SMB i Enterprise. Wraz z zespołem pomaga organizacjom wdrażać i efektywnie zarządzać środowiskiem pracy opartym na technologiach Apple. Od ponad 19 lat związana z rynkiem Apple Premium Reseller. Doświadczenie budowała od ról operacyjnych po zarządzanie strategiczne. Specjalizuje się w rozwijaniu struktur sprzedaży, prowadzeniu organizacji przez zmiany biznesowe takie jak połączenie dwóch spółek oraz wdrażaniu rozwiązań, które realnie wspierają pracę użytkowników i wyniki firmy. Obecnie kończy studia Executive MBA w Akademii Leona Koźmińskiego.



Adam Woźniak

Commercial Planning & Activation Director FoodWell

Manager z wieloletnim doświadczeniem w branżach FMCG i OTC, specjalizujący się w obszarach revenue growth management – pricingu, promo, price-pack-architecture oraz category managementu i trade marketingu. Pracował na stanowiskach komercyjnych w Unilever, GSK/ Haleon i FoodWell, odpowiadając za kształtowanie architektury portfolio i strategię cenową. W roli Head of RGM w FoodWell budował i wdrażał podejście do zarządzania cenami i promocjami, koncentrując się na rentowności i P&L. Jako Commercial Planning & Activation Director w FoodWell łączy decyzje strategiczne RGM z egzekucją rynkową i implementacją w punkcie sprzedaży. Specjalizuje się w projektowaniu PPA jako kluczowej dźwigni wzrostu wartości kategorii. Podczas prelekcji podzieli się praktycznym podejściem do skalowania RGM w realiach presji kosztowej i wysokiej wrażliwości cenowej konsumenta.





Konrad Zach

Founder&CEO thinkhub.pl

Ekspert eCommerce z ponad 20-letnim doświadczeniem w budowie oraz rozwoju internetowych kanałów sprzedaży B2B, B2C i marketplace. Odpowiadał za budowę i rozwój ekosystemów eCommerce dla FK Olesiejuk, wiodącej firmy dystrybucyjnej z branży księgarskiej oraz za rozwój eCommerce B2B i marketplace na rynku EU dla ABC Data S.A., jednego z trzech największych dystrybutorów IT w regionie. Od 2017 roku prowadzi thinkHUB - firmę konsultingową, realizując do tej pory ponad 120 projektów strategii eCommerce i cyfrowej transformacji w Polsce, EU, Azji oraz w krajach byłego ZSRR. Współpracuje przede z klientami z wielu branż, wspierając właścicieli i zarządy w audytach oraz rozwoju strategii eCommerce w modelu B2C, B2B oraz branżowych marketplace. Poza działalnością edukacyjną dzieli się swoją wiedzą oraz doświadczeniami branżowymi jako anioł biznesu i mentor startupów z branży digital, wykładowca przedmiotów związanych z cyfrową transformacją na Akademii Leona Koźmińskiego oraz pomysłodawca oraz organizator popularnego na scenie digital wydarzenia "kawka o eCommerce".



Tomasz Zagdan

konsultant ds. sprzedaży i pricingu

Konsultant sprzedaży i handlowiec, który na co dzień sam sprzedaje. Przez 10 lat pracował w międzynarodowych firmach doradztwa strategicznego: Frost & Sullivan, OC&C Strategy Consultants oraz Deloitte Consulting. Przez kolejne 5 lat pełnił rolę Sales Excellence Manager'a na region Europy Centralnej w Canon B2B, gdzie odpowiadał za przygotowanie i wdrożenie strategii sprzedaży, procesów oraz narzędzi. Zwolennik metodycznego podejścia do sprzedaży. Swoje rekomendacje opiera na faktach: niezależnej informacji zwrotnej od klientów oraz analizie liczb. Audytował lub projektował ponad 40 systemów wynagrodzenia dla działów handlowych w różnych branżach. Obecnie jako wykładowca Instytutu Rozwoju Sprzedaży i Marketingu (IRSM) prowadzi zajęcia dotyczące analityki w sprzedaży, odpowiada za rozwój linii biznesowej szkoleń i programów rozwojowych dla działów sprzedaży w Sales Angels, największej w Polsce społeczności profesjonalistów sprzedaży. Współ-prowadzi Pricing Academy - firmę doradczą szkoleniową, która pomaga biznesom B2B oraz e-commerce zwiększać zyski poprzez dobrze ustalone ceny.





Marlena Żurawska-Szuter

dyrektor e-commerce AB Bechcicki

To doświadczona liderka e-commerce z prawie 15-letnim stażem na rynku, która jest siłą napędową cyfrowej transformacji w AB Bechcicki. Absolwentka Politechniki Wrocławskiej na kierunku teleinformatyka. Jej techniczne wykształcenie i wieloletnia praktyka biznesowa pozwala na efektywne zarządzanie nowoczesnym e-commerce. Zanim dołączyła do AB Bechcicki w 2022 roku, z sukcesem prowadziła transformacje cyfrowe w wielu branżach – od RTV/AGD (NEONET), przez modę, aż po e-grocery (Deli2). W AB Bechcicki odpowiada za całościową strategię cyfrową B2C i B2B, wdrożenia zaawansowanych systemów (PIM, eprice, b2b) oraz zarządzanie zmianą w organizacji. Ceni sobie zespołowość i jest mentorem, który stawia na młode talenty.



KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Sokulska
Project Manager

☎ 539 670 170

✉ m.sokulska@pb.pl

Współpraca



Katarzyna Doktor
Marketing Project Manager



✉ k.doktor@pb.pl

**Polonia Palace Hotel,
al. Jerozolimskie 45,
Warszawa**

al. Jerozolimskie 45
Polonia Palace Hotel,
al. Jerozolimskie 45



Formularz rejestracji: Dyrektor Sprzedaży 2026

Cena

Dyrektor Sprzedaży 2026

26 maja 2026, Polonia Palace Hotel, al. Jerozolimskie 45

2895 zł netto od 2026-04-25 do 2026-05-26

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 Konferencje "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

(94898)

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.

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”), 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 formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowę, 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. 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.
7. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przysyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
8. 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.
9. 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.
10. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
11. 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.
12. 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.
13. 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.
14. 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.
15. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
16. 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.
17. Wszelkie 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.
18. 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 jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
19. 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.
20. 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.
21. 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.



22. 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, video 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.

