



"FRANCUSKI
INSTYTUT
GOSPODARKI -
POLSKA" SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ



Jak zbudować strategię rozwoju firmy? Metodyka "krok po kroku" i narzędzia

Numer usługi 2024/02/29/7597/2085527

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 23 h

📅 04.06.2024 do 06.06.2024

6 396,00 PLN brutto

5 200,00 PLN netto

278,09 PLN brutto/h

226,09 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm, prezesi, wiceprezesi, członkowie zarządów i rad nadzorczych, dyrektorzy zarządzający, dyrektorzy działów: finansów i controllingu, inwestycji, strategii, rozwoju, R&D, produkcji, sprzedaży i marketingu, logistyki i zakupów, IT; dyrektorzy operacyjni, dyrektorzy zakładów i fabryk, menedżerowie odpowiedzialni za budowę i nadzór nad realizacją strategii firmy, dyrektorzy personalni i HR.
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	28-05-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	23
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

Celem szkolenia jest przygotowanie Uczestników do budowy strategii rozwoju firm dzięki poznaniu metodyki i narzędzi sprawdzonych w praktyce doradczej FIG Polska.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Szkolenie przygotowuje Uczestników do budowy strategii rozwoju firm dzięki poznaniu metodyki i narzędzi sprawdzonych w praktyce doradczej FIG Polska.	Przeprowadza analizy strategiczne.	Test teoretyczny
	Przeprowadza diagnozę strategiczną w formie wniosków KLP/BI.	Test teoretyczny
	Formułuje misję, wizję i wartości firmy.	Test teoretyczny
	Formułuje i strukturyzuje cele finansowe i biznesowe,	Test teoretyczny
	Formułuje strategię główną oraz strategię w różnych obszarach przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny
	Stosuje różne strategie konkurencji na rynku.	Test teoretyczny
	Weryfikuje jakość strategii w oparciu o model finansowy DCF.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji (certyfikat) zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, dokument (certyfikat) potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Program

Pierwszy dzień (9.00 - 17.00)

Czynniki decydujące o sukcesie strategii

1. Wprowadzenie: cele seminarium, poznanie się Uczestników i test wprowadzający.
2. Jak zidentyfikować źródła trwałego sukcesu przedsiębiorstwa? Przykłady strategii sukcesu. – **Przykłady**
3. Czym jest strategia firmy i co tworzy jej wyjątkowość? – **Dyskusja moderowana i ćwiczenie**
4. Etapy budowy strategii firmy. Co zawiera strategia firmy?
5. Rola zarządu i top managementu w wyborze, budowie i wdrażaniu strategii. – „**Best practice**” doradztwa strategicznego
6. Strategia grupy kapitałowej a jednostek biznesowych. Czym się różnią? Typy i zadania spółek holdingowych. – **Przykłady**
7. Zmieniające się otoczenie jako układ szans i zagrożeń. Jak analizować trendy i zjawiska oraz wyciągnąć z nich właściwe wnioski? – **Ćwiczenie**
8. Jak ocenić pozycję konkurencyjną firmy? Skwantyfikowana Analiza Strategiczna (SAS) oparta na prognozach.
 - 8.1. Z kim konkurujemy? Badanie struktury rynku z wykorzystaniem „Map Grup Strategicznych” i „Modelu oceny sił konkurencji”.
 - 8.2. Jak odkrywać szanse płynące z rynków? Analiza otoczenia, pomiar wielkości oraz wartości rynków / segmentów (badania ilościowe).
 - 8.3. Kluczowe Czynniki Sukcesu (KCS) w branży. Jak ocenić naszą firmę na tle konkurentów? Wybór metod i zakresu analizy.
 - 8.4. Jak ocenić zdolność firmy do kształtowania przewagi konkurencyjnej? Wykorzystanie wskaźników – KPI’ów i benchmarków w analizie wewnętrznej firmy. – **Case Study, Ćwiczenia**
9. Bilans strategiczny na podstawie skwantyfikowanej analizy strategicznej – zalecane strategie.
10. Podsumowanie dnia.

Drugi dzień (9.00 - 17.00)

Sztuka wyboru strategii rynkowo-produktowych

1. Powtórzenie zagadnień z pierwszego dnia seminarium.
2. Diagnoza strategiczna, czyli jakie możliwości posiada moja firma na rynku? Definiowanie propozycji działań rozwojowych wykorzystując szanse płynące z otoczenia i mocne strony firmy (Key Leverage Point) oraz propozycji działań naprawczych i poprawy efektywności uwzględniając zagrożenia płynące z otoczenia i słabe strony przedsiębiorstwa (Business Implications). – **Ćwiczenie**
3. Wybór tematów strategicznych w oparciu o diagnozę strategiczną. – **Ćwiczenie**
4. Jak wyrazić aspiracje przedsiębiorstwa? Definiowanie wizji przedsiębiorstwa. – **Ćwiczenie**
5. Jak ukierunkować myślenie strategiczne i zmienić orientację firmy? Definiowanie misji i wartości organizacji. – **Ćwiczenie**
6. Jak powiązać wizję firmy z celami finansowymi? Formułowanie strategicznych celów finansowych zgodnych z metodyką SMART oraz spełniających oczekiwania akcjonariuszy i innych interesariuszy. – **Ćwiczenie**
7. Strategie stymulowania wyników finansowych: strategie wzrostu, efektywności i kombinowane. Poszukiwanie źródeł wzrostu i poprawy wyników finansowych. – **Przykłady**
8. Cele rynkowe i miary ich realizacji (KPI).
9. Strategie rynkowe. Które rynki / segmenty gwarantują sukces biznesowy i finansowy? Scenariusze i opcje strategiczne oraz kryteria ich oceny.
 - 9.1. Segmentacja i strategiczne wybory rynków docelowych (target groups).
 - 9.2. Identyfikacja Inicjatyw Strategicznych w obszarach rynkowych. – **Ćwiczenie**
10. Strategia produktowa. Jak zbudować atrakcyjne portfolio produktów? Kryteria oceny atrakcyjności produktów i usług.
 - 10.1. Strategia B+R w zarządzaniu innowacjami. – **Ćwiczenie**
11. Jak zwiększyć jednocześnie sprzedaż i marżę? Budowa propozycji wartości dla strategicznych grup klientów opartych na wyróżnikach z wykorzystaniem Macierzy Wartości. – **Warsztat**
12. Wyróżniki konkurencyjne a strategia konkurowania na rynkach: przywództwa dzięki innowacjom, zażyłości z klientami lub doskonałości operacyjnej. – **Przykłady**
13. Podsumowanie dnia.

Trzeci dzień (9.00 - 16.00)

Budowa modelu biznesowego i programów działań

1. Powtórzenie zagadnień z drugiego dnia seminarium.
2. Wyróżniki konkurencyjne a model biznesowy. Które procesy w organizacji budują przewagi konkurencyjne? Wybór unikalnego modelu biznesowego opartego na łańcuchu wartości.

- 2.1. Wybór celów i projektów strategicznych gwarantujących dostarczanie wartości klientom przy optymalnych kosztach.
- 2.2. Kiedy budować strategię funkcjonalną? Analiza łańcucha wartości. – **Ćwiczenie**
3. Strategiczne zasoby i kompetencje firmy jako czynniki warunkujące powodzenie strategii rozwoju firmy.
 - 3.1. Które umiejętności i kompetencje rozwijać, aby osiągnąć trwały sukces finansowy? – **Ćwiczenie**
4. Jak opracować „Program Strategicznych Działań” gwarantujący osiągnięcie celów strategicznych? – **Przykłady z praktyki**
5. Mapa strategii jako narzędzie opisujące strategię w formie zbioru celów powiązanych w związku przyczynowo-skutkowe. – **Ćwiczenie**
6. Jak sprawdzić, czy strategia buduje czy niszczy wartość firmy? Biznesplan finansowy jako narzędzie pomiaru wartości strategii. – **Ćwiczenie**
7. Wprowadzenie do Balanced Scorecard jako narzędzia implementacji strategii wzrostu wartości firmy.
8. Najczęstsze błędy w procesie budowy i wdrażania strategii. Jak ich unikać? – **Doświadczenia z biznesu**
9. Podsumowanie zajęć.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 31

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 31 Wprowadzenie: cele seminarium, poznanie się Uczestników i test wprowadzający.	Piotr Szpindler	04-06-2024	09:00	09:30	00:30
2 z 31 Jak zidentyfikować źródła trwałego sukcesu przedsiębiorstwa ? Przykłady strategii sukcesu.	Piotr Szpindler	04-06-2024	09:30	10:50	01:20
3 z 31 Czym jest strategia firmy i co tworzy jej wyjątkowość? – Dyskusja moderowana i ćwiczenie	Piotr Szpindler	04-06-2024	10:50	11:30	00:40
4 z 31 Etapy budowy strategii firmy. Co zawiera strategia firmy?	Piotr Szpindler	04-06-2024	11:30	12:20	00:50

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 31 Rola zarządu i top managementu w wyborze, budowie i wdrażaniu strategii. – „Best practice” doradztwa strategicznego	Piotr Szpindler	04-06-2024	12:20	14:00	01:40
6 z 31 Strategia grupy kapitałowej a jednostek biznesowych. Czym się różnią? Typy i zadania spółek holdingowych.	Piotr Szpindler	04-06-2024	14:00	14:30	00:30
7 z 31 Zmieniające się otoczenie jako układ szans i zagrożeń. Jak analizować trendy i zjawiska oraz wyciągnąć z nich właściwe wnioski?	Piotr Szpindler	04-06-2024	14:30	15:00	00:30
8 z 31 Jak ocenić pozycję konkurencyjną firmy? Skwantyfikowana Analiza Strategiczna (SAS) oparta na prognozach.	Piotr Szpindler	04-06-2024	15:00	15:50	00:50
9 z 31 Podsumowanie dnia.	Piotr Szpindler	04-06-2024	15:30	16:00	00:30
10 z 31 Bilans strategiczny na podstawie skwantyfikowanej analizy strategicznej – zalecane strategie.	Piotr Szpindler	04-06-2024	15:50	16:30	00:40

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 31 Powtórzenie zagadnień z pierwszego dnia seminarium.	Piotr Szpindler	05-06-2024	09:00	09:30	00:30
12 z 31 Diagnoza strategiczna, czyli jakie możliwości posiada moja firma na rynku? Definiowanie propozycji działań rozwojowych wykorzystując szanse płynące z otoczenia i mocne strony firmy	Piotr Szpindler	05-06-2024	09:30	10:50	01:20
13 z 31 Wybór tematów strategicznych w oparciu o diagnozę strategiczną	Piotr Szpindler	05-06-2024	10:50	11:15	00:25
14 z 31 Jak wyrazić aspiracje przedsiębiorstwa ? Definiowanie wizji przedsiębiorstwa . – Ćwiczenie	Piotr Szpindler	05-06-2024	11:15	11:30	00:15
15 z 31 Jak ukierunkować myślenie strategiczne i zmienić orientację firmy? Definiowanie misji i wartości organizacji.	Piotr Szpindler	05-06-2024	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 31 Jak powiązać wizję firmy z celami finansowymi? Formułowanie strategicznych celów finansowych zgodnych z metodyką SMART oraz spełniających oczekiwania akcjonariuszy i innych interesariuszy. – Ćwiczenie	Piotr Szpindler	05-06-2024	12:00	14:00	02:00
17 z 31 Strategie stymulowania wyników finansowych: strategie wzrostu, efektywności i kombinowane. Poszukiwanie źródeł wzrostu i poprawy wyników finansowych. – Przykłady	Tadeusz Woźniak	05-06-2024	14:00	14:30	00:30
18 z 31 Cele rynkowe i miary ich realizacji (KPI)	Tadeusz Woźniak	05-06-2024	14:30	15:00	00:30
19 z 31 Strategie rynkowe. Które rynki / segmenty gwarantują sukces biznesowy i finansowy? Scenariusze i opcje strategiczne oraz kryteria ich oceny.	Tadeusz Woźniak	05-06-2024	15:00	15:50	00:50

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 31 Strategia produktowa. Jak zbudować atrakcyjne portfolio produktów? Kryteria oceny atrakcyjności produktów i usług.	Tadeusz Woźniak	05-06-2024	15:50	16:20	00:30
21 z 31 Jak zwiększyć jednocześnie sprzedaż i marżę? Budowa propozycji wartości dla strategicznych grup klientów opartych na wyróżnikach z wykorzystaniem Macierzy Wartości. – Warsztat	Tadeusz Woźniak	05-06-2024	16:20	16:30	00:10
22 z 31 Wyróżniki konkurencyjne a strategia konkurowania na rynkach: przywództwa dzięki innowacjom, zażyłości z klientami lub doskonałości operacyjnej. – Przykłady Podsumowanie dnia.	Tadeusz Woźniak	05-06-2024	16:30	17:00	00:30
23 z 31 Powtórzenie zagadnień z drugiego dnia seminarium.	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 31 Wyróżniki konkurencyjne a model biznesowy. Które procesy w organizacji budują przewagi konkurencyjne? Wybór unikalnego modelu biznesowego opartego na łańcuchu wartości.	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	09:30	10:50	01:20
25 z 31 Strategiczne zasoby i kompetencje firmy jako czynniki warunkujące powodzenie strategii rozwoju firmy.	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	10:50	11:30	00:40
26 z 31 Jak opracować „Program Strategicznych Działań” gwarantujący osiągnięcie celów strategicznych? – Przykłady z praktyki	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	11:30	14:00	02:30
27 z 31 Mapa strategii jako narzędzie opisujące strategię w formie zbioru celów powiązanych w związku przyczynowo-skutkowe.	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	14:00	14:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
28 z 31 Jak sprawdzić, czy strategia buduje czy niszczy wartość firmy? Biznesplan finansowy jako narzędzie pomiaru wartości strategii. – Ćwiczenie	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	14:30	14:50	00:20
29 z 31 Wprowadzenie do Balanced Scorecard jako narzędzia implementacji strategii wzrostu wartości firmy.	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	14:50	15:10	00:20
30 z 31 Najczęstsze błędy w procesie budowy i wdrażania strategii. Jak ich unikać? – Doświadczenia z biznesu	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	15:10	15:30	00:20
31 z 31 Podsumowanie zajęć.	Tadeusz Woźniak	06-06-2024	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 396,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	278,09 PLN
Koszt osobogodziny netto	226,09 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Piotr Szpindler

Ekspert wspierający tworzenie wartości firm oraz budowę ich przewagi konkurencyjnej poprzez efektywną identyfikację możliwości rozwojowych, inicjowanie kierunków poszerzania działalności, współtworzenie i implementację strategii biznesowych.

Doświadczony Prezes Zarządu/ Dyrektor Handlowy z udokumentowanymi sukcesami w zakresie kreowania i realizacja strategii marketingowo-sprzedażowej, inicjowania i zarządzania projektami związanymi z rozwojem produktów oraz optymalizacją działań operacyjnych.

Obecnie zajmuje się doradztwem strategicznym oraz operacyjnym wsparciem Zarządów w zakresie tworzenia i wdrażania strategii.

W latach 2014-2016 Prezes Zarządu/ Członek Zarządu w spółkach Grupy Kapitałowej ZPUE S.A. Współautor strategii rozwoju grupy ZPUE na lata 2016-2020 członek TOP Managementu – grupy osób wybranych ze wszystkich spółek grupy kapitałowej, powołanej do wyboru i ustalenia strategii dalszej ekspansji łącznie z wyborem narzędzi jej realizacji.



2 z 2

Tadeusz Woźniak

Przedsiębiorca, doradca biznesowy, mentor i mówca motywacyjny.

Założyciel i Dyrektor Generalny Francuskiego Instytutu Gospodarki Polska. Ekspert i trener z ponad 30 letnim doświadczeniem w zakresie zarządzania strategicznego, marketingowego i finansowego.

Jako ekspert i doradca wspiera właścicieli, zarządy i top management w opracowaniu i wdrożeniu strategii rozwoju przedsiębiorstw ukierunkowanych na wzrost wartości oraz programów poprawy efektywności operacyjnej przedsiębiorstw.

Opracował i nadzorował wdrożenie długoterminowych strategii rozwoju polskich i zagranicznych przedsiębiorstw m.in. Agis Fire & Security (Spie), All Windows, Ambra, Boryszew, Browary Perła, Ciech, Eco, EFL Credit Agricole, Egis, Elektrotim, Exatel, Grupa Azoty, Kross, Medisept, Mercor, Met-Eurosystem, MZA w Warszawie, Osadkowski, Pafana, PCO, Pekaes, Pekpol, Pilkington Automotive Poland, PIT Radwar, Raiffeisen Leasing, Rockwool, Scandinavian Tobacco, Stalprodukt, TU Inter, Yawal, Wolters Kluwer, ZPUE.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Segregatory z prezentacją i miejscem na notatki, skrypt, ćwiczenia, skrypt z bazą wiedzy.

Warunki uczestnictwa

Przesłanie podpisanej przez Decydenta karty zgłoszenia wraz z pieczętą firmową na adres:
biuro@figpolska.pl

* Warunkiem przyjęcia zgłoszenia Uczestników korzystających z dofinansowania BUR jest akceptacja specjalnych warunków zgłoszenia (specjalny formularz dostępny na stronie www.figpolska.pl).

UWAGA: Do podanej wyżej ceny szkolenia zostaną doliczone koszty niekwalifikowane wysokości 200zł/dzień szkolenia. Zamawiający otrzyma dwie faktury za usługę w podziale na koszty kwalifikowane i niekwalifikowane.

Więcej informacji w biurze FIG Polska – tel. +48 22 823 42 83 lub na stronie www.figpolska.pl.

Informacje dodatkowe

* Warunkiem przyjęcia zgłoszenia Uczestników korzystających z dofinansowania BUR jest akceptacja specjalnych warunków zgłoszenia (specjalny formularz dostępny na stronie www.figpolska.pl).

UWAGA: Do podanej wyżej ceny szkolenia zostaną doliczone koszty niekwalifikowane wysokości 200zł/dzień szkolenia. Zamawiający otrzyma dwie faktury za usługę w podziale na koszty kwalifikowane i niekwalifikowane.

Więcej informacji w biurze FIG Polska – tel. +48 22 823 42 83 lub na stronie www.figpolska.pl.

Segregatory z prezentacją i miejscem na notatki, skrypt, ćwiczenia, skrypt z bazą wiedzy.

Adres

ul. Towarowa 2

00-811 Warszawa

woj. mazowieckie

Warszawa, hotel Golden Tulip ****

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami

Kontakt



Beata Michalak

E-mail beata.michalak@figpolska.pl

Telefon (+48) 22 8234 283