



Ernst & Young
spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością
Academy of
Business sp. k.

★★★★★ 4,6 / 5
456 ocen

Akademia Pricingu

Numer usługi 2026/06/22/10940/3640611

- 📍 Warszawa
- 🏢 Usługa szkoleniowa
- 📄 mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 23:00 h
- 📅 28.10.2026 do 30.10.2026

4 612,50 PLN brutto
3 750,00 PLN netto
200,54 PLN brutto/h
163,04 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Na szkolenie zapraszamy osoby, które chcą dowiedzieć się:

- Co wziąć pod uwagę, ustalając ceny produktów i usług
- Kształtowanie ceny w B2C i w B2B
- Z czego składa się cena i co wpływa na rentowność biznesu
- Co to jest product mix
- Jakie plusy i minusy niesie ze sobą sprzedaż pakietowa
- Jak budować transparentną politykę cenową
- Co powoduje, że klient chce zapłacić więcej
- Wartość funkcjonalna a wartość dodana produktu
- Jak tworzyć strategie cenowe dla wielu kanałów (multichannel management)
- Zasady i mechanizmy tworzenia cen produktów
- Jak konstruować argumenty sprzedażowe oparte na liczbach
- Rola rabatów i bonusów w warunkach handlowych
- Jaka jest różnica między marżą i narzutem
- Wpływ rabatów na obroty firmy
- Ile nas kosztuje odroczone termin płatności
- Jak tworzyć skuteczne promocje
- Jak wprowadzać podwyżki cen
- Jak bronić cenę i sprzedawać droższe produkty
- Jakie błędy najczęściej popełniają sprzedający.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

26-10-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie "Akademia Pricingu" przygotowuje uczestników do tworzenia strategii i polityk cenowych w organizacji, poprzez zastosowanie zasad tworzenia polityki cenowej oraz wykorzystanie sposobów i mechanizmów, które wykorzystują firmy, tworząc strategie i polityki cenowe ukierunkowane na uzyskanie jak najwyższej rentowności firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik posługuje się wiedzą w zakresie tworzenia strategii i polityki cenowej w organizacji	• identyfikuje sposoby i mechanizmy wykorzystywane do tworzenia strategii i polityk cenowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• definiuje zasady tworzenia polityki cenowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• omawia pojęcie przepływów ceny w łańcuchu dystrybucji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• charakteryzuje jak wpływają na biznes rabaty, bonusy, promocje	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik tworzy strategię i politykę cenową w organizacji	• kształtuje ceny na rynku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• tworzy politykę cenową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• analizuje ryzyka związane ze sprzedażą produktów i usług w wielu kanałach sprzedaży	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• monitoruje ryzyka związane ze sprzedażą produktów i usług w wielu kanałach sprzedaży	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• zarządza czynnikami wpływającymi na poziom ceny	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• bada i porównuje konkurencję na rynku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• charakteryzuje się świadomością konieczności ciągłej aktualizacji wiedzy w zakresie tworzenia strategii i polityk cenowych w organizacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• śledzi nowości i trendy na rynku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
• dopasowuje ofertę do danego Klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	
• wykorzystuje metody ustalania cen	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z

zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

PROGRAM

Jaka jest dobra cena produktu i usługi

- Wpływ cech i walorów produktów i usług na postrzeganie ceny
- Z czego składa się cena
- Pozycjonowanie cenowe
- Psychologia ceny

Cena rynkowa a wpływ konkurencji na naszą ofertę

- Badanie i porównanie konkurencji na rynku
- Segmenty cenowe na danym rynku
- Kategorie, rodziny produktów i usług na rynku
- USP – Unikalna oferta sprzedażowa
- Argumentacja dobrej ceny

Omówienie sposobów ustalania cen

- Wrażliwość cenowa kupującego
- Czynniki wpływające na wrażliwość cenową
- Marżowość na produkcie podstawowym i komplementarnym
- Sprzedaż pakietowa
- Dywersyfikacja marży poprzez product mix
- Polityka cenowa, tworzenie cenników i ofert
- Pułapki w kalkulowaniu ofert

Komunikacja cen regularnych i promocyjnych

- Sposoby komunikacji cen w B2B i B2C
- Argumenty sprzedażowe budujące wyższą cenę
- Obrona ceny – sposoby argumentacji
- Argumentacja korzyści oparta na liczbach
- 5 reguł wpływających na decyzję Klientów
- Znaczenie emocji w komunikowaniu ceny

Polityka cenowa firmy

- Tworzenie i wprowadzanie współpracy opartej na warunkach handlowych
- Ewolucja ceny od 1N do 4N
- Rola rabatów i bonusów w warunkach handlowych
- Obliczanie sumy warunków i średnich rabatów klienta
- Mechanizmy kontraktowania współpracy długoterminowej
- Argumenty biznesowe w negocjacjach
- Ustalanie efektywnych planów sprzedaży

Konkurencja a pozycjonowanie cenowe

- PCK – Produkt → Cechy → Korzyści a wpływ na USP
- Co wpływa na postrzeganie ceny przez klienta
- Wartości dodane produktów i usług

- Wpływ wartości dodanych na postrzeganie cen
- Wpływ marketingu na postrzeganie ceny
- Wpływ świadomości marki na cenę produktu

Rentowność produktu

- Zysk na produkcji
- Marża 1, Marża 2, Marża 3
- Obliczanie marży i narzutu
- Różnice między marżą i narzutem
- MP – czym jest marża na pokrycie
- BEP – Break-even Point – punkt rentowności
- Znaczenie wolumenu w sprzedaży

Proces sprzedaży vs proces zakupu

- Co kupuje Klient, a co my sprzedajemy
- Prowadzenie efektywnej rozmowy handlowej
- Sprzedaż transakcyjna a doradcza i ich wpływ na cenę
- Problemy, wyzwania i potrzeby Klientów
- Kim jest Shopper i na co zwraca uwagę

Dopasowanie oferty do klienta

- Rozpoznanie motywacji Klienta do zakupu poprzez pytania
- Tworzenie bazy pytań
- Znaczenie wybranej kategorii dla Klienta
- Prezentacja produktów digital i w sklepie

Obiekcje i zastrzeżenia związane z ceną

- Skąd pojawiają się obiekcje i zastrzeżenia
- Klienci nastawieni na TAK i na NIE
- Rozwiewanie obiekcji i zastrzeżeń
- Sposoby finalizacji sprzedaży

Promocje cenowe

- Jak obniżyć cenę, zwiększając zysk
- Sposoby tworzenia pakietów
- Słowa wzmacniające promocje
- Gratis, czyli jak sprzedawać, nie obniżając ceny
- Specjalna edycja – produkty w oparciu o psychologiczną barierę ceny
- Limitowana edycja a sprzedaż w wyższej cenie
- Sezonowość i moda a promocje cenowe
- Darmowa dostawa, przedłużona gwarancja – promocje bez obniżki cen.

Informacje dodatkowe:

Szkolenie dedykowane jest dla osób, które chcą dowiedzieć się:

- Co wziąć pod uwagę, ustalając ceny produktów i usług
- Kształtowanie ceny w B2C i w B2B
- Z czego składa się cena i co wpływa na rentowność biznesu
- Co to jest product mix
- Jakie plusy i minusy niesie ze sobą sprzedaż pakietowa
- Jak budować transparentną politykę cenową
- Co powoduje, że klient chce zapłacić więcej
- Wartość funkcjonalna a wartość dodana produktu
- Jak tworzyć strategie cenowe dla wielu kanałów (multichannel management)
- Zasady i mechanizmy tworzenia cen produktów
- Jak konstruować argumenty sprzedażowe oparte na liczbach
- Rola rabatów i bonusów w warunkach handlowych
- Jaka jest różnica między marżą i narzutem
- Wpływ rabatów na obroty firmy
- Ile nas kosztuje odroczonej termin płatności

- Jak tworzyć skuteczne promocje
- Jak wprowadzać podwyżki cen
- Jak bronić cenę i sprzedawać droższe produkty
- Jakie błędy najczęściej popełniają sprzedający.

Czas trwania szkolenia:

Szkolenie trwa **23 godziny zegarowe**, w tym: **10 godzin stanowi część praktyczna, 8 godzin i 45 minut część teoretyczna oraz 30min. walidacja**. Podana ilość godzin szkolenia zawiera czas przerw.

Walidacja:

Po szkoleniu przeprowadzana będzie walidacja w formie testu teoretycznego. Pytania testowe przygotowane zostały przez niezależnego walidatora, zapewniając rozdzielność funkcji uczenia od walidacji. Test przeprowadzany będzie w formie online, poprzez wykorzystanie platformy zewnętrznej. Osoba walidująca nie jest obecna w części szkoleniowej. W harmonogramie szkolenia, został wskazany przybliżony czas przeprowadzenia walidacji usługi rozwojowej.

Informacje techniczne:

W trakcie szkolenia online korzystamy z platformy Zoom. Każdy uczestnik otrzymuje przed szkoleniem link do platformy internetowej (na wskazany adres mailowy), na której znajdować się będzie transmisja online. Uczestnictwo w streamingu nie wymaga żadnych, specjalnych oprogramowań: wystarczy, że komputer jest podłączony do Internetu (należy korzystać z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari). Uczestnicy oglądają i słuchają na żywo tego, co dzieje się w sali szkoleniowej oraz śledzą treści wyświetlane na komputerze prowadzącego. Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online. W przypadku mniejszych szkoleń uczestnicy mogą przez mikrofon komunikować się z trenerem i innymi uczestnikami kursu. Link do szkolenia online generowany jest przed szkoleniem i ważny jest przez cały czas trwania szkolenia (uczestnik może połączyć się w dowolnym momencie).

Podczas szkoleń online wykorzystujemy następujące funkcjonalności:

1) Praca w grupach (breakout rooms)

- trener może podzielić uczestników automatycznie lub manualnie
- trener ustala czas trwania pracy w grupach
- pojawia się krótki komunikat na ekranie uczestnika, który informuje, że gospodarz zaprasza do podpokoju
- prowadzący może wysłać wiadomość do wszystkich pokoi jednocześnie, np. z opisem zadania do wykonania.

2) Narzędzia dostępne podczas sesji w breakout rooms:

- tablica, możliwość pisania mają wszyscy uczestnicy, efekt pracy można zapisać i pokazać w pokoju szkoleniowym, wszystkim uczestnikom szkolenia
- pokazywanie ekranu, każdy uczestnik może udostępnić swój ekran
- czat
- użytkownik pracujący w pokoju, może w dowolnym momencie zaprosić prowadzącego do pokoju grupowego.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 22

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 22 Jaka jest dobra cena produktu i usługi-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	28-10-2026	09:00	11:00	02:00	Tak
2 z 22 -	Przerwa	-	28-10-2026	11:00	11:15	00:15	Tak
3 z 22 Cena rynkowa a wpływ konkurencji na naszą ofertę-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	28-10-2026	11:15	13:00	01:45	Tak
4 z 22 -	Przerwa	-	28-10-2026	13:00	13:45	00:45	Tak
5 z 22 Omówienie sposobów ustalania cen-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	28-10-2026	13:45	15:00	01:15	Tak
6 z 22 -	Przerwa	-	28-10-2026	15:00	15:15	00:15	Tak
7 z 22 Komunikacja cen regularnych i promocyjnych-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	28-10-2026	15:15	16:30	01:15	Tak

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
8 z 22 Polityka cenowa firmy- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	29-10-2026	09:00	11:00	02:00	Tak
9 z 22 -	Przerwa	-	29-10-2026	11:00	11:15	00:15	Tak
10 z 22 Konkurencj a a pozycjonow anie cenowe- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	29-10-2026	11:15	13:00	01:45	Tak
11 z 22 -	Przerwa	-	29-10-2026	13:00	13:45	00:45	Tak
12 z 22 Rentowność produktu- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	29-10-2026	13:45	15:00	01:15	Tak
13 z 22 -	Przerwa	-	29-10-2026	15:00	15:15	00:15	Tak
14 z 22 Proces sprzedaży vs proces zakupu- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	29-10-2026	15:15	16:30	01:15	Tak
15 z 22 Dopasowanie oferty do klienta- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	30-10-2026	09:00	11:00	02:00	Tak

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
16 z 22 -	Przerwa	-	30-10-2026	11:00	11:15	00:15	Tak
17 z 22 Obiekcje i zastrzeżenia związane z ceną-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	30-10-2026	11:15	13:00	01:45	Tak
18 z 22 -	Przerwa	-	30-10-2026	13:00	13:45	00:45	Tak
19 z 22 Promocje cenowe cz.1-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	30-10-2026	13:45	15:00	01:15	Tak
20 z 22 -	Przerwa	-	30-10-2026	15:00	15:15	00:15	Tak
21 z 22 Promocje cenowe cz.2-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Mariusz Walczak	30-10-2026	15:15	16:30	01:15	Tak
22 z 22 -	Walidacja	-	30-10-2026	16:30	17:00	00:30	Tak

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	23:00
w tym suma godzin zajęć	18:45
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	03:45
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	25:30

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania z zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 612,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 750,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	200,54 PLN
Koszt osobogodziny netto	163,04 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	23:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mariusz Walczak

Od 27 lat specjalizuje się w obszarze sprzedaży i zakupów. Proces sprzedaży zna od samego dołu, pracował, jako: sprzedawca detaliczny w sklepie, kierownik w hipermarkecie, przedstawiciel handlowy, Key Account Manager, Sales Manager i Business Development Manager.

Opiekował się kluczowymi klientami, budując długotrwałe relacje, pracował również na lejku sprzedażowym z dużą bazą klientów ciągle rotujących. Wykonywał zimne telefony, research nowych klientów, zimne maile oraz komunikację poprzez media społecznościowe. Zna specyfikę rynków B to C, B to B, zarówno związanych z produktami, jak i usługami.

Bardzo dobrze zna zagadnienia up-sellingu, cross-sellingu, sprzedaży bezpośredniej, nowoczesnej i tradycyjnej. Wdrażał standardy w wielu sieciach detalicznych, w różnych branżach, np.: apteki,

fashion, kantory, kawiarnie, meble, itp. Analityka, zarządzanie zmianami, praca z systemami mobilnymi raportowania i planowania, trening, coaching, constant feedback to obszary, w których płynnie się porusza. W działaniu zwraca uwagę na dopasowanie do klienta, zbudowanie odpowiedniej atmosfery i obsługę, która spowoduje, że będzie do nas wracał. Podczas warsztatów tłumaczy jak ważny jest NPS, parametr, który pokazuje lojalność klientów, nawet, gdy go nie mierzymy.

W sali szkoleniowej stawia na praktyczne walory szkolenia i umiejętności, które można od razu wdrożyć w życie. Pobudza zespół do kreatywności i zachęca do interakcji. Pomaga wypracować systemy i narzędzia dostosowane do potrzeb.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzyma komplet materiałów szkoleniowych w formie skryptu.

Warunki uczestnictwa

Ogólne warunki świadczenia usług poprzez Ernst & Young spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Academy of Business sp. k. dostępne są na stronie: <https://www.academyofbusiness.pl/ogolne-warunki-swiadczenia-uslug-osobom-prawnym/>

Informacje dodatkowe

- Harmonogram godzinowy szkolenia każdorazowo dostosowywany jest do grupy szkoleniowej.
- Godziny realizacji przerw i poszczególnych modułów szkolenia mogą ulec zmianie.

Szkolenie odbywa się w formule hybrydowej, tzn. jednocześnie w formie stacjonarnej oraz formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Uczestnik po dokonaniu zapisu na szkolenie wybiera 1 z form udziału w szkoleniu. Całe szkolenie jest realizowane w jednej wybranej formie.

Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

Do realizacji szkoleń online korzystamy z platformy Zoom. Każdy uczestnik otrzymuje przed szkoleniem link do platformy internetowej (na wskazany adres mailowy), na której znajdować się będzie transmisja online. Uczestnictwo w streamingu nie wymaga żadnych, specjalnych oprogramowań: wystarczy, że komputer jest podłączony do Internetu (należy korzystać z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari). Uczestnicy oglądają i słuchają na żywo tego, co dzieje się w sali szkoleniowej oraz śledzą treści wyświetlane na komputerze prowadzącego. Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online. W przypadku mniejszych szkoleń uczestnicy mogą przez mikrofon komunikować się z trenerem i innymi uczestnikami kursu. Link do szkolenia online generowany jest przed szkoleniem i ważny jest przez cały czas trwania szkolenia (uczestnik może połączyć się w dowolnym momencie).

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji: Dwurdzeniowy procesor Intel Core i5 2,5 GHz i wyższy.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: pobieranie: 10 Mb/s, wysyłanie: 5 Mb/s.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Nie trzeba pobierać oprogramowania. Aby wziąć udział w szkoleniu online potrzebny jest komputer, laptop, telefon lub tablet ze stabilnym internetem i bez blokad firmowych.

Podczas szkoleń online wykorzystujemy następujące funkcjonalności:

- 1) Praca w grupach (breakout rooms)

- trener może podzielić uczestników automatycznie lub manualnie
- trener ustala czas trwania pracy w grupach
- pojawia się krótki komunikat na ekranie uczestnika, który informuje, że gospodarz zaprasza do podpokoju
- prowadzący może wysłać wiadomość do wszystkich pokoi jednocześnie, np. z opisem zadania do wykonania.

2) Narzędzia dostępne podczas sesji w breakout rooms:

- tablica, możliwość pisania mają wszyscy uczestnicy, efekt pracy można zapisać i pokazać w pokoju szkoleniowym, wszystkim uczestnikom szkolenia
- pokazywanie ekranu, każdy uczestnik może udostępnić swój ekran
- czat
- użytkownik pracujący w pokoju, może w dowolnym momencie zaprosić prowadzącego do pokoju grupowego.

Usługa jest nagrywana na potrzeby ewentualnej kontroli.

W związku z tym, prosimy o włączenie kamery na czas udziału w szkoleniu. Dziękujemy.

Adres

al. Armii Ludowej 26
00-609 Warszawa
woj. mazowieckie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- W budynku znajduje się: parking dla rowerów, poczta, restauracja, firma kurierska, kiosk.

Kontakt



Zuzanna Stępień

E-mail zuzanna.stepien@pl.ey.com

Telefon (+48) 510 201 314