

09 01 92 93 7A 00 99 09

00 00
31 39

00 00 00 00 00 00
6C 75 74 65 67 6F

00 00 00 00
32 30 32 36

00 00 00 01 00 04 00 00
44 6F 6B 42 61 64 6E 61

00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00
6C 6F 6B 61 6C 69 7A 61 63 6A 61

00 00 01
6A 75 7C

00 00 00 00 00 00 00 00
77 6B 72 F3 74 63 65 21

00 00 00 00 00 00 00 00 00 00
45 2D 63 6F 6D 6D 65 72 63 65

00 00 00 00 00 00 00 00 00 00
45 76 6F 6C 75 74 69 6F 6E

00 00 00 00 00 00
53 75 6D 6D 69 74

00 00 00 00 · 00 01 · 00 00 00 00 00 00 00 00 · 00 00 · 00 00 00 00 00 00 00 00
31 33 39 35 · 7A 42 · 6E 65 74 74 6F 64 6F · 31 32 · 67 72 75 64 6E 69 61

00 00 00 00 · 00 01 · 00 00 00 00 00 00 00 00 · 00 00 · 00 00 00 00 00 00 00 00
31 36 39 35 · 7A 42 · 6E 65 74 74 6F 64 6F · 31 36 · 73 74 79 63 7A 6E 69 61

00 00 00 00 · 00 01 · 00 00 00 00 00 00 00 00 · 00 00 · 00 00 00 00 00 00 00
31 39 39 35 · 7A 42 · 6E 65 74 74 6F 64 6F · 31 39 · 6C 75 74 65 67 6F



00 00 00
43 45 4C

SAVE THE DATE!

E-commerce wchodzi w nową erę – dojrzałą, analityczną i nastawioną na efektywność. Po latach dynamicznego wzrostu i wdrażania innowacji, dziś kluczowe stają się zyskowność, odporność i strategiczne zarządzanie zmianą. Branża handlu cyfrowego musi łączyć technologię z rentownością, a rozwój – z odpowiedzialnością i realnym wpływem na wynik biznesowy.

Zapraszamy do udziału w kolejnej edycji konferencji „**E-commerce Evolution Summit**”, która odbędzie się **19 lutego w Warszawie**.

W tym roku spojrzymy na e-commerce z szerokiej perspektywy – **od danych i automatyzacji po doświadczenia klientów i kulturę organizacyjną**. Zrozumiemy aktualne zjawiska, poznamy najnowsze innowacje i podzielimy się strategiami, które pozwalają budować trwałą przewagę w dynamicznie zmieniającym się świecie handlu cyfrowego.

W oparciu o dane, badania rynkowe i predykcje pokażemy, jakie zmiany w e-commerce wydarzą się w ciągu najbliższych 12 miesięcy – które z trendów staną się standardem szybciej, niż się spodziewamy, a które wymagają już dziś konkretnych decyzji strategicznych.

Podczas konferencji skupimy się na tym, jak AI, automatyzacja i analityka danych wpływają na modele sprzedaży, budowanie lojalności i przewagę konkurencyjną. Ale także na tym, jak kluczową rolę odgrywają ludzie, zespoły i kultura organizacyjna w skutecznej transformacji e-commerce.

W tym roku oddajemy sprawczość Wam – uczestnikom. Po części plenarnej zaprosimy Was do udziału w stolikach eksperckich, gdzie pod okiem praktyków i liderów branży będziecie mogli przedyskutować najważniejsze wyzwania, wymienić doświadczenia i wspólnie wypracować wnioski, które staną się praktycznym kompasem dla e-commerce 2026.

Podczas konferencji m.in.:

- Pokażemy **forecast e-commerce 2026** – najważniejsze zmiany, które wpłyną na strategię sprzedaży, marketingu i doświadczeń klienta.
- Zastanowimy się, **jak AI i automatyzacja realnie przekładają się na zyskowność i efektywność biznesu**.
- Porozmawiamy o **nowych źródłach przychodów** – retail media, monetyzacji danych i społeczności.

- Przeanalizujemy, **jak odzyskać kontrolę, dane i marżę w relacji z marketplace'ami**.
- Pokażemy, **jak poprawić kluczowe wskaźniki rentowności – CLV, CAC i LTV**.
- A w drugiej części wydarzenia – **oddajemy głos Wam**, zapraszając do stolików tematycznych i wspólnej pracy nad rozwiązaniami.

Do udziału zapraszamy m.in.:

- dyrektorów, menedżerów e-commerce, e-biznesu, e-handlu, e-usług
- dyrektorów, menedżerów i specjalistów ds. marketingu online
- dyrektorów, menedżerów sprzedaży
- dyrektorów, menedżerów i specjalistów ds. rozwoju biznesu i nowych technologii
- menedżerów i specjalistów ds. wsparcia sprzedaży
- project i brand menedżerów
- przedstawicieli firm dostarczających rozwiązania dla sektora e-commerce.





00:00:00:00:00:00:00
50:52:4F:47:52:41:4D

Czwartek, 19 lutego

E-commerce 2026: Wizje, dane, decyzje

08:15

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 „E-commerce Evolution Summit 2026”

09:10

Forecast E-commerce 2026: Co zmieni się szybciej, niż nam się wydaje?

Rynek e-commerce przyspiesza jak nigdy dotąd. Modele zakupowe ewoluują, a granice między światem online i offline zacierają się szybciej, niż wielu z nas zdążyło się zorientować.

W tym wystąpieniu spojrzymy na najbliższe dwa lata nie jak na prognozę, ale jak na strategiczny plan działania. Zastanowimy się, które zmiany zachodzą już dziś – choć jeszcze nie wszyscy je dostrzegają – oraz jak przygotować organizacje, procesy i zespoły, by wykorzystać te zjawiska jako przewagę konkurencyjną.

A wszystko to w oparciu o najświeższe dane, analizy rynkowe i badania predykcyjne, które pozwalają z dużą precyzją przewidzieć, co naprawdę zdefiniuje e-commerce w 2026 roku.

09:25

AI w e-commerce 2026+. Od automatyzacji do inteligentnego e-handlu.

Jak przejść od hype'u do realnych efektów i przewagi rynkowej.

- Agentic commerce – jak przygotować inteligentnych agentów zakupowych działających w imieniu marki.
- Jak zapewnić klientom wygodę i dać poczucie bezpieczeństwa: hiperpersonalizacja, płatności przyszłości, cyberbezpieczeństwo
- Pełna automatyzacja vs. pełna kontrola. Jak w świecie cyfryzacji i AI znaleźć złoty środek?
- Kierunki rozwoju: handel konwersacyjny (voice + LLM), autonomiczne sklepy, integracja AI z rozszerzoną rzeczywistością (AR Commerce).

10:05

Retail Media & Data Monetization – nowy kanał przychodów dla e-commerce.

Jak przekształcić e-commerce w medium reklamowe i monetyzować dane klientów.



- Własne sieci retail media – tworzenie przestrzeni reklamowej w sklepie online
- Dane 1st-party po erze cookies. Jak wykorzystywać własne dane klientów do skutecznych kampanii?
- Modele sprzedaży reklamowej, jak skutecznie łączyć przychód ze sprzedażą produktów.
- Measurement i ROI, mierzenie efektywności działań reklamowych i podejmowanie decyzji na ich podstawie.
- Partnerstwa danych 1st party. Współpraca pomiędzy markami i reklamodawcami przy zachowaniu prywatności użytkowników (privacy-first marketing).
- Budowanie zaufania i doświadczeń użytkownika, gdzie monetyzacja nie psuje lojalności.

10:45

NETWORKING EVOLUTION. Rozmowy, które przekładają się na biznes.

Zapraszamy do udziału w moderowanym networkingu w parach i małych grupach.

To przestrzeń, w której spotykają się dane, doświadczenie i pomysły – a z rozmów rodzą się realne współprace i inspiracje do działania. Kilka krótkich, dobrze poprowadzonych rozmów wystarczy, by nawiązać kontakty, które mogą realnie przełożyć się na Twój biznes.

A po wszystkim – zapraszamy na kawę i dalsze rozmowy w swobodnej atmosferze.

11:00

Przerwa kawowa

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

11:30

Panel dyskusyjny. Marketplace'y 2026 - jak odzyskać dane, kontrolę i marżę.

Nowe strategie współpracy z platformami sprzedażowymi przy zachowaniu przewagi marki

- Jak zmieniła się rola marketplace'ów w ostatnich dwóch latach – czy to jeszcze kanał, czy już rynek sam w sobie?
- Strategia 2025: nie „czy”, ale „jak” współpracować z platformami.
- Dane i relacja z klientem – jak nie oddać wszystkiego pośrednikowi.
- Własny e-commerce vs. marketplace: jak łączyć zasięg i marżę.
- Dynamic pricing i transparentność ofert – jak bronić wartości marki.
- Case studies: polskie marki, które zbudowały przewagę, nie będąc zależne od marketplace'ów.
- Jak będzie wyglądał krajobraz platform w 2026 – Allegro, Amazon, Temu, Shopee, InPost i nowe modele handlu społecznościowego.
- Chiński wirus – jak zapewnić równe szanse dla lokalnych graczy i zmienić zagrożenie w szansę.

12:15

Zyskowny e-commerce – jak poprawić CLV, obniżyć CAC i zwiększyć rentowność

Jak budować trwałą i opłacalną wzrost w warunkach presji kosztowej

- Zarządzanie kosztami marketingu i efektywnością operacyjną. Jak optymalizować budżety i procesy sprzedażowe?
- Analiza CLV, CAC, LTV. Jak wykorzystać kluczowe wskaźniki do podejmowania decyzji biznesowych?
- Budowanie trwałego wzrostu. Strategie skalowania biznesu przy presji kosztowej i zmieniających się warunkach rynkowych.



12:55

Omnichannel i Customer Experience – jak budować lojalność klienta

Jak tworzyć spójne doświadczenia zakupowe, które przyciągają i zatrzymują klientów

- Storytelling i emocje jako fundament relacji z marką. Jak tworzyć historie, które angażują?
- Tworzenie spójnych, wielokanałowych doświadczeń zakupowych. Jak łączyć online i offline w jeden ekosystem?
- Od personalizacji do hiperpersonalizacji. Jak zamienić doświadczenie klienta w lojalność i przewagę konkurencyjną?
- Success stories: jak omnichannel wspiera Customer Lifetime Value i ogranicza churn.
- Przyszłość lojalności: predictive personalization, zero-party data i ekosystem usług wokół klienta.

13:35

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.

14:35

Forecast E-commerce 2026: Co już wiemy, a na co wciąż nie jesteśmy gotowi?

Po kilku godzinach rozmów o danych, AI, nowych modelach sprzedaży i doświadczeniach klientów – czas na spojrzenie z lotu ptaka.

Które z kierunków faktycznie przeddefiniują e-commerce, a które okażą się tylko chwilowym trendem?

Podsumujemy najważniejsze wnioski z całej części plenarnej, łącząc wątki automatyzacji, predykcji, social commerce, marketingu opartego na danych, ESG i logistyki przyszłości.

To moment, by zobaczyć, gdzie naprawdę jest dziś branża – i czy jesteśmy gotowi na to, co dzieje się szybciej, niż nam się wydaje.

E-commerce Insights: Rozmowy, które tworzą strategię

14:50

Wprowadzenie do SESJI ROUNDTABLES (stoliki dyskusyjne)

SESJA ROUNDTABLE - 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 brać udział w jednej dyskusji podczas jednej sesji.

Każda sesja planowana jest na 30 min. W ramach konferencji przewidujemy dwie takie sesje, zatem każdy uczestnik będzie miał możliwość wziąć udział w dwóch dyskusjach - w jednej od 15:10 i w drugiej od 15.50.

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



15:10

I SESJA ROUNDTABLES - możliwość udziału w jednej dyskusji

STOLIK 1. E-commerce i marketing w erze danych i AI

Jak przewidywać potrzeby klientów, automatyzować procesy i zwiększać sprzedaż dzięki analityce i sztucznej inteligencji

- Wykorzystanie danych behawioralnych klientów i insightów z AI – jak przekładać je na sprzedaż i marketing
- Systemy predykcyjne i forecasting trendów zakupowych – przewidywanie popytu i preferencji klientów
- Automatyzacja kampanii marketingowych i tworzenia treści – zwiększenie efektywności i ROI

STOLIK 2. Konsumenci przyszłości: pokolenia Z i Alfa w świecie krótkiej treści i nowych modeli sprzedaży

Jak angażować młode pokolenia, łączyć social media z zakupami i skalować biznes w nowoczesnych kanałach

- Jak krótkie treści w social mediach wpływają na decyzje zakupowe użytkowników SM?
- Budowanie autentycznej komunikacji i lojalności młodych klientów – da się?
- Live shopping i sprzedaż w social mediach – TikTok, Instagram, YouTube w praktyce
- Agentic commerce – AI wspierająca autonomiczne decyzje zakupowe
- Jak mierzyć i optymalizować efektywność treści oraz ścieżek zakupowych

STOLIK 3. Nowe modele monetyzacji w e-commerce

Subskrypcje, re-commerce i monetyzacja społeczności

- Subskrypcje i programy członkowskie jako źródło stabilnych przychodów
- Re-commerce i „second life” produktów – jak zarabiać w sposób zrównoważony
- Monetyzacja społeczności – tworzenie źródeł przychodu poza sprzedażą produktów

STOLIK 4. Zrównoważony e-commerce i ESG – jak połączyć rozwój z odpowiedzialnością

Łączenie wzrostu z działaniami proekologicznymi

- Green fulfillment i ograniczanie śladu węglowego dostaw
- Jak komunikować i raportować działania proekologiczne
- ESG jako przewaga konkurencyjna i wartość dla klientów

STOLIK 5. Logistyka e-commerce i last mile delivery 2025 – szybko, tanio i efektywnie

Jak zoptymalizować dostawy i fulfillment w warunkach presji kosztowej

- Automatyzacja magazynów i robotyka w fulfillment
- Click & collect, paczkomaty i ultraszybkie dostawy
- Jak obniżać koszty logistyki przy rosnących oczekiwaniach klientów

STOLIK 6. Cross-border e-commerce – ekspansja bez granic

Jak skutecznie sprzedawać w Europie i na świecie

- Bariery prawne, podatkowe i logistyczne przy globalnym handlu
- Strategie polskich marek, które odniosły sukces na zagranicznych rynkach
- Praktyczne wskazówki na temat skalowania sprzedaży międzynarodowej

STOLIK 7. Bezpieczny i zgodny e-commerce 2025



Jak chronić klientów, budować zaufanie i działać zgodnie z nowymi regulacjami w świecie cyfrowym i AI

- Ochrona danych klientów i płatności w erze AI
- Nowe zagrożenia: deepfake, fraud, weryfikacja tożsamości
- Budowanie zaufania w cyfrowych doświadczeniach zakupowych
- Prawo w praktyce: AI Act, DSA/DMA, Omnibus 2.0 – jak spełnić wymogi i unikać kryzysów
- Praktyczne wskazówki dla e-commerce – zgodność z przepisami bez zakłóceń w biznesie

STOLIK 8. Zespoły i kultura w transformacji e-commerce

Jak skutecznie przygotować organizacje, liderów i pracowników do dynamicznych zmian w handlu cyfrowym

- Jak kierować zespołami w szybko rozwijającym się środowisku e-commerce? Rola liderów w zmianie
- Adaptacja zespołów do nowych technologii i AI – rozwój kompetencji cyfrowych i nowych ról w organizacji
- Budowanie kultury organizacyjnej sprzyjającej innowacjom. Jak skutecznie angażować pracowników w proces transformacji?
- Komunikacja w procesie zmian – jak przekazywać cele, oczekiwania i sukcesy zespołom rozproszonym?
- Motywowanie i utrzymanie talentów – jak wspierać pracowników w dynamicznych warunkach biznesowych
- Cross-functional collaboration – efektywna współpraca działów marketingu, IT, logistyki i customer experience

15:50

II SESJA ROUNDTABLES - możliwość udziału w jednej dyskusji

STOLIK 1. E-commerce i marketing w erze danych i AI

Jak przewidywać potrzeby klientów, automatyzować procesy i zwiększać sprzedaż dzięki analityce i sztucznej inteligencji

- Wykorzystanie danych behawioralnych klientów i insightów z AI – jak przekładać je na sprzedaż i marketing
- Systemy predykcyjne i forecasting trendów zakupowych – przewidywanie popytu i preferencji klientów
- Automatyzacja kampanii marketingowych i tworzenia treści – zwiększenie efektywności i ROI

STOLIK 2. Konsumenci przyszłości: pokolenia Z i Alfa w świecie krótkiej treści i nowych modeli sprzedaży

Jak angażować młode pokolenia, łączyć social media z zakupami i skalować biznes w nowoczesnych kanałach

- Jak krótkie treści w social mediach wpływają na decyzje zakupowe użytkowników SM?
- Budowanie autentycznej komunikacji i lojalności młodych klientów – da się?
- Live shopping i sprzedaż w social mediach – TikTok, Instagram, YouTube w praktyce
- Agentic commerce – AI wspierająca autonomiczne decyzje zakupowe
- Jak mierzyć i optymalizować efektywność treści oraz ścieżek zakupowych

STOLIK 3. Nowe modele monetyzacji w e-commerce

Subskrypcje, re-commerce i monetyzacja społeczności

- Subskrypcje i programy członkowskie jako źródło stabilnych przychodów
- Re-commerce i „second life” produktów – jak zarabiać w sposób zrównoważony
- Monetyzacja społeczności – tworzenie źródeł przychodu poza sprzedażą produktów

STOLIK 4. Zrównoważony e-commerce i ESG – jak połączyć rozwój z odpowiedzialnością

Łączenie wzrostu z działaniami proekologicznymi

- Green fulfillment i ograniczanie śladu węglowego dostaw



- Jak komunikować i raportować działania proekologiczne
- ESG jako przewaga konkurencyjna i wartość dla klientów

STOLIK 5. Logistyka e-commerce i last mile delivery 2025 – szybko, tanio i efektywnie

Jak zoptymalizować dostawy i fulfillment w warunkach presji kosztowej

- Automatyzacja magazynów i robotyka w fulfillment
- Click & collect, paczkomaty i ultraszybkie dostawy
- Jak obniżyć koszty logistyki przy rosnących oczekiwaniach klientów

STOLIK 6. Cross-border e-commerce – ekspansja bez granic

Jak skutecznie sprzedawać w Europie i na świecie

- Bariery prawne, podatkowe i logistyczne przy globalnym handlu
- Strategie polskich marek, które odniosły sukces na zagranicznych rynkach
- Praktyczne wskazówki na temat skalowania sprzedaży międzynarodowej

STOLIK 7. Bezpieczny i zgodny e-commerce 2025

Jak chronić klientów, budować zaufanie i działać zgodnie z nowymi regulacjami w świecie cyfrowym i AI

- Ochrona danych klientów i płatności w erze AI
- Nowe zagrożenia: deepfake, fraud, weryfikacja tożsamości
- Budowanie zaufania w cyfrowych doświadczeniach zakupowych
- Prawo w praktyce: AI Act, DSA/DMA, Omnibus 2.0 – jak spełnić wymogi i unikać kryzysów
- Praktyczne wskazówki dla e-commerce – zgodność z przepisami bez zakłóceń w biznesie

STOLIK 8. Zespoły i kultura w transformacji e-commerce

Jak skutecznie przygotować organizacje, liderów i pracowników do dynamicznych zmian w handlu cyfrowym

- Jak kierować zespołami w szybko rozwijającym się środowisku e-commerce? Rola liderów w zmianie
- Adaptacja zespołów do nowych technologii i AI – rozwój kompetencji cyfrowych i nowych ról w organizacji
- Budowanie kultury organizacyjnej sprzyjającej innowacjom. Jak skutecznie angażować pracowników w proces transformacji?
- Komunikacja w procesie zmian – jak przekazywać cele, oczekiwania i sukcesy zespołom rozproszonym?
- Motywowanie i utrzymanie talentów – jak wspierać pracowników w dynamicznych warunkach biznesowych
- Cross-functional collaboration – efektywna współpraca działów marketingu, IT, logistyki i customer experience

16:25

Podsumowanie SESJI ROUNDTABLES.

Prezentacja kluczowych wniosków z rozmów przez poszczególnych moderatorów.



17:00
Zakończenie konferencji „E-commerce Evolution Summit 2026”.



Opiekun merytoryczny



00000000000000000000 0000000000000000

Project Manager

☎ 695 370 210

✉ m.marczak@pb.pl

Współpraca



00000000000000000000 0000000000000000

Marketing Manager

☎ 600 013 343

✉ k.dziedzic@pb.pl

Dokładna lokalizacja już
wkrótce!

Warszawa



E-commerce Evolution Summit 2026

19 lutego 2026, Warszawa

1395 zł netto od 2025-10-18 do 2025-12-12

1695 zł netto od 2025-12-13 do 2026-01-16

1995 zł netto od 2026-01-17 do 2026-02-19

Kod promocyjny

0909090909 09090109090909010909
4F736F6261 7A674261737A616A056361

09090909 0909 09090909090909
44616F65 646F 66616874757279

Imię

☐

firma

☐

osoba fizyczna

Nazwisko

Państwo

Stanowisko

NIP

Dział

Nazwa/Imię i nazwisko

pole opcjonalne

E-mail

Miejscowość

Telefon

Ulica i numer

Kod pocztowy

☐

Potwierdzam, że zapoznałam/em się z Regulaminem 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

Pieczętka i podpis

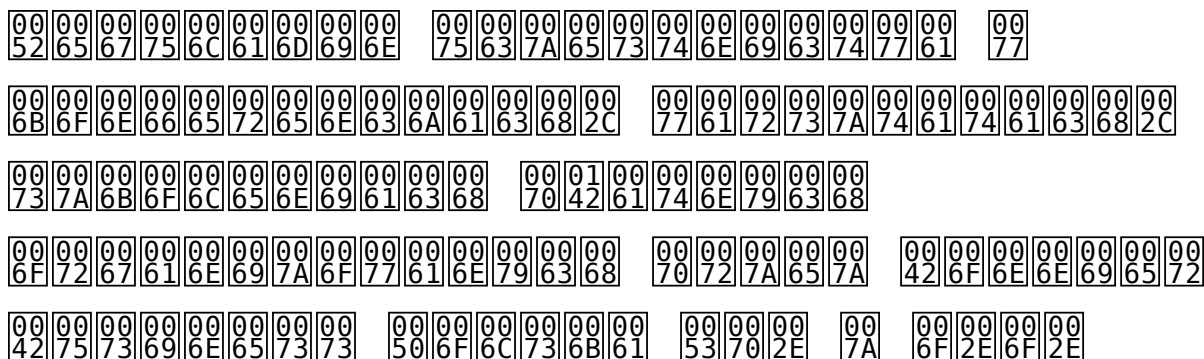


22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(77506)



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”) 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 przerwę kawową, 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 umowy, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przysyła 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 przesyłając 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 równoważność 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 przesyłając 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. 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.
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 jakiekolwiek 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 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.
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 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.
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, 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 zgłaszane 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.

