TRIO CONFERENCES | TYLKO PRAKTYCY!

VII SPOTKANIE PRAKTYKÓW

PRICING MANAGEMENT

•elastyczność •sztuczna inteligencja •narzędzia

10–11 października 2019 | Golden Floor (Chłodna 51), Warszawa

HOT TOPICS:

- **Algorytmy** cenowe
- Koncepcja **Value-Based Pricing**
- **Pricing w warunkach inflacji**
- Rozwiązania informatyczne **wspierające procesy cenowe**
- **Polityka cenowa i promocyjna** jako element strategii kategorii
- Analiza cenowa **otoczenia konkurencyjnego**
- **Psychologia** zachowań konsumenckich

WŚRÓD PRELEGENTÓW M.IN.:

Tomasz Michalski
FRISCO.PL

Łukasz Porębski
GK NEONET

Sebastian Król
NUTRICIA ADVANCED MEDICAL NUTRITION

www.trioconferences.pl

PARTNERZY: pricefx | TRIO ADVISORY

TRIO CONFERENCES

VII SPOTKANIE PRAKTYKÓW

PRICING MANAGEMENT

•elastyczność •sztuczna inteligencja •narzędzia

10–11 października 2019 | Golden Floor (Chłodna 51), Warszawa

ZMIANY?

Wokół nas ciągłe zmiany. **Zmiana zachowań klientów. Zmiana krajobrazu konkurencyjnego.** Do tego **przyspieszenie nowych technologii w świecie.** To wszystko w diametralny sposób wpływa zarówno na społeczeństwo, jak i przedsiębiorstwa. Funkcja cenowa, mająca coraz większy wpływ na wrażenia klientów, nie pozostaje odporna.

CHCĘ ZA NIMI NADĄŻYĆ!

Jeżeli nieustannie zastanawiasz się, jak zatem nadążyć za zmieniającą się rzeczywistością, spotkajmy się podczas tegorocznej edycji, która dostarczy Ci **narzędzi pomocnych w podejmowaniu ważnych, kluczowych decyzji.**

JAK?

Dzięki analizie case studies uznanych na rynku firm, takich jak: **Frisco.pl, Schneider Electric, Eurocash, Oriflame, GK NEONET, Nutricia Advanced Medical Nutrition, Kancelaria KONDRAT i Partnerzy**, pogłębisz swoją wiedzę o tym, w jaki sposób wykorzystać i wdrożyć nowe, oparte na kliencie ceny i opcje optymalizacji przychodów, zachowując tym samym swój udział w rynku i rentowność.

W związku z formułą **praktycy-praktykom**, będziesz miał okazję zadać pytania oraz wymienić się swoimi spostrzeżeniami i doświadczeniami z przedstawicielami innych firm. Nasi eksperci podzielą się swoją wiedzą oraz bogatym i wieloletnim doświadczeniem w zakresie kreowania i zarządzania strategią cenową.

CZY TO DLA MNIE?

Do udziału zapraszamy osoby zajmujące się **polityką cenową, tworzące strategię cenową, zarządzające przychodami, upustami i rabatami. W szczególności pracowników działów sprzedaży, finansów, controllingu, marketingu, area pricing.**

KONTAKT

AGNIESZKA PALKA
PROJECT MANAGER
M. +48 519 407 681
E. a.palka@trioconferences.pl

DOŁĄCZ DO GRONA PARTNERÓW

ROBERT SZPINDLER
BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER
M. +48 519 407 698
E. r.szpindler@trioconferences.pl

VII SPOTKANIE PRAKTYKÓW

PRICING MANAGEMENT

•elastyczność •sztuczna inteligencja •narzędzia

10–11 października 2019 | Golden Floor (Chłodna 51), Warszawa

TRIO CONFERENCES

DZIEŃ PIERWSZY – 10 PAŹDZIERNIKA (CZWARTEK)

09:30 REJESTRACJA

09:55 POWITANIE UCZESTNIKÓW

10:05 Pricing w dobie inflacji: doświadczenia z czterech kontynentów

- Inflacja: krótki przewodnik mikro- i makroekonomiczny
- Miary inflacji
- Sposoby prognozowania inflacji
- Inflacja jako zagrożenie dla pricingu
- Inflacja a price waterfall: cena katalogowa i cena net
- Inflacja jako szansa poprawy sytuacji pricingowej

Słowa kluczowe: CPI, PPI, analiza szeregów czasowych, prognozowanie, price waterfall, delta price, kurs walutowy, pricing B2B | **Przykłady z krajów:** Australia, Indonezja, Rosja, Szwecja, USA

Jacek Wallusch, Pricing Data Science, SCHNEIDER ELECTRIC

10:45 Digital pricing, czyli jak zyskać realną przewagę w wirtualnym świecie

- Budowa strategii cenowej w kanale e-commerce
- Jak zarządzać polityką cenową w dobie Internetu, gdzie porównanie cen jest bardzo proste i szybkie - best practice na przykładzie kategorii o dużej transparencji cen

11:25 PRZERWA NA KAWĘ

11:45 Algorytmy cenowe – szanse i zagrożenia wykorzystania nowoczesnych rozwiązań

Tomasz Michalski, Dyrektor ds. Komercyjnych, Członek Zarządu, FRISCO.PL

12:25 Wystąpienie Partnera

Piotr Maciejewski, Dyrektor Przedstawicielstwa, PRICE F(X)

12:55 LUNCH

13:55 Polityka cenowa i promocyjna jako element strategii kategorii

- Czym jest strategia kategorii
- Kto tworzy strategie kategorii
- Elementy strategii kategorii
- Kto ma wpływ na politykę cenową i promocyjną
- Realizacja założeń polityki cenowej i promocyjnej – sposoby mierzenia, narzędzia i ocena efektywności polityki

Artur Strzesak, Menadżer Zarządzania Grupą Kategorii, GRUPA EUROCASH

14:45 Koncepcja Value-Based Pricing

- Jak zmienić postrzeganie klienta?
- W jaki sposób mierzyć wydajność Value-Based Pricing i jak pozyskiwać informację o tym, że działa?

15:25 PRZERWA NA KAWĘ

VII SPOTKANIE PRAKTYKÓW

PRICING MANAGEMENT

•elastyczność •sztuczna inteligencja •narzędzia

10–11 października 2019 | Golden Floor (Chłodna 51), Warszawa

15:45 Analiza cenowa otoczenia konkurencyjnego – cel, metody, narzędzia

- Po co monitorujemy konkurencję
- Jak wybrać metodologię
- Na jakie wskaźniki patrzeć
- Narzędzia, raporty - przykłady

Łucja Sławianowska-Prywata, Pricing & Business Intelligence Supervisor Africa, ORIFLAME POLAND

16:25 ZAKOŃCZENIE PIERWSZEGO DNIA SPOTKANIA

DZIEŃ DRUGI – 11 PAŹDZIERNIKA (PIĄTEK)

09:30 REJESTRACJA

10:00 Rozwiązania informatyczne wspierające procesy cenowe

Łukasz Porębski, Pricing Director, GK NEONET

10:40 Psychologia zachowań konsumenckich

- W jaki sposób badać świadomość cenową konsumenta?
- Wrażliwość cenowa klientów – mechanizmy wpływające na akceptację ceny/promocji
- Czy klient może być lojalny? – jak wykorzystać dane do pomiaru dokładniejszych wyników
- Percepcja ceny. Czy rzeczywiście ceny wpływają na nasze myślenie o tym czy coś jest tanie/drogie?

11:20 PRZERWA NA KAWĘ

11:40 10 powodów dla których warto korzystać z Power Query w Controllingu

Sebastian Król, Kontroler Finansowy, NUTRICIA ADVANCED MEDICAL NUTRITION

12:20 LUNCH

13:20 Jak unikać kanibalizacji sprzedaży - promocje, nowe produkty

14:00 Algorytmy a manipulacje cenowe. Czy algorytm może być uznany za zmowę cenową?

- Pojęcie zmowy cenowej oraz przypadki jej zaistnienia
- W jakich przypadkach algorytm cenowy będzie mógł być uznany za zmowę cenową ?
- Odpowiedzialność przedsiębiorcy w przypadku naruszenia prawa konkurencji
- Kierunki obecnej praktyki organów antymonopolowych i orzecznictwa sądów

Mec. Piotr Bzówka, Adwokat, KANCELARIA KONDRAT I PARTNERZY

14:40 ZAKOŃCZENIE DRUGIEGO DNIA SPOTKANIA, WRĘCZENIE CERTYFIKATÓW

VII SPOTKANIE PRAKTYKÓW

PRICING MANAGEMENT

•elastyczność •sztuczna inteligencja •narzędzia

10–11 października 2019 | Golden Floor (Chłodna 51), Warszawa

PRELEGENCI

MEC. PIOTR BZÓWKA
ADWOKAT
KANCELARIA KONDRAT I PARTNERZY

Specjalizuje się w prawie cywilnym oraz postępowaniach sądowych z zakresu prawa cywilnego, postępowaniach administracyjnych i prowadzeniu spraw z prawa karnego. Zajmuje się sprawami dotyczącymi prawa własności przemysłowej, w szczególności w obszarze znaków towarowych oraz postępowaniami sądowymi i zwalczaniem nieuczciwej konkurencji. Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Ukończył również Szkołę Praw Własności Intelektualnej im. H. Grocjusza w Krakowie oraz Centrum Prawa Amerykańskiego na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim im. Jana Pawła II organizowanym we współpracy z Chicago-Kent Law School.

SEBASTIAN KRÓL
KONTROLER FINANSOWY
NUTRICIA ADVANCED MEDICAL NUTRITION

Zdobywał doświadczenie w branży FMCG i Consumer Electronics zarówno w Polsce jak i zagranicą. Obecnie związany z branżą żywienia medycznego, jako Kontroler Finansowy. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej (kierunek Finanse) i studiów MBA w Central European University, studiował również w Korei Południowe (Kyungpook National University) j i Rosji (Saint Petersburg State University of Economics & Finance). W wolnych chwilach zwiedza Polskę i Europę na rowerze (przyjmując za roczny cel min. 2000km) i inwestuje w startupy.

PIOTR MACIEJEWSKI
DYREKTOR PRZEDSTAWICIELSTWA
PRICE F(X)

Posiada ponad 20-letnie doświadczenie zarzadzaniu marketingiem i sprzedażą w międzynarodowych korporacjach. Zarządzał działami marketingu i sprzedaży w firmach z sektora automotive na wielu rynkach. Był dyrektorem sprzedaży i marketingu w firmie AkzoNobel Car Refinishes na Europę Centralną, zarządzał marketingiem w firmie Bosch, był odpowiedzialny za dział Sprzedaży i Marketingu w firmie Iveco Poland. W koncernie General Motors na stanowisku Kupca, był m.in. odpowiedzialny za kontrakty do inwestycji spółki w Gliwicach. Doświadczenie finansowe zdobywał jeszcze podczas studiów na SGH, kiedy został licencjonowanym maklerem papierów wartościowych i przez pierwsze trzy lata swojej kariery zawodowej pracował w Centralnym Domu Maklerskim PEKAO SA jako makler specjalista. Wśród jego osiągnięć są te ściśle związane ze skutecznym zarządzaniem ceną i utrzymywaniem strategii wysokich cen. Jego specjalizacją jest B2B. Po doświadczeniach korporacyjnych dziś

TOMASZ MICHALSKI
DYREKTOR DS. KOMERCYJNYCH
CZŁONEK ZARZĄDU
FRISCO.PL

Odpowiedzialny za zarządzanie marką sklepu, jego działaniem oraz asortymentem i współpracą z dostawcami. Posiada ponad 11-letnie doświadczenie zawodowe w kierowaniu wiodącymi markami w różnych kategorii FMCG. Przygodę z marketingiem rozpoczął w 2007 roku dołączając do zespołu Mars Polska zarządzającego drugą najsilniejszą marką na rynku produktów dla zwierząt, pięć lat później był odpowiedzialny za brand'y AirWick i Nurofen. Kierował całym portfolio whisky i likierów w firmie Diageo, obejmującym blisko 20 największych globalnych marek alkoholi luksusowych, jak Sheridan's, Johnnie Walker czy Baileys. Przed pracą w e-grocery pełnił funkcję Kierownika marketingu i mediów w firmie Żywiec Zdrój S.A. Pasjonuje się światem marki i digitalu. Absolwent SGH w Warszawie.

TRIO CONFERENCES

VII SPOTKANIE PRAKTYKÓW

PRICING MANAGEMENT

•elastyczność •sztuczna inteligencja •narzędzia

10–11 października 2019 | Golden Floor (Chłodna 51), Warszawa

PRELEGENCI

ŁUKASZ PORĘBSKI
PRICING DIRECTOR
GK NEONET

Od 3 lat Pricing Director w GK NEONET odpowiedzialny za kształtowanie polityki cenowej, w tym zarządzanie przychodami, politykę ustalania cen sprzedaży oraz analizę wyników i wsparcie kadry zarządzającej w podejmowaniu strategicznych decyzji biznesowych. Kieruje 6 osobowym zespołem i jest odpowiedzialny za analizę konkurencji oraz wdrażanie projektów i narzędzi IT ułatwiających efektywne zarządzanie cenami. Wcześniej przez rok pełnił funkcję Managera Controllingu ECommerce w GK NEONET, gdzie poznał specyfikę handlu online i narzędzia wykorzystywane do analizy sprzedaży. Przed pracą w handlu zdobywał doświadczenie w firmie usługowo-szkoleniowej pełniąc funkcję Członka Zarządu, Dyrektora Finansowego i Controllingu, wprowadzając do firmy system controllingu i szczegółową rachunkowość zarządczą. Jeszcze wcześniej Dyrektor Działu Analiz Giełdowych z uprawnieniami maklera papierów wartościowych i prelegent na konferencjach inwestorskich. Łącznie ponad 10 lat doświadczenia w analizie danych, zarządzaniu finansami przedsiębiorstw, controllingu i pricingu.

ŁUCJA SŁAWIANOWSKA-PRYWATA
PRICING & BUSINESS INTELLIGENCE SUPERVISOR AFRICA
ORIFLAME POLAND

Doświadczenie z pracą w biznesie rozpoczęła od branży badawczej w ACNielsen Polska, gdzie była odpowiedzialna za analizy statystyczne. Posiada wieloletnie doświadczenie w analityce i zarządzaniu cenami. Od ośmiu lat związana z firmą Oriflame, w której stworzyła i wdrożyła proces strategii cenowej, zarządzania cenami oraz analiz cenowych dla regionu obejmującego ponad 20 rynków (EMEA). Obecnie odpowiedzialna za obszary pricingu, business intelligence i consumer insight w regionie rynków afrykańskich. Absolwentka Wydziału Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego, doktor fizyki teoretycznej.

ARTUR STRZESAK
MENADŻER ZARZĄDZANIA GRUPĄ KATEGORII
GRUPA EUROCASH

Od ponad 11 lat związany z zakupami, category managementem i usprawnianiem procesów biznesowych. Swoją karierę zawodową rozpoczynał w dziale zakupów jednego z największych producentów wyrobów tytoniowych na świecie, gdzie odpowiadał za optymalizację i konsolidację procesów zakupowych w pionie produkcyjnym. Podczas współpracy z Imperial Tobacco Polska uprościł i uszczelnił procesy zakupowe, wprowadził systemy raportowania i kontroli zakupowej, zunifikował i skonsolidował działy zakupów w przejętych w Polsce zakładach grupy, odpowiadał za wdrożenie platform aukcyjnych, VMI oraz E-procurement. Następnie związany z Lidl Polska, gdzie odpowiadał za kategorie świeże. Wykreował i wprowadził na półkę kilkadziesiąt całkowicie nowych produktów marki własnej, prowadził negocjacje handlowe w skali europejskiej, tworzył strategie rozwoju kategorii. Od 2013 roku zarządzał kategoriami świeżymi w Eurocash Cash&Carry, gdzie odpowiadał za tworzenie i realizację strategii kategorii o obrocie 1 mld pln netto rocznie, prowadził projekty wdrożeniowe w zakresie convenience, owoce i warzywa. Aktualnie odpowiedzialny za kategorie chemia i pet food, obszar layout oraz projekty specjalne w zakresie automatyzacji procesów sprzedaży, optymalizacji procesów zakupowych, procesów zarządzania kategorią, a także projekty w obszarze komunikacji z klientem i nowych technologii wspierających procesy sprzedaży. Równocześnie, od początku kariery zawodowej, wspiera przedsiębiorstwa w zakresie analizy biznesowej, tworzenia kierunków rozwoju oraz optymalizacji i poprawy efektywności procesów biznesowych w ramach własnej organizacji www.strategicsolutions.pl.

JACEK WALLUSCH
SENIOR DATA SCIENTIST
SCHNEIDER ELECTRIC

Ponad 20 lat doświadczenia w modelowaniu dynamiki inflacji i cen. Autor licznych publikacji naukowych z zakresu m.in. makroekonomii i ekonometrii. W Schneider Electric odpowiedzialny za wsparcie analityczne procesów transformacji pricingowej w 5 krajach i 4 strefach geograficznych.

VII SPOTKANIE PRAKTYKÓW

PRICING MANAGEMENT

•elastyczność •sztuczna inteligencja •narzędzia

10–11 października 2019 | Golden Floor (Chłodna 51), Warszawa

KOSZT UDZIAŁU:

- ☐ **1995 PLN do 12.07.2019 – PRZEDSPRZEDAŻ**
- ☐ **2195 PLN do 9.08.2019**
- ☐ **2595 PLN do 6.09.2019**
- ☐ **2795 PLN do 27.09.2019**
- ☐ **2995 PLN od 28.09.2019**

1.
Imię i nazwisko .....
Stanowisko .....
Departament .....
2.
Imię i nazwisko .....
Stanowisko .....
Departament .....
3.
Firma .....
Ulica .....
Kod pocztowy i miasto .....
Telefon lub fax.....
E-mail.....
4.
Dane nabywcy (do faktury VAT).....
Nazwa Firmy .....
Adres.....
NIP.....
Osoba kontaktowa tel:.....
5.
Kogo jeszcze możemy poinformować o tym wydarzeniu?
Imię i nazwisko .....
Departament.....
Telefon lub fax.....
E- mail.....

ZAREJESTRUJ SIĘ NA:
WWW.TRIOCONFERENCES.PL
I WYŚLIJ ZGŁOSZENIE JESZCZE DZIŚ!

Regulamin udziału w wydarzeniu

1. Koszt udziału 1 os. wynosi: 1995, 2195, 2595, 2795, 2995 PLN netto (należy powiększyć o należny podatek VAT 23%). Cena uczestnictwa obejmuje prelekcje, materiały, lunch oraz przerwy kawowe.

2. Wypełnienie formularza on-line, przesłanie wypełnionego i podpisanego zgłoszenia pocztą tradycyjną lub elektroniczną, stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy osobą zgłaszającą a Trio Conferences Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K. Elektroniczna wersja faktury pro forma jest wystawiana standardowo i wysyłana automatycznie na adres mailowy zgłaszającego po wypełnieniu formularza zgłoszeniowego.

3. Osoba podpisująca formularz zgłoszeniowy w imieniu zgłaszającego oświadcza, iż posiada stosowne uprawnienia do działania w imieniu i na rzecz zgłaszającego.

4. Wpłaty za udział prosimy wnosić w ciągu 14 dni od daty rejestracji uczestnictwa, nie później niż w dniu wydarzenia. Wpłaty należy dokonać na konto: Trio Conferences Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K. ul. Lipowa 4A, 20-027 Lublin. ING Bank Śląski S.A. 63 1050 1025 1000 0023 6361 0177. W tytule zgłoszenia prosimy zamieścić tytuł wydarzenia.

5. W przypadku rezygnacji z udziału w terminie nie późniejszym niż 21 dni przed datą rozpoczęcia wydarzenia obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 400 zł + 23% VAT. W przypadku rezygnacji po tym terminie, zgłaszający zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa wynikających z zawartej umowy.

6. Informacje o rezygnacji z udziału w wydarzeniu należy dokonać w formie pisemnej i przesłać listem poleconym na adres: Trio Conferenes Sp. z ograniczoną odpowiedzialnością S.K., ul. Jana III Sobieskiego 110/1AU, 00-764 Warszawa. W przypadku nieodwołania zgłoszenia uczestnictwa oraz niewzięcia udziału w wydarzeniu, zgłaszający zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa wynikających z umowy.

8. Brak wpłaty za udział nie jest jednoznaczny z rezygnacją.

9. W miejsce zgłoszonej osoby, może wziąć udział inny pracownik firmy, po uprzednim poinformowaniu organizatora o zmianie.

10. Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian dot. programu, prelegentów, miejsca, w którym odbywa się wydarzenie oraz do odwołania samego wydarzenia.

Pełny tekst regulaminu jest dostępny na stronie internetowej wydarzenia. Wysyłając formularz zgłoszeniowy jednocześnie oświadczają Państwo, że akceptują jego postanowienia.

Informujemy, że ma Pan/i prawo w dowolnym momencie wycofać udzielone poniżej zgody. Informacja o wycofaniu zgody może zostać wysłana na adres e-mail: kontakt@trioconferences.pl. Wycofanie zgody nie wpływa na zgodność z prawem przetwarzania danych osobowych w okresie od dnia wyrażenia zgody na przetwarzanie danych osobowych do dnia wycofania tej zgody.

O **TAK** O **NIE** Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych, tj. imię, nazwisko, adres e-mail oraz numer telefonu przez Trio Conferences Sp. z ograniczoną odpowiedzialnością. S.K, ul. Lipowa 4A, 20-027 Lublin, w celu marketingu bezpośredniego polegającego na kierowanie na wskazany adres e-mail i numer telefonu ofert handlowych, newslettera, ankiet satysfakcji i zaproszeń na organizowane szkolenia.

O **TAK** O **NIE** Wyrażam zgodę na udostępnienie moich danych osobowych spółkom z grupy Trio Advisory oraz partnerom biznesowym Trio Conferences Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. S.K

Informujemy, że administratorem danych osobowych jest spółka Trio Conferences Sp. z ograniczoną odpowiedzialnością S.K z siedzibą w Lublinie (20-027), przy ul. Lipowej 4A. Dane osobowe zbierane są w celu możliwości realizacji kontaktu, obsługi klienta, umowy, działań marketingu bezpośredniego (e-mailing, newslettery) oraz przedstawiania ofert handlowych. Zgodnie z art. 32 ust. 1 ustawy o ochronie danych osobowych ma Pan/i prawo do wglądu do swoich danych oraz poprawiania ich treści a także odwołania zgody na ich przetwarzanie. Podanie danych jest dobrowolne.

Trio Conferences Sp. z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.
ul. Lipowa 4A, 20-027 Lublin.
Tel. 22 45 25 100
e-mail: kontakt@trioconferences.pl, www.trioconferences.pl

Pieczątka i podpis