

Warszawa

10 października 2023

Barceló Warsaw Powiśle

Strategic Pricing Management

2595 zł netto do 10 października



CEL

Jak radzić sobie z jednej strony z **inflacją i podnoszeniem cen**, a z drugiej z **aktywizacją sprzedaży w dobie zmiennej koniunktury**? Jak pogodzić wodę z ogniem? Czy w ogóle jest na to sposób? W „normalnych” czasach mówimy **pricing jest najsilniejszą dźwignią zysku**. A **dobrze zaprojektowana i właściwie wdrożona strategia cenowa** to najbardziej skuteczny i efektywny sposób na **zwiększenie zysków**, potrzebnych zarówno do **rozwoju firmy** i udoskonalania jej produktów. A dzisiaj? A teraz? – No właśnie... To jak sobie radzić na tym „pricingowym torze”? Ile i jakich biegów potrzebujemy w naszej pricingowej „skrzyni biegów”, jak trzymać się na zakrętach, jak dociskać na prostej?

Takie tematy będziemy adresować podczas konferencji. Będziemy zatem dotykali i kwestii strategicznych i kwestii taktycznych. Nasi prelegenci będą dzielić się swoimi doświadczeniami jaką strategię pricingową stosować, **jaki przyjąć sposób ustalania cen**, jak pilnować, żeby **strategia i polityka cenowa** były implementowane w praktyce i jak zamykać pętlę zwrotną wykorzystując analitykę pricingową (raportowanie, śledzenie, wyciąganie wniosków). A do tego będziemy dzielić się praktycznymi doświadczeniami z obszarów organizacji pricingu, procesów pricingowych, narzędzi i umiejętności – czyli tego, co jest potrzebne, żeby pricing dobrze (za)działał i przynosił rezultaty.

Zaprosiliśmy samych bardzo doświadczonych praktyków biznesu. Podzielą się oni swoją wiedzą, doświadczeniem i pragmatycznymi wskazówkami w formie prezentacji, case studies, mini warsztatów. Trudno powiedzieć, czy znajdziecie Państwo odpowiedzi na wszystkie swoje pytania. Jedno jest za to pewne - inspiracji na pewno nie zabraknie!

DOWIEDZĄ SIĘ PAŃSTWO MIĘDZY INNYMI jak w aktualnej rzeczywistości:

- Zarządzać rentownością w dobie ciągle wysokiej inflacji a jednocześnie wykorzystywać pricing do aktywizacji sprzedaży
- Zachować strukturę i spójność reguł pricingu mimo zmienności otoczenia
- Uwzględniać potencjalne zmiany zachowań klientów końcowych
- Symulować zachowania konkurentów
- Scenariuszować zachowania w kanale dystrybucji
- Harmonizować ceny w różnych kanałach, żeby uniknąć konfliktów
- Przekładać strategię cenową na codzienne działania
- Podchodzić do pricingu w e-commerce
- Wykorzystywać nowe modele pricingowe

Konferencję kierujemy zarówno do osób kreujących politykę cenową, jak i odpowiedzialnych strategię i wyniki finansowe firmy:

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





PROGRAM

Wtorek, 10 października

08:30

Rejestracja uczestników, poranna kawa

08:55

Oficjalne powitanie uczestników, rozpoczęcie

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

09:00

Ile biegów w pricingowej skrzyni biegów?

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

- Bieg 1: "Set the line"
 - Bieg 2: "Hold the line"
 - Bieg 3: "Review the line"
 - Jak uniknąć falstartu?
 - Jak trzymać tempo podczas wyścigu po lepszy profit?
-

09:35

Strategie cenowe w e-commerce: Jak skalować i rozwijać się bez utraty zysków

 *Grzegorz Świętek, Head of Pricing, Empik S.A.*

CASE STUDY Empik

- Czy pricing online jest specyficzny?
 - Dynamika cen online
 - Co robić i jakich pułapek unikać w pricingu online?
 - Czy inflacja pomaga czy przeszkadza w pricingu?
-

10:10

Rynek, użytkownik - czy wciąż utrzymujemy się w tej samej pozycji na tle konkurencji. Gdzie jest nasza wartość i nasza marża?

 *Krzysztof Mazurkiewicz, Regional Pricing Manager CE, Selenia Group*

CASE STUDY Selenia



- Zmienność rynku, a zmiany oferty produktowej oraz zmiany układu sił
- Jak się kształtuje się oferta aktualna na tle konkurencji. Czy dane o rynku sprzed roku są wciąż aktualne?
- Nie każdy problem marżowy to problem ceny
- Wyzwania pricingu, przykład analizy Pricing Matrix, gdzie jest wartość i marża?
- Podejście Produkt
- Podejście Użytkownik
- Jak przygotować się do odwrócenia koniunktury?

10:45

Przerwa na kawę

11:05

Warsztat

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

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

Movens pricing wargaming - B2B (w sytuacji podwyżek kosztów)

Movens pricing wargaming - B2C

- Symulacja rynku rosnących kosztów
- „Trudne” decyzje cenowe - Jaką strategię wybrać?
- Kto wygra? I dzięki czemu?
- Jakie wnioski możesz z tego wyciągnąć dla swojej firmy?

11:55

Jak wycenić wartość czyli elastycznie o elastyczności cenowej

 *Monika Orłowska, Head of Strategic Revenue Management, Mars*

CASE STUDY Mars

- Kiedy opłaca się podnieść ceny
- Jak zrobić podwyżkę i nie stracić klientów
- Jak mierzyć wpływ zmiany cen na wolumen sprzedaży

12:30

Częste błędy w budowie i implementacji strategii cenowej oraz jak ich unikać

 *Jan Jęczyk, NRM International Pricing Strategy Manager, PepsiCo Europe*

- Konkurencyjność cenowa, polityka promocyjna, zarządzanie siatką rabatów,
- Strategia wzrostu przychodów, świadomość strategii cenowej w organizacji, zwiększanie
- Rentowności za pomocą miksu sprzedażowego



13:05

Lunch

14:05

Historia projektu prcingowego w biznesie typu SaaS

 *Jakub Kubryński, CEO, Devskiller*

- Znaj swój biznes, swoich klientów, swoje metryki cenowe
 - Dlaczego nowy model prcingowy
 - Jakie efekty po jego wprowadzeniu
-

14:40

Jaki powinien być profil lidera prcingowego i jak powinna wyglądać organizacja prcingu w firmie?

 *Damian Odzioba, Consumer and Retail Practice Leader, Morgan Philips Executive Search*

- Według jakiego profilu szukać skutecznego lidera do prcingu?
 - Gdzie w organizacji umieścić lidera i zespół prcingowy?
 - Jak zmieniają się i będą zmieniały się wymagania wobec liderów prcingowych?
-

15:15

Pricing w kategoriach FMCG vs OTC – gdy konsument staje się pacjentem

 *Adam Woźniak, Net Revenue Manager, Haleon (GSK Consumer Healthcare)*

CASE STUDY Haleon

- Otoczenie prcingowe w FMCG vs OTC
 - Jak odpowiedzieć na potrzeby konsumenta / pacjenta i nie tracić marży –Price Pack Architecture jako element wzrostu.
 - Twoja wartość jest też w rękach innych - Pricing Gatekeepers.
-

15:50

Pricing w dobie OMNIBUSA - wnioski z pierwszych miesięcy stosowania nowej regulacji

 *Jakub Sadurski, Adwokat, Kancelaria Affre i Wspólnicy*

- Informacja o obniżce ceny – czy wszystko jasne?
 - Jak obliczać cenę obniżoną? – okres i punkt odniesienia
 - Jak komunikować obniżkę? – oczekiwania Prezesa UOKiK
 - Pierwsze zarzuty przeciwko przedsiębiorcom – jakie wnioski dla prcing menadżerów?
-

16:30

Zakończenie konferencji





PRELEGENCI



Wojciech Gorzeń

Partner, Head of Pricing & Sales Excellence Movens Capital

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



Maciej Kraus

Partner w funduszu inwestycyjnym Movens Capital

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



Monika Orłowska

Head of Strategic Revenue Management Mars





Jan Jęczmyk

NRM International Pricing Strategy Manager PepsiCo Europe

Wcześniej związany z Oriflame Central Europe oraz Grupą Eurocash. Posiada ponad 7-letnie doświadczenie na stanowiskach związanych z optymalizacją strategii cenowej. Od 2018 roku pracuje w strukturach międzynarodowych, gdzie współpracował przy realizacji projektów w kilkunastu krajach. Jego doświadczenie zawodowe obejmuje zarówno pricing B2C, jak i B2B. Specjalizuje się w branży dóbr szybko zbywalnych.



Grzegorz Świętek

Head of Pricing Empik S.A.

Head of Pricing w Empik S.A. Ekspert z wieloletnim doświadczeniem w obszarach strategii cenowych, zarządzania portfolio produktowym, sprzedaży i wdrażania podwyżek cenowych. Przez wiele lat pracował w czołowej firmie doradczej specjalizującej się strategii, pricingu, marketingu i sprzedaży - Simon-Kucher. Zrealizował kilkadziesiąt projektów we wspomnianych obszarach dla czołowych firm handlowych, usługowych i produkcyjnych w Polsce, w regionie CEE oraz Europie Zachodniej. Wielokrotny prelegent na konferencjach poświęconych tematyce pricingowej podnoszenia rentowności oraz sprzedaży poprzez wartość.



Adam Woźniak

Net Revenue Manager Haleon (GSK Consumer Healthcare)

Revenue Manager odpowiedzialny za obszar pricingu, promocji oraz budowania profitowego wzrostu marek FMCG w Haleon (GSK Consumer Healthcare) z wieloletnim doświadczeniem w dziale Category Management kategorii OTC (leków bez recepty) oraz FMCG (kategorie kosmetyczne i spożywcze). Doświadczenie zawodowe poza Haleon zdobywał w Unilever oraz KraftHeinz Company obejmując role strategicznego wsparcia sprzedaży wraz z obszarem badań rynkowych i konsumenckich.



Krzysztof Mazurkiewicz

Regional Pricing Manager CE Selena Group

Łączy wieloletnią praktykę marketingową z pricingiem. Posiada doświadczenie w zarządzaniu markami, portfelem produktowym i aktywnościami marketingowymi w Polsce i na rynkach europejskich. Od ponad 6 lat realizuje się w pricingu. Budował i wdrażał od podstaw procesy pricingowe b2b. Prowadził także projekty optymalizacyjne politykę cenową, politykę produktową, segmentację klientów, strategię marketingową w e-commerce. Od ponad 2 lat zapewnia skuteczny monitoring i analizę cen rynkowych, zarządza procesami dostosowania cen, współtworzy strategię cenową na rynku środkowoeuropejskim w Grupie Selena.





Jakub Kubryński

CEO Devskiller



Damian Odzioba

Consumer and Retail Practice Leader Morgan Philips Executive Search



Jakub Sadurski

Adwokat Kancelaria Affre i Wspólnicy

Specjalizuje się w polskim i unijnym prawie ochrony konkurencji, a także w prawie konsumenckim. Jego zainteresowania zawodowe koncentrują się w szczególności na zagadnieniach dotyczących porozumień wertykalnych. Posiada doświadczenie w zakresie obsługi przedsiębiorstw i sporów korporacyjnych. Absolwent Wydziału Prawa i Administracji na Uniwersytecie Warszawskim. Ukończył także Szkołę Prawa Niemieckiego przy Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Laureat konkursu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na najlepszą pracę magisterską dotyczącą ochrony konkurencji. Autor eksperckich artykułów i licznych komentarzy dla Dziennika Gazety Prawnej oraz Pulsu Biznesu.





KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Renata Grzeszczak

Project Manager - Team Leader

 600 013 324

 r.grzeszczak@pb.pl

Współpraca



Mateusz Stempak

Marketing Manager

 600 013 355

 m.stempak@pb.pl

Barceló Warsaw Powiśle

Wybrzeże
Kościuszkowskie 43a
Warszawa

Partner Merytoryczny

MOVENS ADVISORY

Movens Advisory

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



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(33615)

Formularz rejestracji: Strategic Pricing Management

Cena

Strategic Pricing Management

10 października 2023, Warszawa

2595 zł netto od 2023-09-09 do 2023-10-10

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_konf_platne_10_07_23.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

(33615)

Formularz rejestracji: Strategic Pricing Management

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

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

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon



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

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („**Wydarzenia**”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („**Organizator**”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („**Cena**”) określane są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („**Strona Wydarzenia**”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych także przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („**Zgłoszenie**”) i zatwierdzenie Zgłoszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowiązkiem zapłaty” lub pobranie, wypełnienie i odesłanie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
4. Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
5. Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
7. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równowartość 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną.
9. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
10. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 4 powyżej nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
11. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
12. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie osoby prowadzącej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
13. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub –za zgodą podmiotu zgłaszającego–przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zgłaszającemu, który opłacił Cenę, Organizator zwraca Cenę w pełnej wysokości.
15. Wszystkie materiały przekazane uczestnikowi w związku z Wydarzeniem („**Materiały**”) stanowią własność Organizatora (lub podmiotów współpracujących z Organizatorem) i w związku z tym przeznaczone są wyłącznie do użytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
16. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakiegokolwiek sposób, użyczanie, wyświetlanie, publiczne udostępnianie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
17. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwać przebieg Wydarzenia -w celu informacyjnym -za pomocą urządzeń rejestrujących dźwięk lub obraz. Brak zgody uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu na powyższe czynności wyklucza możliwość wzięcia udziału w Wydarzeniu. Organizator może zamieścić utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa dotyczących ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
18. Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
19. Organizator udziela osobie dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysokości co najmniej 5% na rejestrację na organizowane, w ciągu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy się automatycznie. Kod rabatowy będzie przesyłany przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do upływu wskazanego terminu rejestracji na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy każdego uczestnika zgłaszanego przez osobę uprawnioną do rabatu. Rabat łączy się z innymi rabatami, chyba że Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.



20. Jeśli osoba dokonująca rejestracji wyraża bądź utrzymuje wyrażone uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% stałego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na płatne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i ogłaszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy działający pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten łączy się z innymi. Weryfikacja następuje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zgłoszeniu adresu e-mail osoby zgłaszającej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przysługuje wyłącznie osobie dokonującej rejestracji (dokonującej Zgłoszenia) i dotyczy danego Zgłoszenia bez względu na liczbę uczestników rejestrowanych przez osobę dokonującą rejestracji i uprawnioną do otrzymania rabatu.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
- 21.1.1 dostęp do Internetu,
- 21.1.2 urządzenie końcowe,
- 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
22. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zgłoszenia przekazuje informację o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu
23. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
- 23.1.2 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
- 23.1.3 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
- 23.1.4 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.5 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
- 23.1.6 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
- 23.1.7 innymi okolicznościami uniemożliwiające lub utrudniające uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami władzy państwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego części, ograniczeń, a także wytycznych właściwych służb, instytucji oraz innych podmiotów realizujących ustawowe obowiązki, które wpływałyby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia dodatkowych wymagań dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zgłoszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczności potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przesłanej wiadomości. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
25. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraziła zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zgłoszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokonał Zgłoszenia oraz jakie dane zostały wskazane z prośbą o ich potwierdzenie.
26. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrzeżeniem że dokonane zmiany obowiązują od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

