

REGULAMIN

ŚWIADCZENIA USŁUG, SPRZEDAŻY KURSÓW ONLINE ORAZ TREŚCI CYFROWYCH

Sedmo Tatiana Krawczyńska-Zaucha

ul. Widokowa 40, 32-064 Niegoszowice

NIP: 8732712661

e-mail: tjzaucha@gmail.com

Wersja obowiązująca od: 1.08.2026

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

§1. Zakres Regulaminu

1. Niniejszy Regulamin określa zasady świadczenia przez Tatianę Krawczyńską-Zauchę, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Sedmo Tatiana Krawczyńska-Zaucha, zwaną dalej „Usługodawcą”, usług oraz sprzedaży produktów cyfrowych, w szczególności:
 1. usług coachingowych,
 2. usług mentoringowych, w tym Mentor Coachingu,
 3. grupowego Mentor Coachingu,
 4. kursów i programów online,
 5. kursów i programów oznaczonych jako CCE lub realizowanych zgodnie z wymaganiami ICF,
 6. warsztatów, szkoleń i innych programów edukacyjnych,
 7. pakietów nagrań audio lub audiowizualnych, w tym pakietów sesji Yoga Nidra,
 8. usług świadczonych na rzecz przedsiębiorców i innych podmiotów, w tym B2B.
2. Regulamin określa w szczególności zasady zawierania i wykonywania umów, dokonywania płatności, organizacji świadczenia usług, korzystania z treści cyfrowych, zasad odpowiedzialności stron, praw autorskich, odstąpienia od umowy oraz składania i rozpatrywania reklamacji.
3. Szczegółowe informacje dotyczące konkretnej Usługi lub Produktu, w szczególności jego zakres, cena, czas trwania, sposób realizacji, liczba sesji, termin dostępu do treści, wymagania dotyczące ukończenia programu oraz ewentualne świadczenia dodatkowe, mogą być określone w ofercie, na stronie internetowej, landing page, formularzu zamówienia lub w indywidualnych ustaleniach z Klientem.
4. W przypadku rozbieżności pomiędzy Regulaminem a indywidualną umową zawartą z Klientem, pierwszeństwo ma indywidualna umowa w zakresie, w jakim jest zgodna z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa.

§2. Definicje

1. **Usługodawca** – Sedmo Tatiana Krawczyńska-Zaucha.
2. **Klient** – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna dokonująca zakupu lub korzystająca z Usługi lub Produktu.
3. **Konsument** – osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej z Usługodawcą niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.
4. Do Klienta będącego osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą stosuje się przepisy dotyczące konsumenta w zakresie, w jakim przepisy prawa przyznają takiej osobie określone uprawnienia konsumenckie.
5. **Usługa** – świadczenie wykonywane przez Usługodawcę na rzecz Klienta, w szczególności coaching, mentoring, Mentor Coaching, warsztat lub szkolenie.
6. **Produkt cyfrowy** – treść cyfrowa lub usługa cyfrowa dostarczana Klientowi w formie elektronicznej, w szczególności kurs online, nagranie, pakiet nagrań, materiały szkoleniowe lub dostęp do platformy internetowej.
7. **Kurs CCE** – program edukacyjny oznaczony przez Usługodawcę jako CCE, którego zakres i warunki realizacji odpowiadają zakresowi oraz warunkom właściwego zatwierdzenia lub uznania przez International Coaching Federation („ICF”), o ile takie zatwierdzenie lub uznanie dotyczy danego programu.
8. **Mentor Coaching** – usługa prowadzona w ramach roli mentora coacha, której zakres może obejmować m.in. rozwój kompetencji coachingowych, analizę praktyki coachingowej, pracę nad nagraniami sesji oraz przygotowanie do procesu akredytacji ICF, zgodnie z zakresem konkretnej oferty.
9. **Platforma** – zewnętrzna platforma internetowa wykorzystywana przez Usługodawcę do udostępniania Produktów cyfrowych, materiałów związanych z Usługami, komunikacji z Klientem lub realizacji innych elementów świadczenia, w szczególności Web To Learn, lub inna platforma wskazana przez Usługodawcę.
10. **Cena jednostkowa** – cena pojedynczej sesji lub innego świadczenia ustalona w ofercie.

II. ZAWARCIE UMOWY

§3. Sposób zawarcia umowy

1. Umowa może zostać zawarta:
 1. za pośrednictwem strony internetowej lub landing page,
 2. za pośrednictwem formularza zamówienia,
 3. poprzez dokonanie zakupu i zaakceptowanie Regulaminu,
 4. poprzez indywidualne uzgodnienia z Usługodawcą,
 5. w inny sposób przewidziany w ofercie.
2. W przypadku warsztatów, dla których oferta przewiduje rezerwację miejsca z obowiązkiem wpłaty zadatku, przesłanie formularza rezerwacyjnego stanowi

rezerwację wstępną i nie powoduje zawarcia umowy. Miejsce jest rezerwowane dla Klienta przez okres 2 dni od dnia dokonania rezerwacji. Umowa dotycząca udziału w warsztacie zostaje zawarta z chwilą zaksięgowania na rachunku Usługodawcy zadatku w wysokości określonej w ofercie. Jeżeli zadatek nie zostanie wpłacony w tym terminie, rezerwacja wygasa automatycznie, bez konieczności składania dodatkowego oświadczenia przez Usługodawcę. W przypadku pozostałych Usług i Produktów umowa zostaje zawarta na zasadach określonych w ofercie oraz w niniejszym Regulaminie.

3. Dokonanie zakupu oznacza akceptację Regulaminu w zakresie dopuszczalnym przez obowiązujące przepisy prawa.

§4. Informacje o Usłudze lub Produkcie

1. Zakres świadczenia wynika z informacji przedstawionych przy zakupie konkretnej Usługi lub Produktu.
2. Usługodawca może określać dla poszczególnych ofert dodatkowe warunki, w szczególności dotyczące:
 1. liczby sesji,
 2. czasu trwania sesji,
 3. terminu realizacji,
 4. okresu dostępu,
 5. sposobu uczestnictwa,
 6. wymagań dotyczących ukończenia programu,
 7. zasad uzyskania zaświadczenia lub certyfikatu.
3. W przypadku Produktów cyfrowych informacje dotyczące funkcjonalności, kompatybilności, interoperacyjności oraz warunków dostępu są podawane w ofercie lub w procesie zakupu, stosownie do charakteru danego Produktu.

III. CENY I PŁATNOŚCI

§5. Ceny

1. Cena konkretnej Usługi lub Produktu jest podawana Klientowi przed zawarciem umowy.
2. Jeżeli oferta kierowana jest do Konsumentów, prezentowana przy zakupie cena jest ceną całkowitą należną od Konsumenta, zgodnie z obowiązującymi przepisami.
3. W relacjach B2B ceny mogą być podawane jako ceny netto, powiększone o należny podatek VAT, jeżeli jest należny.
4. Standardowa cena pojedynczej sesji coachingowej trwającej 60 minut wynosi **500 zł netto**, chyba że oferta wskazuje inną cenę.
5. Jeżeli Klient po odbyciu pierwszej sesji decyduje się na zakup pakietu coachingowego, pierwsza sesja może zostać zaliczona do pakietu na zasadach

wskazanych w ofercie; w przypadku obowiązującego mechanizmu pakietowego cena tej pierwszej sesji jest niższa o 100 zł od standardowej ceny jednostkowej.

6. Ceny Produktów i Usług mogą ulegać zmianie. Zmiana ceny nie wpływa na umowy zawarte przed jej wprowadzeniem.

§6. Płatność

1. Klient zobowiązany jest dokonać płatności w terminie i w sposób określony przy zakupie lub w indywidualnych ustaleniach.
2. Płatności online mogą być realizowane za pośrednictwem operatora płatności PayU, zgodnie z metodami płatności udostępnionymi Klientowi w procesie składania zamówienia.
3. W przypadku braku płatności Usługodawca może wstrzymać rozpoczęcie lub kontynuowanie świadczenia do czasu uregulowania należności, z zastrzeżeniem bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
4. W przypadku płatności ratalnej lub innych szczególnych zasad płatności obowiązują warunki przedstawione przy konkretnej ofercie.
5. W przypadku warsztatów, dla których oferta przewiduje wpłatę zadatku, Klient zobowiązany jest do wpłaty zadatku w wysokości wskazanej w ofercie, w terminie 2 dni od dokonania rezerwacji. Zadek stanowi część ceny warsztatu i zostaje zaliczony na poczet całkowitej ceny Usługi. Do zadatku stosuje się art. 394 Kodeksu cywilnego. W przypadku niewykonania umowy przez Klienta z przyczyn leżących po jego stronie, Usługodawca może odstąpić od umowy i zachować otrzymany zadek na zasadach określonych w art. 394 Kodeksu cywilnego. W przypadku wykonania umowy zadek zostaje zaliczony na poczet ceny warsztatu.

IV. COACHING

§7. Charakter coachingu

1. Coaching jest usługą rozwojową, której celem jest wspieranie Klienta w samodzielnym definiowaniu celów, rozwijaniu świadomości, podejmowaniu decyzji oraz podejmowaniu działań zgodnych z jego potrzebami i wartościami.
2. Coaching nie stanowi terapii, psychoterapii, leczenia, diagnozy medycznej, diagnozy psychologicznej, doradztwa prawnego, podatkowego, inwestycyjnego ani innego świadczenia wymagającego odrębnych kwalifikacji, chyba że zakres konkretnej usługi wyraźnie stanowi inaczej.
3. Usługodawca nie gwarantuje osiągnięcia przez Klienta określonego rezultatu biznesowego, finansowego, zawodowego, edukacyjnego, osobistego ani innego rezultatu zależnego od działań lub decyzji Klienta.
4. Klient ponosi odpowiedzialność za własne decyzje, działania i ich konsekwencje.

§8. Organizacja sesji coachingowych

1. Standardowa sesja coachingowa trwa 60 minut, chyba że oferta wskazuje inny czas.
2. Termin sesji jest uzgadniany z Klientem. Usługodawca może zaproponować Klientowi kilka terminów do wyboru.
3. Sesje mogą odbywać się w szczególności za pośrednictwem Google Meet. Zaproszenie na spotkanie może zostać przesłane Klientowi w formie elektronicznego zaproszenia do kalendarza.
4. Akceptacja zaproszenia lub inne uzgodnienie terminu stanowi potwierdzenie ustalonego terminu sesji.
5. W przypadku problemu technicznego uniemożliwiającego przeprowadzenie sesji za pośrednictwem ustalonej platformy strony mogą uzgodnić wykorzystanie innego narzędzia komunikacji, w szczególności Zoom, WhatsApp lub innej dostępnej platformy.
6. Problem techniczny po stronie Klienta nie powoduje automatycznego przesunięcia sesji. Jeżeli możliwe jest przeprowadzenie sesji za pomocą innego uzgodnionego narzędzia, sesja jest realizowana w pierwotnym terminie.

§9. Przekładanie i odwoływanie sesji

1. Klient może jednokrotnie przełożyć umówioną sesję bez dodatkowej opłaty, pod warunkiem uzgodnienia z Usługodawcą nowego terminu.
2. Każde kolejne przełożenie tej samej sesji, po wykorzystaniu prawa do jednego bezpłatnego przełożenia, wiąże się z dodatkową opłatą w wysokości **100 zł netto** za każde kolejne przełożenie.
3. Nowy termin wymaga uzgodnienia z Usługodawcą i nie powstaje automatycznie.
4. W przypadku nieobecności Klienta w ustalonym terminie, braku możliwości skontaktowania się z Klientem lub braku możliwości przeprowadzenia sesji z przyczyn leżących po stronie Klienta, sesję uznaje się za wykorzystaną, z zastrzeżeniem sytuacji, w których bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.
5. Jeżeli Klient przed rozpoczęciem sesji zgłosi problem techniczny po swojej stronie, strony mogą uzgodnić alternatywny sposób połączenia. Sam problem techniczny nie powoduje przesunięcia terminu, jeżeli sesję można przeprowadzić przy użyciu innego narzędzia.

§10. Pakiety coachingowe

1. Pakiet obejmuje liczbę sesji wskazaną w konkretnej ofercie.
2. Pakiet stanowi określony w ofercie zestaw świadczeń, których warunki realizacji wynikają z oferty oraz niniejszego Regulaminu.
3. W przypadku wykorzystania części pakietu i zakończenia współpracy przez Klienta rozliczeniu podlegają świadczenia faktycznie wykorzystane.

4. Jeżeli dla pakietu nie ustalono odrębnej ceny jednostkowej, wykorzystane pojedyncze sesje rozliczane są według standardowej ceny jednostkowej wynoszącej **500 zł netto za sesję 60-minutową**.
5. Jeżeli w wyniku rozliczenia powstaje należność na rzecz Klienta, Usługodawca zwraca ją zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.
6. Postanowienia niniejszego paragrafu nie ograniczają praw Konsumenta wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów dotyczących odstąpienia od umowy.

V. MENTORING I MENTOR COACHING

§11. Charakter mentoringu

1. Mentoring jest usługą rozwojową, w ramach której Usługodawca może dzielić się z Klientem wiedzą, doświadczeniem, perspektywą, informacją zwrotną oraz materiałami związanymi z zakresem określonym w ofercie.
2. Mentor Coaching stanowi odrębną kategorię usługi i jest prowadzony w ramach roli mentora coacha.
3. Zakres konkretnego mentoringu lub Mentor Coachingu określa oferta lub indywidualne ustalenia.
4. Mentor Coaching może obejmować pracę nad kompetencjami coachingowymi, analizę praktyki coachingowej, analizę nagrań sesji oraz przygotowanie Klienta do procesu akredytacji ICF, jeżeli wynika to z konkretnej oferty.
5. Usługodawca nie gwarantuje uzyskania przez Klienta akredytacji, certyfikatu, akredytacji ani innego statusu zawodowego ICF. Ostateczna decyzja w tym zakresie należy do właściwej organizacji lub instytucji oraz zależy od spełnienia przez Klienta wszystkich aktualnych wymagań.

§12. Nagrania sesji w Mentor Coachingu

1. Jeżeli w ramach Mentor Coachingu Klient przekazuje nagranie własnej sesji coachingowej, Klient odpowiada za zapewnienie, że posiada wszystkie wymagane zgody i podstawy prawne umożliwiające przekazanie oraz wykorzystanie nagrania w ramach usługi.
2. W szczególności Klient odpowiada za uzyskanie odpowiedniej zgody osoby uczestniczącej w nagranej sesji, jeżeli jest ona wymagana.
3. Usługodawca może odmówić wykorzystania nagrania, jeżeli poweźmie uzasadnione wątpliwości co do legalności jego przekazania lub wykorzystania.
4. Usługodawca nie sporządza za Klienta raportów, aplikacji akredytacyjnych ani innych dokumentów, chyba że konkretna oferta wyraźnie przewiduje takie świadczenie.
5. Jeżeli Klient chce przygotować raport lub inne opracowanie dotyczące własnego rozwoju, przygotowuje je samodzielnie, chyba że oferta stanowi inaczej.

VI. GRUPOWY MENTOR COACHING

§13. Organizacja grup

1. Grupowy Mentor Coaching jest organizowany po zebraniu wymaganej liczby uczestników.
2. Grupa może zostać utworzona przez Usługodawcę albo przez osoby zainteresowane udziałem, które zbiorą się samodzielnie i zgłoszą gotowość do udziału.
3. Minimalna liczba uczestników grupy wynosi 4 osoby, a maksymalna 8 osób, chyba że Usługodawca postanowi inaczej w konkretnej ofercie.
4. Cena **3700 zł netto za osobę** obowiązuje przy grupie sześćcioosobowej, chyba że konkretna oferta stanowi inaczej.
5. Każdy uczestnik grupy dokonuje płatności za swój udział samodzielnie.
6. Usługodawca może ustalić inne zasady cenowe dla grupy o innej liczebności, jeżeli zostaną one przedstawione przed zawarciem umowy.
7. Uczestnik zobowiązuje się do aktywnego udziału w pracy grupy oraz do samodzielnej pracy nad uzgodnionymi obszarami, w zakresie wynikającym z charakteru usługi. Obowiązek ten nie oznacza gwarancji osiągnięcia określonego rezultatu.

VII. KURSY I PROGRAMY ONLINE

§14. Kursy online

1. Kurs online jest odrębną od coachingu i mentoringu formą świadczenia edukacyjnego.
2. Zakres kursu, jego program, materiały, forma realizacji, cena oraz ewentualne warunki ukończenia są określone w ofercie konkretnego kursu.
3. Standardowy okres dostępu do kursów online wynosi **6 miesięcy**, licząc od dnia udostępnienia Klientowi kursu, chyba że oferta konkretnego kursu wskazuje inny okres.
4. Dostęp może być realizowany za pośrednictwem platformy Web To Learn lub innej platformy wskazanej przez Usługodawcę.
5. Dostęp do kursu jest osobisty i nie może być udostępniany osobom trzecim.
6. Klient nie może przekazywać loginu, hasła ani danych umożliwiających dostęp do kursu innej osobie.
7. Usługodawca może czasowo ograniczyć dostęp do konta w przypadku uzasadnionego podejrzenia naruszenia zasad korzystania z kursu, w szczególności udostępniania danych dostępowych osobom trzecim, z zachowaniem praw Klienta wynikających z prawa.

§15. Kursy CCE i programy związane z ICF

1. Kurs oznaczony jako CCE stanowi odrębną kategorię Produktu cyfrowego.
2. Informacja o statusie CCE, liczbie jednostek CCE, ich kategorii oraz warunkach ich uzyskania jest podawana przy konkretnej ofercie.
3. Uzyskanie certyfikatu lub zaświadczenia dotyczącego ukończenia programu może być uzależnione od spełnienia przez Klienta warunków określonych dla danego programu, w szczególności dotyczących:
 1. uczestnictwa,
 2. ukończenia wymaganych materiałów,
 3. wykonania wymaganych zadań,
 4. zaliczenia wymaganej formy weryfikacji wiedzy lub efektów uczenia się,
 5. spełnienia innych wymagań wskazanych w ofercie programu.
4. Szczegółowy sposób weryfikacji ukończenia programu może być określony w materiałach kursu, na platformie lub w informacji przekazanej uczestnikom i może zostać dostosowany do wymagań właściwego programu lub standardów ICF.
5. Certyfikat lub zaświadczenie potwierdzające ukończenie programu nie jest równoznaczne z uzyskaniem przez Klienta akredytacji ICF.
6. Uzyskanie lub odnowienie lub spełnienie innych wymogów ICF pozostaje odpowiedzialnością Klienta i zależy od aktualnych wymagań ICF.
7. Jeżeli ICF zmieni wymagania dotyczące akredytacji, certyfikacji lub uznawania edukacji, zmiana tych wymagań nie oznacza niewykonania przez Usługodawcę prawidłowo opisanej i wykonanej wcześniej Usługi, chyba że obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.
8. W zakresie usług coachingowych i Mentor Coachingu podlegających standardom ICF Usługodawca stosuje aktualnie obowiązujący Kodeks Etyczny ICF oraz inne właściwe standardy ICF w zakresie, w jakim mają zastosowanie do danej roli i usługi.
9. Postanowienia dotyczące ICF nie mają zastosowania do Produktów i Usług, które nie są oferowane jako usługi coachingowe, Mentor Coaching lub programy objęte odpowiednimi standardami ICF.

VIII. PAKIETY NAGRAŃ I YOGA NIDRA

§16. Pakiety nagrań

1. Pakiet nagrań stanowi odrębną kategorię Produktu cyfrowego.
2. Zakres pakietu, liczba nagrań oraz sposób ich udostępnienia określone są w konkretnej ofercie.
3. Pakiet nagrań nie stanowi automatycznie kursu, programu coachingowego ani programu mentoringowego.

§17. Yoga Nidra

1. Pakiet Yoga Nidra stanowi odrębny Produkt cyfrowy obejmujący **10 nagrań sesji Yoga Nidra**, zgodnie z zakresem konkretnej oferty.
2. Yoga Nidra nie stanowi coachingu, mentoringu ani Mentor Coachingu.
3. Pakiet Yoga Nidra nie stanowi świadczenia medycznego, psychoterapii, leczenia ani diagnozy.
4. Usługodawca nie gwarantuje osiągnięcia przez Klienta określonego efektu zdrowotnego, psychicznego, fizycznego ani innego rezultatu.
5. Materiały dotyczące Yoga Nidra mają charakter informacyjny, edukacyjny lub praktyczny zgodnie z opisem konkretnego Produktu i nie zastępują konsultacji z lekarzem lub innym właściwym specjalistą.
6. Klient korzysta z nagrań z uwzględnieniem własnego stanu zdrowia, możliwości i ograniczeń oraz ponosi odpowiedzialność za decyzję o rozpoczęciu lub kontynuowaniu praktyki.

IX. WARSZTATY, SZKOLENIA I INNE PROGRAMY

§18. Warsztaty i szkolenia

1. Warsztaty i szkolenia stanowią odrębną kategorię usług edukacyjnych i rozwojowych, niezależną od usług coachingu, mentoringu i Mentor Coachingu, chyba że oferta konkretnego wydarzenia wyraźnie stanowi inaczej.
2. Warsztaty mają charakter edukacyjny, rozwojowy, praktyczny i/lub doświadczeniowy, zgodnie z opisem konkretnej oferty. Ich celem jest przekazanie wiedzy, umożliwienie uczestnikom pracy nad określonymi zagadnieniami oraz stworzenie przestrzeni do ćwiczeń, refleksji i wymiany doświadczeń.
3. Udział w warsztacie lub szkoleniu nie stanowi gwarancji osiągnięcia przez uczestnika określonego rezultatu, w szczególności rezultatu osobistego, zawodowego, biznesowego, finansowego, edukacyjnego lub zdrowotnego, chyba że osiągnięcie określonego rezultatu stanowi wyraźnie określony element świadczenia Usługodawcy.
4. Jeżeli charakter lub tematyka warsztatu obejmuje zagadnienia związane z rozwojem osobistym, dobrostanem, redukcją stresu lub innymi obszarami dotyczącymi funkcjonowania człowieka, warsztat nie stanowi świadczenia medycznego, psychoterapii, leczenia ani diagnozy, chyba że oferta wyraźnie stanowi inaczej.
5. Warsztat lub szkolenie nie stanowi coachingu ani mentoringu, nawet jeżeli w jego ramach wykorzystywane są wybrane narzędzia, ćwiczenia lub metody stosowane również w coachingu lub mentoringu.

6. Szczegółowy zakres, program, termin, forma, czas trwania, liczba uczestników oraz cena są określane w ofercie konkretnego wydarzenia.
7. Jeżeli konkretny warsztat jest objęty standardami lub wymaganiami określonej organizacji zawodowej, informacja o tym oraz ewentualne warunki uzyskania zaświadczenia, certyfikatu lub punktów edukacyjnych są wskazywane w ofercie.
8. Jeżeli oferta konkretnego warsztatu przewiduje wpłatę zadatku, jego wysokość, termin wpłaty oraz pozostała do zapłaty część ceny są wskazane w ofercie i przedstawiane Klientowi przed dokonaniem rezerwacji. Brak wpłaty zadatku w terminie określonym w §6 ust. 4 powoduje wygaśnięcie rezerwacji i zwolnienie zarezerwowanego miejsca.

§ 18a. Rabaty grupowe

1. Usługodawca może oferować rabaty grupowe na udział w wybranych warsztatach, na zasadach określonych w ofercie konkretnego warsztatu.
2. W przypadku udziału w warsztacie dwóch osób, które dokonują rezerwacji wspólnie i wskażą się wzajemnie w formularzu zgłoszeniowym, każdej z nich przysługuje rabat w wysokości 10% od ceny warsztatu.
3. W przypadku udziału w warsztacie grupy co najmniej trzech osób, które dokonują rezerwacji wspólnie i wskażą się wzajemnie w formularzu zgłoszeniowym, każdej z nich przysługuje rabat w wysokości 15% od ceny warsztatu.
4. Warunkiem zastosowania rabatu jest wskazanie w formularzu zgłoszeniowym imion i nazwisk osób, z którymi Klient bierze udział w warsztacie. Rabat przysługuje wyłącznie osobom należącym do tej samej grupy zgłoszeniowej.
5. Rabaty grupowe nie łączą się z innymi rabatami ani promocjami, chyba że oferta konkretnego warsztatu stanowi inaczej.
6. Szczegółowe informacje dotyczące wysokości rabatu, ceny po zastosowaniu rabatu oraz zasad jego przyznania są przedstawiane Klientowi przed dokonaniem rezerwacji.

X. USŁUGI DLA FIRM I B2B

§19. Usługi B2B

1. Usługodawca może świadczyć Usługi na rzecz przedsiębiorców, osób prawnych, instytucji i innych podmiotów.
2. W przypadku B2B strony mogą ustalić indywidualne warunki współpracy, w szczególności dotyczące zakresu, ceny, harmonogramu, sposobu rozliczenia, liczby uczestników oraz odpowiedzialności organizacyjnej.
3. Jeżeli strony zawrą odrębną umowę, jej postanowienia mają pierwszeństwo przed Regulaminem w zakresie objętym tą umową.
4. W relacjach B2B przepisy dotyczące ochrony Konsumenta stosuje się wyłącznie w zakresie, w jakim przepisy prawa przyznają określone uprawnienia danemu Klientowi.

XI. PRAWO ODSTĄPIENIA OD UMOWY

§20. Konsument

1. Konsument, który zawarł umowę na odległość, co do zasady ma prawo odstąpić od niej w terminie 14 dni, bez podawania przyczyny, z zastrzeżeniem wyjątków przewidzianych przez prawo.
2. Informacja o prawie odstąpienia oraz wyjątkach od tego prawa jest przekazywana Konsumentowi w sposób wymagany przez obowiązujące przepisy.
3. Jeżeli charakter Usługi lub Produktu powoduje zastosowanie szczególnych zasad dotyczących rozpoczęcia świadczenia przed upływem terminu odstąpienia, Usługodawca stosuje procedurę wymaganą przepisami prawa.

§21. Rozpoczęcie świadczenia usług przed upływem 14 dni

1. Jeżeli Konsument żąda rozpoczęcia świadczenia Usługi przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, odpowiednie żądanie i wymagane prawem informacje oraz zgody są uzyskiwane przed rozpoczęciem świadczenia.
2. Jeżeli Konsument odstąpi od umowy o świadczenie Usługi, której wykonywanie rozpoczęło się na jego wyraźne żądanie przed upływem terminu odstąpienia, może być zobowiązany do zapłaty za świadczenie spełnione do chwili odstąpienia, na zasadach określonych w obowiązujących przepisach.
3. Jeżeli Usługa została w pełni wykonana za wyraźną zgodą Konsumenta, po uprzednim poinformowaniu go o utracie prawa odstąpienia po pełnym wykonaniu Usługi i po przyjęciu tej informacji do wiadomości, prawo odstąpienia może nie przysługiwać w zakresie przewidzianym prawem.

§22. Treści cyfrowe

1. W przypadku Produktów cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, Konsumentowi przysługuje prawo odstąpienia na zasadach określonych w ustawie, z uwzględnieniem wyjątków przewidzianych prawem.
2. Jeżeli Usługodawca rozpoczyna dostarczanie treści cyfrowych przed upływem terminu do odstąpienia, dokonuje tego po uzyskaniu wymaganej prawem wyraźnej i uprzedniej zgody Konsumenta oraz po uzyskaniu potwierdzenia przyjęcia przez Konsumenta informacji o utracie prawa odstąpienia w związku z rozpoczęciem świadczenia.
3. Odpowiednie zgody i oświadczenia są uzyskiwane w procesie zakupu lub w inny sposób umożliwiający ich utrwalenie.
4. Usługodawca przekazuje Konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy oraz wymagane prawem informacje i potwierdzenia na trwałym nośniku.
5. Jeżeli wymagane prawem warunki wyłączenia prawa odstąpienia nie zostaną spełnione, Klient zachowuje uprawnienia wynikające z przepisów prawa.

§23. Odstąpienie od umowy

1. Oświadczenie o odstąpieniu od umowy może zostać złożone w sposób umożliwiający Usługodawcy zapoznanie się z jego treścią.
2. Konsument może skorzystać z ustawowego formularza odstąpienia od umowy, jednak jego zastosowanie nie jest obowiązkowe.
3. W przypadku skutecznego odstąpienia od umowy Usługodawca dokonuje zwrotu płatności zgodnie z obowiązującymi przepisami.
4. W przypadku Usług rozpoczętych na wyraźne żądanie Konsumenta przed upływem terminu odstąpienia zastosowanie mają zasady rozliczenia przewidziane w ustawie.

XII. ZGODNOŚĆ PRODUKTÓW CYFROWYCH Z UMOWĄ

§24. Zgodność i odpowiedzialność za Produkt cyfrowy

1. Usługodawca dostarcza Produkt cyfrowy zgodnie z jego opisem, zakresem i warunkami określonymi w umowie.
2. Usługodawca nie odpowiada za brak możliwości korzystania z Produktu wynikający wyłącznie z:
 1. niespełnienia przez Klienta wymagań technicznych wskazanych przed zakupem,
 2. problemów z urządzeniem lub oprogramowaniem Klienta,
 3. problemów z połączeniem internetowym po stronie Klienta,
 4. działań lub awarii niezależnych od Usługodawcy,
 5. naruszenia przez Klienta zasad korzystania z Produktu.
3. Usługodawca może zmienić rozwiązania techniczne wykorzystywane do dostarczania Produktu, w szczególności platformę, sposób logowania lub rozwiązania techniczne, jeżeli jest to uzasadnione względami technicznymi, bezpieczeństwa, organizacyjnymi lub rozwojem Usługi, przy zachowaniu praw Klienta wynikających z umowy i bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
4. W przypadku zmiany platformy Usługodawca podejmie odpowiednie działania w celu zapewnienia Klientowi dostępu do zakupionego Produktu w zakresie wynikającym z zawartej umowy.

XIII. ODPOWIEDZIALNOŚĆ KLIENTA I GRANICE USŁUG

§25. Odpowiedzialność Klienta

1. Klient zobowiązuje się korzystać z Usług i Produktów zgodnie z prawem, Regulaminem oraz ich przeznaczeniem.
2. Klient ponosi odpowiedzialność za prawdziwość danych przekazywanych Usługodawcy.

3. Klient ponosi odpowiedzialność za działania podejmowane na podstawie informacji, materiałów, ćwiczeń lub innych treści otrzymanych w ramach Usługi lub Produktu, w zakresie dopuszczalnym przez prawo.
4. W przypadku coachingu i mentoringu Klient zachowuje autonomię decyzyjną i samodzielnie podejmuje decyzje dotyczące swojego życia, pracy, biznesu i innych obszarów.
5. Usługodawca nie ponosi odpowiedzialności za rezultat, który zależy od działań, decyzji, warunków zewnętrznych lub innych okoliczności pozostających poza jego kontrolą, z zastrzeżeniem odpowiedzialności, której nie można skutecznie wyłączyć na podstawie prawa.

§26. Brak gwarancji rezultatu

1. O ile oferta wyraźnie nie stanowi inaczej, Usługodawca nie gwarantuje osiągnięcia określonego rezultatu przez Klienta.
2. W szczególności dotyczy to rezultatów:
 1. finansowych,
 2. biznesowych,
 3. zawodowych,
 4. edukacyjnych,
 5. osobistych,
 6. zdrowotnych lub dotyczących samopoczucia.
3. Przykładowe rezultaty wskazane w materiałach marketingowych, opiniach klientów lub opisach usług mają charakter ilustracyjny, chyba że zostały wyraźnie określone jako element świadczenia Usługodawcy.

XIV. PRAWA AUTORSKIE I ZASADY KORZYSTANIA Z MATERIAŁÓW

§27. Prawa do materiałów

1. Materiały przekazane Klientowi w związku z Usługą lub Produktem, w szczególności nagrania, prezentacje, teksty, ćwiczenia, materiały szkoleniowe, nagrania audio i materiały kursowe, mogą stanowić utwory chronione prawem autorskim.
2. Zakup Usługi lub Produktu nie oznacza przeniesienia na Klienta autorskich praw majątkowych, chyba że odrębna umowa wyraźnie stanowi inaczej.
3. Klient może korzystać z materiałów wyłącznie w zakresie wynikającym z umowy i charakteru zakupionej Usługi lub Produktu.
4. Bez uprzedniej zgody Usługodawcy Klient nie może w szczególności:
 1. rozpowszechniać materiałów,
 2. udostępniać ich osobom trzecim,
 3. odsprzedawać ich,
 4. publikować ich w internecie,

5. wykorzystywać ich do prowadzenia własnych kursów lub szkoleń,
 6. kopiować ich w zakresie wykraczającym poza dozwolony użytek.
5. Ograniczenia określone w niniejszym paragrafie nie naruszają praw Klienta wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.

XV. POUFNOŚĆ I STANDARDY ETYCZNE

§28. Poufność

1. Usługodawca respektuje poufność informacji przekazywanych w ramach coachingu, mentoringu i Mentor Coachingu w zakresie wynikającym z charakteru danej Usługi, umowy oraz obowiązujących przepisów prawa.
2. Szczegółowe zasady przetwarzania danych osobowych określa Polityka Prywatności.
3. Poufność może podlegać ograniczeniom wynikającym z obowiązujących przepisów prawa lub sytuacji, w których ujawnienie informacji jest konieczne dla ochrony prawnie chronionych dóbr.

§29. ICF i etyka zawodowa

1. W odniesieniu do usług coachingowych i Mentor Coachingu, do których zastosowanie mają standardy ICF, Usługodawca działa zgodnie z aktualnie obowiązującym Kodeksem Etycznym ICF w zakresie właściwym dla danej roli.
2. Kodeks Etyczny ICF nie stanowi podstawy do kwalifikowania pozostałych Produktów i Usług Usługodawcy jako usług coachingowych.
3. Aktualne wymagania ICF mogą ulegać zmianom niezależnym od Usługodawcy.

XVI. REKLAMACJE

§30. Reklamacje

1. Klient może zgłosić reklamację dotyczącą Usługi lub Produktu.
2. Reklamację można przestać na adres e-mail: tjzaucha@gmail.com.
3. Reklamacja powinna w miarę możliwości zawierać informacje umożliwiające identyfikację umowy oraz opis problemu.
4. Usługodawca rozpatruje reklamację w terminie wynikającym z obowiązujących przepisów prawa.
5. Jeżeli przepisy prawa przyznają Konsumentowi lub innemu uprawnionemu Klientowi szczególne środki ochrony, zastosowanie mają te przepisy.

XVII. DANE OSOBOWE

§31. Dane osobowe

1. Zasady przetwarzania danych osobowych określa Polityka Prywatności dostępna w miejscu, w którym Klient może zapoznać się z nią przed zawarciem umowy.
2. Usługodawca przetwarza dane osobowe zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.
3. W celu realizacji Usługi Usługodawca może korzystać z zewnętrznych dostawców usług technicznych, komunikacyjnych, płatniczych, księgowych, hostingowych, platform edukacyjnych i innych usług wspierających działalność Usługodawcy, zgodnie z obowiązującymi przepisami o ochronie danych osobowych.

XVIII. ZAKOŃCZENIE WSPÓŁPRACY

§32. Zakończenie świadczenia Usługi

1. Usługa zostaje zakończona po wykonaniu świadczeń objętych umową, upływie okresu, na jaki została zawarta, albo w inny sposób przewidziany w umowie lub przepisach prawa.
2. W przypadku usług o charakterze ciągłym lub pakietowym warunki zakończenia współpracy mogą zostać określone indywidualnie.
3. Usługodawca może odmówić dalszego świadczenia Usługi lub zakończyć współpracę, jeżeli dalsze świadczenie byłoby sprzeczne z prawem, zasadami etyki zawodowej, bezpieczeństwem stron lub charakterem Usługi, z zachowaniem praw Klienta wynikających z zawartej umowy i obowiązujących przepisów.
4. Jeżeli przyczyną zakończenia współpracy jest okoliczność leżąca po stronie Usługodawcy, Klientowi przysługują uprawnienia wynikające z umowy i przepisów prawa.

XIX. SIŁA WYŻSZA I OKOLICZNOŚCI NIEZALEŻNE

§33. Okoliczności niezależne od Usługodawcy

1. Usługodawca nie odpowiada za niewykonanie lub opóźnienie w wykonaniu świadczenia spowodowane okolicznościami pozostającymi poza jego uzasadnioną kontrolą, w zakresie dopuszczalnym przez prawo.
2. Dotyczy to w szczególności awarii infrastruktury teleinformatycznej, awarii platform zewnętrznych, przerw w dostawie internetu, awarii usług komunikacyjnych lub innych zdarzeń uniemożliwiających wykonanie świadczenia.
3. W przypadku wystąpienia takich okoliczności Usługodawca podejmie rozsądne działania w celu wykonania świadczenia w innym możliwym terminie lub w inny odpowiedni sposób.

XX. POSTANOWIENIA DOTYCZĄCE KONSUMENTÓW

§34. Ochrona ustawowa

1. Żadne postanowienie Regulaminu nie ma na celu wyłączenia ani ograniczenia praw Konsumenta lub innego Klienta, których nie można skutecznie wyłączyć lub ograniczyć na podstawie bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
2. Jeżeli którekolwiek postanowienie Regulaminu okaże się sprzeczne z bezwzględnie obowiązującym przepisem prawa, w miejsce takiego postanowienia stosuje się odpowiedni przepis prawa, a pozostałe postanowienia pozostają w mocy.
3. Postanowienia Regulaminu należy interpretować w sposób zapewniający możliwie szeroką ochronę uzasadnionych interesów Usługodawcy, o ile nie prowadzi to do naruszenia praw Klienta wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.

XXI. PRAWO WŁAŚCIWE I ROZSTRZYGANIE SPORÓW

§35. Prawo właściwe

1. Do umów zawieranych z Usługodawcą stosuje się prawo polskie.
2. W przypadku Klienta będącego Konsumentem lub podmiotem korzystającym z ochrony przewidzianej przepisami konsumenckimi wybór prawa polskiego nie pozbawia go ochrony przyznanej mu przez bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa właściwego dla danej sytuacji.
3. W przypadku sporów Usługodawca i Klient w pierwszej kolejności podejmą próbę ich polubownego rozwiązania.
4. Postanowienia dotyczące właściwości sądu nie wyłączają uprawnień Konsumenta wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.

XXII. ZMIANY REGULAMINU

§36. Zmiana Regulaminu

1. Usługodawca może zmienić Regulamin w szczególności w przypadku:
 1. zmiany przepisów prawa,
 2. zmiany sposobu świadczenia Usług,
 3. wprowadzenia nowych Usług lub Produktów,
 4. zmian technologicznych,
 5. zmian organizacyjnych,
 6. konieczności doprecyzowania postanowień Regulaminu.

2. Zmiany Regulaminu nie naruszają praw nabytych Klientów oraz warunków umów zawartych przed wejściem zmian w życie, chyba że zmiana wynika z bezwzględnie obowiązującego przepisu prawa lub Klient wyrazi zgodę na zmianę.
3. W przypadku usług lub produktów kupowanych po wejściu w życie nowej wersji Regulaminu zastosowanie ma wersja obowiązująca w chwili zawarcia umowy.

XXIII. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

§37. Postanowienia końcowe

1. Regulamin stanowi integralną część umowy zawieranej pomiędzy Usługodawcą a Klientem, chyba że strony zawarły odrębną umowę regulującą dane świadczenie.
2. W sprawach nieuregulowanych Regulaminem zastosowanie mają przepisy prawa polskiego.
3. Jeżeli charakter konkretnej Usługi lub Produktu wymaga dodatkowych warunków, mogą one zostać określone w ofercie, formularzu zamówienia, umowie lub innym dokumencie przekazanym Klientowi przed zawarciem umowy.
4. Regulamin wchodzi w życie z dniem wskazanym na początku dokumentu.