

# PLANOWANIE SPRZEDAŻY

## – REALIZACJA CELÓW SPRZEDAŻOWYCH

27-28 marca 2017 r.  
Centrum Konferencyjne Golden Floor  
- budynek Millenium Plaza, Warszawa

Szkolenie jest warsztatem, na którym uczestnicy będą pracowali nad planowaniem swojej sprzedaży na 2017 rok.

Na szkoleniu będziemy pracowali na oprogramowaniu do planowania sprzedaży – Farcast. Dlatego też uczestnicy szkolenia proszeni są o przygotowanie w arkuszu xls zrealizowanej sprzedaży w zeszłym roku z podziałem na produkty i miesiące, podanie wartości wyznaczonego celu sprzedaży na 2017 rok oraz zabranie ze sobą laptopa.

Jedyny warsztat szkoleniowy w Polsce, na którym uczestnicy poznają sprawdzone metody realizacji celów sprzedaży oraz zaplanują swoją sprzedaż na 2017 rok. Prezentowana metoda realizacji celów sprzedaży została wdrożona i działa z sukcesem w kilkudziesięciu firmach o zasięgu lokalnym oraz globalnym.

PATRON MEDIALNY

WSPÓŁPRACA

ORGANIZATOR



CAPITAL 24 TV



# PLANOWANIE SPRZEDAŻY

## – REALIZACJA CELÓW SPRZEDAŻOWYCH

27-28 marca 2017 r.  
Centrum Konferencyjne Golden Floor  
– budynek Millenium Plaza, Warszawa

### PROGRAM - DZIEŃ I

#### 8:30 Rejestracja i poranna kawa

#### 9:00 Wprowadzenie

##### Komu sprzedajemy i co jest ważne w sprzedaży?

- \* Zasada pantofelka
- \* Studia przypadków idealnej sprzedaży
- \* Podejście Systemowe trade – sprzedaż, Zarządzanie sell-in i sell-out
- \* Określenie prowadzonych działań sprzedażowych i trade marketingowych
- \* Cele, skutki i podział podejmowanych działań. Model sprzedaży „Sex the Sales”

##### Cele metodyczne

- \* Rozgrzewka z interesującymi studiami przypadków
- \* Określenie mapy narzędzi sell-in i sell-out

##### Ćwiczenia

- \* Opracowanie mapy działań
- \* Określenie narzędzi sprzedaży i trade marketingu

#### 10:30 Przerwa kawowa

#### 10:45 Badanie potencjału rynku, planowanie i prognozowanie

##### Segmentacja rynku

- \* Zasada Jurana
- \* Diagram Pareto-Lorenza
- \* Segmentacja rynku i określenie jego wielkości
- \* Wyróżnienie segmentu rynku i niszy rynkowej
- \* Korzyści segmentacji
- \* Kryteria segmentacji rynku
- \* Cechy segmentu rynkowego
- \* Przesłanki wyboru segmentu
- \* Działania oparte na segmentacji rynku
- \* Wykorzystanie segmentacji rynku do działań sprzedażowych

##### Cele metodyczne

- \* Segmentacja klientów, dobór właściwych narzędzi sprzedażowych i marketingowych skutkujących efektywną sprzedażą produktu.

##### Ćwiczenie

- \* Dokonanie segmentacji produktów i klientów w wybranej firmie

#### 12:15 Lunch

#### 13:00 Wrażliwość Klienta

##### Customer-Centric

- \* Określenie klienta i jego potrzeb
- \* Ustalenie rangi ważności atrybutów percepcji produktu przez klienta: model kompasów

- \* Struktura organizacyjna klienta – analiza decision takers and makers
- \* Koncepcja „Last in the Chain” – kto podejmuje decyzje, dobór właściwych narzędzi komunikacji i wsparcia sprzedaży w strukturze klienta
- \* Podział klientów wg cyklu życia produktów – proces akceptacji produktu przez konsumentów

##### Cele metodyczne

- \* Poznanie potrzeb dystrybutora i narzędzi spełnienia jego oczekiwań podczas sprzedaży aktualnych produktów i wprowadzenia nowych
- \* Ustalenie argumentów zakupu produktów przez decydentów w kanale sprzedaży
- \* Diagnoza interesariuszy w procesie sprzedaży metodą Last in the Chain
- \* Dobór skutecznych narzędzi sprzedaży dla każdego interesariusza

##### Ćwiczenia

- \* Analiza „Last in the chain”
- \* Analiza wektorów klienta
- \* Komunikacja na poziomach klasyfikacji 4C

#### 14:30 Warunki prognozowania sprzedaży

- \* Zakres prognozowania
- \* Czynniki wyboru metody prognozowania
- \* Koszty, dokładność, dostępność danych, zasięg czasowy, natura produktu i usługi
- \* Powody nieefektywnego prognozowania
- \* Prognozowanie w MSP i w start-up
- \* Źródła danych do prognozowania i wsparcie
- \* Wybrane specyficzne dane do prognoz (Consumer Confidence Index, Consumer Price Index (CPI), Gross Domestic Product (GDP), Index of Leading Economic Indicators, Personal Income and Consumption, Producer Price Index (PPI), Purchasing Manager's Index, Retail Sales)

##### Cele metodyczne

- \* Poznanie podstawowych zasad prognozowania sprzedaży

#### 16:00 Zakończenie pierwszego dnia szkolenia

# PLANOWANIE SPRZEDAŻY

## - REALIZACJA CELÓW SPRZEDAŻOWYCH

27-28 marca 2017 r.  
Centrum Konferencyjne Golden Floor  
- budynek Millenium Plaza, Warszawa

### PROGRAM - DZIEŃ II

#### 9:00 Statystyczne metody prognozowania

- \* Analiza i obliczenia sezonowości: wykorzystanie sezonowości w promocji sprzedaży – studia przypadków
- \* Analiza i obliczenia trendu: wygładzanie wykładnicze z trendem, przykład obliczeń, prognoza sprzedaży, korekta z uwzględnieniem sezonowości
- \* Serie czasowe i sezonowa analiza regresji
- \* Modele serii czasowych i klasyczna dekompozycja: omówienie klasycznej dekompozycji, etapy i procedura dekompozycji

##### Cele metodyczne

- \* Wprowadzenie do analizy sezonowości i trendu rynku

##### Ćwiczenie

- \* Obliczenia sezonowości sprzedaży produktów w wybranej firmie

#### 10:30 Przerwa kawowa

#### 10:45 Prognozowanie i techniki oceny potencjału rynku

##### Czym jest prognozowanie?

- \* Metody prognozowania: Judgmental methods (Metody Delphi)
- \* Metody policzalne
- \* Serie czasowe: % współczynnik zmiany, jednostkowy współczynnik zmiany, średnia krocząca, wyrównanie wykładnicze, Box-Jenkins, Holt-Winters
- \* Popularne metody: Analiza regresji, multiple regression analysis, leading indicators, metody ekonometryczne
- \* Najnowsze metody: teoria chaosu, systemy eksperckie, algorytmy genetyczne, sieci neuronowe

##### Cele metodyczne

- \* Poznanie mistrzowskich metod prognozowania – wiedza dla ekspertów sprzedaży

##### Ćwiczenie

- \* Praca z użyciem programu Farcast – planowanie sprzedaży własnej przez każdego uczestnika w – podział na grupy produktów, produkty, miesiące, wartość i ilość sprzedaży dla każdego produktu

#### 12:15 Lunch

#### 13:00 Efektywna współpraca z kanałem dystrybucji

##### Zarządzanie dystrybutorami

- \* Piramida klientów J. Curry
- \* Zasada 250 i diabelskie koło J. Girarda
- \* Zarządzanie sytuacyjne Hersey'a-Blancharda
- \* Zasada równowagi Nasha (Nash equilibrium)
- \* Dylemat więźnia
- \* Zasada równowagi rynkowej

##### Zarządzanie sprzedażą produktu

- \* Praca z klientem nad ustalaniem celów sprzedaży i ewaluacja realizacji

##### Zasady planowania sprzedaży z klientem

- \* Prowadzenie ustaleń podczas rozmów planistycznych i ewaluacyjnych
- \* Praca na arkuszach celów – MBO
- \* Ewaluacja sprzedaży
- \* Zasada równowagi rynkowej
- \* Sposoby osiągania 98% dokładności planowania z klientem
- \* Zasady umów / kontraktacji

##### Cele metodyczne

- \* Wprowadzenie do najlepszych i najbardziej efektywnych metod zarządzania klientami w kanale dystrybucji
- \* Poznanie metod planowania sprzedaży z klientami, by osiągnąć realizację celów sprzedaży
- \* Najlepsza metoda planowania sprzedaży i obarczona najmniejszym błędem oraz nastawiona na kreowanie dwustronnej relacji z klientem

##### Ćwiczenia

- \* Prowadzenie rozmów planistycznych i ewaluacyjnych z klientami
- \* Opracowanie arkusza MBO dla swojego klienta

#### 14:30 Controlling sprzedaży

- \* Rozliczanie sprzedaży
- \* Kalkulacja salesROI
- \* Monitorowanie i kontrola prognoz operacyjnych
- \* Powody występowania niekontrolowanych prognoz
- \* Monitorowanie i kontrola modelu prognozowania
- \* Tracking Signal (TS)
- \* Tracking Signal wyliczenie
- \* Uwagi do TS; statystyczne wykresy kontrolne
- \* Błędy prognozowania

##### Cele metodyczne

- \* Poznanie, gdzie w procesie planowania mogą powstawać błędy, jak je kontrolować i reagować na bieżąco

#### 15:30 Trening ekspercki

- \* Ćwiczenie, które spowoduje w Tobie zmianę – w najbliższej perspektywie czasowej będziesz ekspertem sprzedaży, będziesz czuć/czuła moc, którą masz w sobie. Nikt nie będzie kwestionował Twoich kompetencji.

##### Cele metodyczne:

- \* Stworzenie obszarów siły eksperckiej w uczestnikach szkolenia – Power2Salesman.

#### 16:30 Zakończenie szkolenia i wręczenie certyfikatów

# PLANOWANIE SPRZEDAŻY

## – REALIZACJA CELÓW SPRZEDAŻOWYCH

27-28 marca 2017 r.  
Centrum Konferencyjne Golden Floor  
- budynek Millenium Plaza, Warszawa

### O SZKOLENIU

Planowanie sprzedaży jest zajęciem, którego nie lubią dyrektorzy, managerowie sprzedaży, product managerowie, a tym bardziej handlowcy. Stałe pytanie, które słyszy handlowiec od swojego szefa, a dyrektor od prezesa „Ile jeszcze sprzedasz w tym miesiącu, a ile w przyszłym roku?”. Ile czasu zajmuje przygotowanie planów sprzedaży? Czy można to usprawnić i jak to zrobić? Odpowiedzią jest właśnie szkolenie, na które Państwa zapraszamy.

Szkolenie ma na celu zaprezentowanie sposobów i metod profesjonalnego planowania oraz prognozowania sprzedaży. Właściwe planowanie sprzedaży pozwala na wywołanie trwałej zmiany zachowań, przyzwyczajień i sposobów pracy handlowców oraz kanału sprzedaży. Następuje przejście od sprzedaży przypadkowej i na koniec miesiąca do planowego zarządzania sprzedażą. Zaprezentowane metody planowania sprzedaży wpływają na zwiększenie rotacji produktów (sell-in i sell-out), obrotów, realizowanej marży i co równie ważne – pracy bez nadmiernego stresu. Dekompozycja sprzedaży firmy na regiony, działy, produkty i klientów jest jedną z prezentowanych metod.

Szkolenie jest prowadzone przez praktyka sprzedaży i marketingu. Prognozowanie sprzedaży ujętymi w szkoleniu metodami pozwala, jak wskazują 21 letnie doświadczenia prowadzącego szkolenie, na osiągnięcie dokładności prognoz na poziomie 98% zarówno w B2B i B2C. Podczas szkolenia uczestnicy opracują plany sprzedaży programem Farcast.

### NA SZKOLENIU

- Zaplanujesz swoją roczną sprzedaż z podziałem na miesiące, wartości i ilości sprzedaży wszystkich produktów w Twoim portfolio
- Dokonasz segmentacji klientów i produktów
- Opracujesz cele sprzedaży (MBO) dla swoich klientów, które zamienisz w plany
- Zaplanujesz liczbę sztuk i wartość sprzedaży, które zrealizujesz ze swoimi klientami
- Poznasz modele, które pozwolą Tobie na zwiększenie sprzedaży

### CO ZYSKASZ PRYWATNIE?

- Zwiększysz spokój i pewność, że zrealizujesz cele sprzedaży.
- Więcej czasu dla siebie i swoich bliskich.
- Wzrosną Twoje zarobki
- Zwiększysz pewność zatrudnienia

### CO ZYSKASZ ZAWODOWO?

- Zwiększysz swoją sprzedaż od 10 do 20%
- Zaczyniesz osiągać nawet do 96-98% dokładności planowania sprzedaży
- Zaoszczędzisz do 20% swojego czasu pracy, co daje ok. 10 godz. tygodniowo
- Zwiększysz sprzedaż produktów, z którymi dotąd był problem
- Zaczyniesz przynosić firmie większy zysk
- Będziesz precyzyjnie rozliczać sprzedaż
- Poznasz kluczowe podstawy związane z planowaniem i zarządzaniem sprzedażą
- Będziesz znał/a metod efektywnego badania potencjału rynku, segmentacji rynku i jej analizy, tworzenia nisz i szans rynkowych
- Poznasz zasady planowania, rozliczania sprzedaży i penetracji rachunku w podziale na grupy asortymentowe, produkty, nakłady marketingowe, formy i częstotliwość sprzedaży, rotację, realizację złożonych zakupów
- Nauczysz się sposobów zarządzania klientami w sieci dystrybucyjnej za pomocą MBO

# PLANOWANIE SPRZEDAŻY

## – REALIZACJA CELÓW SPRZEDAŻOWYCH

27-28 marca 2017 r.  
Centrum Konferencyjne Golden Floor  
- budynek Millenium Plaza, Warszawa

### UWAGA!

Szkolenie jest warsztatem, na którym uczestnicy będą pracowali nad planowaniem swojej sprzedaży na 2017 rok.

**Na szkoleniu będziemy pracowali na oprogramowaniu do planowania sprzedaży – Farcast. Dlatego też uczestnicy szkolenia proszeni są o przygotowanie w arkuszu xls zrealizowanej sprzedaży w zeszłym roku z podziałem na produkty i miesiące, podanie wartości wyznaczonego celu sprzedaży na 2017 rok oraz zabranie ze sobą laptopa.**

### GRUPA DOCELOWA

Szkolenie jest skierowane do osób planujących sprzedaż na różnych poziomach organizacji:

- Kadra zarządzająca działami sprzedaży: dyrektorzy, KAM, kierownicy regionów
- Handlowcy (podniesienie osobistych kompetencji, planowana i powtarzalna sprzedaż, większa penetracja rachunków bieżących klientów)
- Kadra zarządzająca: CEO, BUM (bezpieczne planowanie sprzedaży, przygotowywanie realistycznych budżetów)
- Product i brand managerowie (planowanie sprzedaży i prowadzenie dla handlowców)

### BĘDZIEMY PRACOWALI NA NASTĘPUJĄCYCH MODELACH, KTÓRE SPOWODUJĄ WZROST TWOJEJ SPRZEDAŻY:



Autorski model Tomasza Dyby, który sprawdził się w kilkudziesięciu firmach w segmencie B2B i B2C, o profilu od fmcg, przez przemysł ciężki, produkty ekskluzywne, aż do farmacji.  
**Najprostszy sposób idealnego opisu procesu sprzedaży i jego najważniejszych zasad.**



Autorski model sprzedaży Tomasza Dyby, który właściwie stosowany powoduje **wzrost sprzedaży od 8% do 30%**, a w jednym przypadku ją podwoił. Każdy z uczestników stworzy indywidualnie opracowany schemat **Last in the Chain** dla swojej firmy.

### Proces dyfuzji innowacji To idealny model sprzedaży przy wprowadzeniu nowego produktu.

Wprowadzenie nowego produktu to spore wyzwanie. Można opisać wiele czynników ważnych dla każdej firmy, ale najważniejszymi są minimalizacja ryzyka zniszczenia pozycjonowania produktu oraz minimalizacja stanów magazynowych. Dobranie właściwej penetracji kanału dystrybucji to bardzo odpowiedzialna decyzja. Na schemacie dyfuzji innowacji będziemy również dobierać odpowiednie dla maksymalizacji sprzedaży i minimalizacji kosztów narzędzia wsparcia trade marketingowego.



**Farcast** to nowoczesna aplikacja internetowa ułatwiająca planowanie i analizowanie sprzedaży. Pozwala w szybki i łatwy sposób tworzyć precyzyjne plany sprzedaży na podstawie sprawdzonych i pewnych metod analitycznych. Jest jedynym takim narzędziem dostępnym na rynku.

# PLANOWANIE SPRZEDAŻY

## - REALIZACJA CELÓW SPRZEDAŻOWYCH

27-28 marca 2017 r.  
Centrum Konferencyjne Golden Floor  
- budynek Millenium Plaza, Warszawa

### TRENER



**Tomasz Dyba**

Trener biznesu i praktyk, czynnie doradzający firmom w ich bieżącej działalności. Posiada 20-letnie doświadczenie w zarządzaniu działaniami marketingowymi i sprzedażą w segmentach B2B oraz B2C od dóbr ekskluzywnych do FMCG. Współpracuje z najlepszymi firmami szkoleniowymi. Tworzy programy szkoleniowe i prowadzi specjalistyczne szkolenia między innymi z marketingu, wprowadzania produktów na rynek, sprzedaży, wskaźników i miar efektywności działań marketingowych i sprzedaży, planowania sprzedaży, MBO klientów - narzędzie wzrostu sprzedaży, trade marketingu, strategii budowania marek lokalnych i globalnych, zarządzania produktem, zarządzania marką, category management, Public Relations czy "Jak zdobyć i zatrzymać klientów w psychoterapii?". Przepracował ok 5000 godzin szkoleniowych. Stworzył markę Farcast - unikalne oprogramowanie on-line do analizy, planowania i predykcji sprzedaży. Od 2001 roku współpracuje i doradza korporacjom, firmom i instytucjom m.in. w zakresie:

- Efektywności i produktywności organizacji
- Optymalizacji sprzedaży i marketingu w ujęciu procesów oraz kosztów
- Tworzenia strategii marketingowej i PR
- Planowania, realizacji i pełnej kontroli nad budżetami marketingowymi i PR
- Strategii sprzedaży, współpraca z istniejącymi klientami i rozwój nowych - B2B, B2C
- Pozycjonowania produktów, wprowadzania nowych produktów na rynek
- Tworzenia programów wsparcia sprzedaży i incentive, trade marketingu - hurtownie, sklepy, supermarkety, wykonawcy, konsumenci, HoReCa
- Zarządzania sprzedażą, rozwojem dystrybucji produktów - P&L, PSI, tworzeniem planów sprzedaży i zakupów, doboru asortymentu produktów, pozycjonowania, wprowadzania nowych produktów i linii (ok 250 nowych produktów, 40 nowych grup)
- Zarządzaniem i tworzeniem kategorii - strategia, organizacja, pełne zarządzanie kategoriami i produktami na poziomie producenta i zróżnicowanego kanału dystrybucji
- Współpracy z dziennikarzami i mediami: ponad 300 napisanych informacji prasowych, ponad 7000 opublikowanych artykułów, informacji radiowych, telewizyjnych i internetowych; organizacja 65 konferencji prasowych, 120 spotkań dla dziennikarzy, 134 spotkań dla profesjonalistów i kanału dystrybucji; monitoring mediów

### ORGANIZATOR



to innowacyjna, wchodząca w skład Grupy MMC Polska marka szkoleniowa na polskim rynku usług doradczo-szkoleniowych.

Nasze wartości:

- ◆ Postępowość, ponieważ wykorzystujemy nowe narzędzia doradcze, które przekazujemy Państwu w trakcie współpracy
- ◆ Pewność i zaufanie, ponieważ otrzymują Państwo gwarancję pozytywnych rezultatów
- ◆ Współpraca, ponieważ zapewniamy kulturę wymiany wiedzy i doświadczenia pomiędzy naszymi doradcami; każdemu Klientowi gwarantujemy współpracę z opiekunem projektu

### FORMY PRACY NA SZKOLENIU

- 20%** Część prezentacyjna
- 40%** Interaktywna praca
- 40%** Ćwiczenia

### ADRES SZKOLENIA

**Centrum Konferencyjne Golden Floor - budynek Millenium Plaza**  
Aleje Jerozolimskie 123A  
02-017 Warszawa



### Kontakt do Producenta



**Malwina Hajdacka**  
tel.: 22 379 29 40  
e-mail: m.hajdacka@mmcpolska.pl

# PLANOWANIE SPRZEDAŻY

## - REALIZACJA CELÓW SPRZEDAŻOWYCH

27-28 marca 2017 r.  
Centrum Konferencyjne Golden Floor  
- budynek Millenium Plaza, Warszawa

ZAREZERWUJ JUŻ DZIŚ! Wypełniony formularz wyślij na faks nr 22 292 30 94, 22 379 29 01 lub na e-mail: zgloszenia@mmcszkolenia.pl  
Formularz jest przeznaczony dla jednej osoby. W przypadku rezerwacji dla większej liczby osób, prosimy o powielenie blankietu.

### WYPEŁNIJ DRUKOWANYMI LITERAMI

Imię	
Nazwisko	
Stanowisko	
Departament	
Firma	
Ulica	
Kod pocztowy	Miasto
Telefon	Fax
E-mail	

**TAK**, chcę wziąć udział w warsztatach „Planowanie sprzedaży – realizacja celów sprzedażowych”, termin: **27-28 marca 2017 r.**  
1395 zł + 23% VAT – do 6 marca 2017 r.  
1695 zł + 23% VAT – po 6 marca 2017 r.

**TAK**, proszę o wystawienie faktury VAT

**TAK**, proszę o umieszczenie danych uczestnika na fakturze

**TAK**, wyrażam zgodę na otrzymywanie faktur elektronicznych. Poniżej adres email właściwy do otrzymywania faktur elektronicznych:

#### DANE DO FAKTURY:

W przypadku konieczności wystawienia faktury VAT proszę podpisać niniejsze oświadczenie:  
Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 12.05.1993 (DzU 39 poz. 176)

Pełna nazwa firmy	
Ulica	
Kod pocztowy	Miasto

oświadcza, że jest płatnikiem podatku od towarów i usług VAT

i posiada numer NIP

#### DANE DO WYSYŁKI FAKTURY (jeżeli są inne niż dane do faktury):

Pełna nazwa firmy	
Oddział / dział firmy / z dopiskiem	
Imię i nazwisko	
Ulica	
Kod pocztowy	Miasto

### Warunki uczestnictwa

- Koszt uczestnictwa jednej osoby w szkoleniu wynosi: 1395 zł + 23% VAT – do 6 marca 2017 r.  
1695 zł + 23% VAT – po 6 marca 2017 r.
- Cena obejmuje prelekcje, materiały dotyczące szkoleń, przerwy kawowe oraz lunch.
- Po otrzymaniu zgłoszenia, prześlemy Państwu potwierdzenie udziału i fakturę pro-forma.
- Prosimy o dokonanie wpłaty w terminie 14 dni od wysłania zgłoszenia, ale nie później niż przed rozpoczęciem szkolenia.
- Wpłaty należy dokonać na konto widniejące na fakturze.
- Rezygnację z udziału należy przysłać listem poleconym na adres organizatora.
- W przypadku rezygnacji do 6 marca 2017 r. obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 400 zł + 23% VAT.
- W przypadku rezygnacji po 6 marca 2017 r. pobierane jest 100% opłaty za udział.
- Nieodwołanie zgłoszenia i niewzięcie udziału w szkoleniu powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału.
- Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału.
- Zamiast zgłoszonej osoby w szkoleniu może wziąć udział inny pracownik firmy pod warunkiem przesłania danych osoby zastępczej drogą mailową lub pocztową w terminie do 7 dni przed rozpoczęciem szkolenia.
- Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie, lokalizacji wydarzenia i prowadzących.

#### SKĄD DOWIEDZIAŁEŚ SIĘ O NASZYM SZKOLENIU?

- kontakt telefoniczny z naszym konsultantem .....
- newsletter .....
- portale internetowe (jakie?) .....
- blogi tematyczne (jakie?) .....
- prasa (jaka?) .....
- inne (jakie?) .....

Upowazniamy firmę MM Conferences S.A. do wystawienia faktury VAT bez podpisu odbiorcy. Oświadczam, że należna kwota zostanie przelana na konto MM Conferences S.A.: Bank Polska Kasa Opieki S.A. 94 1240 1037 1111 0010 2616 6259 w terminie wskazanym na fakturze. Równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy. Upowazniamy firmę MM Conferences S.A. do umieszczenia znaku towarowego (logo) firmy na stronie www.mmcpolska.pl w dziale Nasi Klienci.

<input type="text"/>	<input type="text"/>
<i>data i podpis</i>	<i>pieczętka firmy</i>

Administratorem danych osobowych jest MM Conferences S.A. z siedzibą w Warszawie (00-241), ul. Długa 44/50 (dalej: MMC). Dane będą przetwarzane w celu świadczenia usług szkoleniowych oraz w prawnie uzasadnionym celu administratora danych osobowych. Dane mogą zostać udostępnione podmiotom upoważnionym na podstawie obowiązujących przepisów prawa. Podanie danych osobowych jest dobrowolne ale konieczne celem świadczenia na rzecz Pani/Pana usług przez MMC. Przysługuje Pani/Panu prawo dostępu do treści danych osobowych oraz do ich poprawienia.

#### WYRAŻAM ZGODĘ NA:

- » używanie przez MMC telekomunikacyjnych urządzeń końcowych w celach marketingowych.
- » otrzymywanie od MMC informacji handlowych drogą elektroniczną zgodnie z ustawą z dnia 18.07.2002 r. (Dz.U. nr 144, poz.1204 z późn. zm.) o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Usługi świadczone dla pracowników samorządu, które spełniają 2 warunki:

- Usługi mające charakter kształcenia zawodowego dla uczestnika
- Finansowane co najmniej w 70% ze środków publicznych są zwolnione z VAT (podstawa Art. 43. Ust.1 punkt 29).

W przypadku spełnienia powyższych warunków proszę załączyć oświadczenie potwierdzające spełnienie powyższych warunków.

.....  
*data i podpis*