

# Doradztwo w zakresie zmiany marki lub wizerunku firmy. Usługa doradcza wraz ze wsparciem po zakończonych sesjach doradczych.

## Usługa archiwalna

### Informacje o usłudze

<b>Czy usługa może być dofinansowana?</b>	Tak
<b>Sposób dofinansowania</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników</li></ul>
<b>Rodzaj usługi</b>	Usługa doradcza
<b>Podrodzaj usługi</b>	Doradztwo
<b>Dostępność usługi</b>	Otwarta

Numer usługi		<b>2019/05/26/17621/406426</b>	
Cena netto	<b>4 375,00 zł</b>	Cena brutto	<b>5 381,25 zł</b>
Cena netto za godzinę	<b>875,00 zł</b>	Cena brutto za godzinę	<b>1 076,25</b>
Usługa z możliwością dofinansowania		<b>Tak</b>	
Liczba godzin usługi		<b>5</b>	
Termin rozpoczęcia usługi	<b>2019-09-24</b>	Termin zakończenia usługi	<b>2019-09-24</b>
Termin rozpoczęcia rekrutacji	<b>2019-05-26</b>	Termin zakończenia rekrutacji	<b>2019-09-23</b>
Maksymalna liczba uczestników		1	
Kategoria główna KU		<b>Zarządzanie i organizacja</b>	

Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	<b>Certyfikaty:</b> Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	<b>Nie</b>
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	<b>Nie</b>
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	<b>Tak</b>

## Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu		<b>Agencja Reklamowa NXT Tomasz Madejski</b>	
Osoba do kontaktu	<b>Grzegorz Szuba</b>	Telefon	<b>536 770 670</b>
E-mail	<b>g.szuba@nextday.pl</b>		

## Cel usługi

### Cel biznesowy

S (Specific): Celem szczegółowym usługi jest doradztwo w zakresie zmiany marki lub wizerunku firmy.

M (Measurable): Udział w tej usłudze doradczej pozwoli na przygotowanie firmy do zmiany marki lub zmiany wizerunku firmy. Dzięki udziałowi w tej usłudze doradczej zmiana marki lub wizerunku nie będzie niosła negatywnych konsekwencji przez co nastąpi wzrost obrotów ze sprzedaży do 5% w skali 12 miesięcy od zakończenia usługi doradczej w stosunku do 12 miesięcy sprzed zakończonej usługi.

A (Agreed): Celem uzgodnionym dla wszystkich stron jest: a) dla firmy szkoleniowej: podniesienie poziomu usług doradczych dla dedykowanej grupy zawodowej; b) dla przedsiębiorcy: dzięki uczestnictwu w usłudze doradczej zmiana marki lub wizerunku firmy w trakcie transformacji nie ucierpi, nastąpi natomiast wzrost sprzedaży oferowanych towarów lub usług do 5% w skali 12 miesięcy od zakończenia usługi doradczej w stosunku do 12 miesięcy sprzed zakończonej usługi; c) dla uczestnika: wzrost poziomu wiedzy na temat zasad jakimi powinna kierować się firma podejmując decyzję dotyczącą zmiany marki lub wizerunku.

R (Realistic): Celem realnym niniejszej usługi jest podniesienie poziomu sprzedaży oferowanych przez firmę towarów lub usług do 5% w skali 12 miesięcy od zakończenia usługi doradczej w stosunku do 12 miesięcy sprzed zakończonej usługi

T (Time relation): Nabytą wiedzę uczestnik usługi doradczej może wdrożyć od razu po jej zakończeniu. Osiągnięcie wszystkich efektów, przy założeniu że decyzja o zmianie marki lub wizerunku zostanie podjęta, planowane jest na 12 miesięcy po zakończeniu usługi.

## Cel edukacyjny

Wiedza 1. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu budowy ekosystemu marek funkcjonalnych (endroser, enerizer, diferentiator). 2. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu operacjonalizacji strategii zmiany marki lub wizerunku firmy. 3. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu doboru kanałów komunikatów i języka komunikatów. 4. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu struktury kampanii reklamowo-wizerunkowej. 5. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu budowania macierzy cyfrowej promocji. 6. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu budowania i analizowania wyników z metryk pomiarowych. Umiejętności 1. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnej budowy ekosystemu marek funkcjonalnych (endroser, enerizer, diferentiator). 2. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnej strategii zmiany marki lub wizerunku firmy. 3. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego doboru kanałów komunikatów i języka komunikatów. 4. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego tworzenia struktury kampanii reklamowo-wizerunkowej. 5. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego budowania macierzy cyfrowej promocji. 6. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego budowania i analizowania wyników z metryk pomiarowych. Kompetencje społeczne 1. Uczestnik po zakończonych sesjach w ramach usługi doradczej nabędzie kompetencje społeczne w zakresie zmiany marki lub wizerunku firmy.. 2. Uczestnik po zakończonych sesjach w ramach usługi doradczej nabędzie kompetencje społeczne w zakresie omawiania struktury kampanii reklamowo-wizerunkowej. 3. Uczestnik po zakończonych sesjach w ramach usługi doradczej nabędzie kompetencje społeczne w zakresie omawiania i prezentowania wyników pochodzących z macierzy cyfrowej promocji oraz wyników z metryk pomiarowych.

## Szczegółowe informacje o usłudze

### Ramowy program usługi

Usługa doradcza jest podzielona na sesje, podczas których prezentowana jest elementarna wiedza, jest ona następnie omawiana. Całość usługi doradczej podsumowana jest intensywnym warsztatem wraz z informacją zwrotną od doradcy.

Obszary wsparcia:

1. Budowa ekosystemu marek funkcjonalnych
  - Endroser
  - Energizer
  - Diferentiator
2. Operacjonalizacja strategii czyli jak to wdrożyć
3. Dobór kanałów
4. Struktura kampanii reklamowej
5. Metryki pomiarowe
6. Macierz cyfrowej promocji
7. Wskazówki wdrożeniowe

---

## Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

1. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnej budowy ekosystemu marek funkcjonalnych (endroser, enerizer, diferentiator).
2. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnej strategii zmiany marki lub wizerunku firmy.
3. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego doboru kanałów komunikatów i języka komunikatów.
4. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego tworzenia struktury kampanii reklamowo-wizerunkowej.
5. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego budowania macierzy cyfrowej promocji.
6. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego budowania i analizowania wyników z metryk pomiarowych

---

## Grupa docelowa

Managerowie niskiego, średniego i wysokiego szczebla w organizacji, osoby zarządzające zespołem, kierownicy, dyrektorzy, właściciele firm.

---

## Opis warunków uczestnictwa

Przed rozpoczęciem usługi doradczej, uczestnik otrzymuje testy kompetencyjne. Po ich wypełnieniu doradca diagnozuje obszary wymagające wsparcia dedykowanego.

---

## Materiały dydaktyczne

Skrypt

Notatnik

Narzędzia wspierające kreatywne myślenie

---

## Informacje dodatkowe

Po zakończonej usłudze uczestnik będzie miał możliwość indywidualnego doradztwa telefonicznego z doradcą przez okres miesiąca.

## Harmonogram

---

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
----	-------------------------	-----------------------	---------------------	---------------------	---------------

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Sesja 1: ekosystem marek funkcjonalnych	2019-09-24	09:00	10:00	1:00
2	Sesja 2: Strategia zmiany marki lub wizerunku firmy	2019-09-24	10:30	12:00	1:30
3	Sesja 3: Dobór kanałów komunikatów i języka komunikatów	2019-09-24	12:00	13:00	1:00
4	Sesja 4: Tworzenie struktury kampanii reklamowo-wizerunkowej	2019-09-24	13:00	14:00	1:00
5	Sesja 5: Budowanie macierzy cyfrowej promocji oraz budowanie i analizowanie wyników z metryk pomiarowych	2019-09-24	14:00	14:30	0:30

## Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	<b>Tomasz Madejski</b>
Obszar specjalizacji	sprzedaż, handel, kampanie reklamowe, budowanie strategii marketingowej, budowanie wizerunku, psychologia sprzedaży, psychologia zachowań konsumenckich, personal brand, przywództwo, zarządzanie przedsiębiorstwem, podnoszenie efektywności przedsiębiorstwa, zarządzanie zasobami ludzkimi
Doświadczenie zawodowe	W branży jest od 15 lat. Od ponad 10 lat prowadzi agencję marketingową. Zatrudnia blisko 20 osób. Sama agencja to tysiące projektów, obsłużone setki firm, w tym m.in. Gothaer, Politan, Wojas, Wawel, Sobik, Mieszko, Intersport, Spomlek, Vattenfall, Virtu, Fundacja ING Dzieciom i wielu innych. Obecnie jest doradcą prezydenta ds. strategii rozwoju jednego ze śląskich miast. Stworzył i zrealizował z sukcesem 6 kampanii politycznych dla Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości. Jego działania skutkowały uzyskaniem mandatu przez kandydatów ubiegających się m.in. o miejsca w Sejmie, Senacie i Parlamencie Europejskim.
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	15 lat doświadczenia

Wykształcenie

Canadian International Institute, Harvard  
Business School w Warszawie

## Lokalizacja usługi

Adres:

**Prosta 135B  
44-203 Rybnik, woj. śląskie**

Szczegóły miejsca realizacji usługi:

**Usługa realizowana jest na miejscu (piętro  
pierwsze - winda w budynku).**

Warunki logistyczne:

**Klimatyzacja, Wi-fi**