



Symulator Biznesu  
Spółka Jawna Anna  
Błońska Michał  
Błoński



## Strategie marketingu wizualnego w czasie kryzysu przedsiębiorstwa: budowa marki i wzrost atrakcyjności oferty.

Numer usługi 2024/06/22/140553/2193361

Toruń / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Usługa szkoleniowa

26 h

30.10.2024 do 04.12.2024

5 434,00 PLN brutto

5 434,00 PLN netto

209,00 PLN brutto/h

209,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikator projektu</b>	Akademia HR
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Właściciele przedsiębiorstw. Sukcesorzy przedsiębiorstw. Kadra zarządzająca placówkami handlowymi. Menadżerowie zarządzający zorganizowanymi sieciami handlowymi. Pracownicy działu sprzedaży oraz zakupu.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	4
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	16
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	25-10-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
<b>Liczba godzin usługi</b>	26
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Celem szkolenia z visual marketingu w przedsiębiorstwie z przejściowymi problemami finansowymi jest nabycie umiejętności tworzenia efektywnych i niskokosztowych kampanii wizualnych, które przyciągną klientów, zwiększą sprzedaż oraz poprawią wizerunek firmy, wspierając tym samym stabilizację finansową przedsiębiorstwa.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wymienia i opisuje kluczowe pojęcia, opisujące najważniejsze techniki związane z visual marketingiem (VM, doświadczenie Klienta- CX, Ścieżka Klienta, Planogram, Rotacja, Chromarketing, Aromamarketing, Audiomarketing, Crossmerchandising, itd.)	Potrafi wymienić i krótko opisać każde z kluczowych pojęć/technik	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Zna i rozumie najważniejsze techniki prezentacji towaru na półce sklepowej (i dowolnym urządzeniu ekspozycyjnym) – pw. reguła prawej ręki, reguła lewego oka, reguła wysokości wzroku, zasada obfitości, facing, FIFO)	Potrafi wymienić i wprowadzić w życie każde z kluczowych pojęć/technik. Rozumie wagę stosowanych zasad i reguł dla sprzedaży i podnoszenia zysków.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
Zna podstawowe i zaawansowane techniki prosprzedażowe stosowane w visual marketingu (p.w. rotacja, multifacing, hot-spot, zestawianie, cross-merchandising, produkty magnesy vs produkty impulsywne, bestsellery vs worstsellery)	Potrafi wymienić i wprowadzić w życie każde z kluczowych pojęć/technik. Rozumie wagę stosowanych zasad i reguł dla sprzedaży i podnoszenia zysków.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Rozumie znaczenie prawidłowo zaplanowanej Ścieżki Klienta w procesie sprzedaży i obsługi Klienta. Rozumie znaczenie Strefy Wejścia, Strefy Kasy, Stref Ciepłych i Zimnych.	Potrafi wymienić i wprowadzić w życie każde z kluczowych pojęć/technik. Rozumie wagę stosowanych zasad i reguł dla sprzedaży i podnoszenia zysków.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Zarządza ekspozycją przy pomocy technik visual marketingu : planogramu oraz Ścieżki Klienta.	Potrafi zaplanować poprawną, skuteczną, prosprzedażową Ścieżkę Klienta. Potrafi zaplanować ekspozycję towaru przy pomocy planogramu.	Test teoretyczny
		Test teoretyczny
Rozumie znaczenie visual marketingu dla skuteczności ekspozycji i sklepu/przedsiębiorstwa jako takiego oraz w sytuacjach kryzysowych. Potrafi w sposób skuteczny wdrożyć strategię VM sklepu/przedsiębiorstwa.	Przygotowuje plan zmiany (poprawy) strategii VM mającej na celu podniesienie wyniku marżowego sklepu/przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Potrafi zaplanować ekspozycję ścian, mebli wolnostojących i innych urządzeń ekspozycyjnych z uwzględnieniem analizy ekonomicznej i marketingowej przestrzeni,	Przygotowuje ekspozycje wg wyznaczonych kryteriów. Znajduje, określa i definiuje błędy w omawianych przykładach i symulacjach. Potrafi wskazać możliwe poprawne rozwiązania.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Rozumie znaczenie chroma-, aroma- i audiomarketingu. Wie, jak skutecznie używać tych narzędzi w celu poprawy wizerunku przedsiębiorstwa, jakości doświadczenia sprzedażowego i podniesienia zysków.	Potrafi wymienić i wprowadzić w życie każde z kluczowych pojęć/technik. Rozumie wagę stosowanych zasad i reguł dla wizerunku przedsiębiorstwa, sprzedaży i podnoszenia zysków.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

## Cel biznesowy

Szkolenie ma na celu wyposażenie uczestników w wiedzę i umiejętności niezbędne do efektywnego zarządzania rentownością przedsiębiorstwa handlowego, radzenia sobie ze zmieniającymi się warunkami poprzez zrozumienie i zastosowanie kluczowych wskaźników rachunkowości zarządczej, jak i zasad visual marketingu. Dzięki temu uczestnicy będą mogli podejmować świadome decyzje strategiczne, optymalizować procesy operacyjne, skutecznie zarządzać ekspozycją, wpływać na pozytywne doświadczenie Klientów, dbać o wizerunek przedsiębiorstwa, minimalizować koszty i maksymalizować zyski, co w efekcie przyczyni się do zwiększenia konkurencyjności i stabilności finansowej ich przedsiębiorstw.

Szczegółowe cele szkolenia:

1. Efektywne zarządzanie ekspozycją ma ogromny wpływ na wyniki finansowe przedsiębiorstwa. Uczestnicy szkolenie zdobędą praktyczną wiedzę na temat visual marketingu, zastosują tą wiedzę w praktyce, nauczą się skutecznie podnosić zysk przedsiębiorstwa i minimalizować straty poprzez wprowadzenie technik visual marketingu w życie
2. Właściwie zaplanowana i wdrożona strategia visual marketingu to idealne narzędzie wspierające rentowność przedsiębiorstwa. Nie wymaga dużych nakładów finansowych, jest sprawdzone, logiczne i skuteczne. Uczestnicy szkolenia nauczą się jak szybko i efektywnie podnieść rentowność ekspozycji.
3. Visual marketing wpływa na odbiór przedsiębiorstwa przez Klientów, na ich nastawienie i doświadczenie. Uczestnicy szkolenia nauczą się, jak wpływać na Klientów, zwiększać ilość Klientów powracających, stałych i lojalnych, co w prosty sposób przyczyni się do zwiększenia obrotów i podniesienia rentowności przedsiębiorstwa.
4. Współczesne, innowacyjne przedsiębiorstwo nie może nie stosować zasad visual marketingu. Uczestnicy szkolenia nauczą się nowoczesnych metod budowania marki poprzez techniki visual marketingu. Poprawi się atrakcyjność wizualna placówki i jej konkurencyjność na rynku.

## Efekt usługi

Efektom szkolenia „Strategie marketingu wizualnego w czasie kryzysu przedsiębiorstwa: budowa marki i wzrost atrakcyjności oferty.” będzie wyposażenie uczestników w wiedzę niezbędną do efektywnego budowania strategii marketingowej przedsiębiorstwa poprzez:

**Efektywne zarządzanie ekspozycją:**

1. • Implementacja zasad visual marketingu przyczyni się do bardziej skutecznego i rentownego zarządzania ekspozycją
2. **Poprawę wizerunku przedsiębiorstwa:**
  - Wprowadzenie zasad współczesnego visual marketingu poprawi wizerunek marki, wpłynie na pozytywne doświadczenie Klientów, pozwoli na wypozyjonowanie się przedsiębiorstwa jako konkurencyjnego, innowacyjnego i przyjaznego.

## Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

1. Testy wiedzy i egzamin końcowy: Przeprowadzenie testów wiedzy na początku i na końcu szkolenia w celu oceny zdobytej wiedzy teoretycznej. Egzamin końcowy może obejmować zarówno pytania teoretyczne, jak i praktyczne zadania związane z agregacją dokumentów magazynowych.
2. Praktyczne ćwiczenia i studia przypadków: Uczestnicy będą brać udział w praktycznych ćwiczeniach oraz analizować studia przypadków związane z realnymi problemami zarządzania magazynem w przedsiębiorstwach handlowych. Weryfikacja poprawności i jakości wykonania tych zadań pozwoli na ocenę umiejętności praktycznych.
3. Projekty grupowe i prezentacje: Realizacja projektów grupowych, gdzie uczestnicy będą musieli przeprowadzić analizę problemów w zarządzaniu gospodarką magazynową wybranego przedsiębiorstwa handlowego, opracować plan optymalizacji procesów i zaprezentować swoje wyniki. Kryteria oceny będą obejmować jakość analizy, trafność wniosków oraz umiejętność prezentacji.
4. Ocena udziału i zaangażowania: Ocena zaangażowania uczestników w dyskusje, ćwiczenia i aktywności szkoleniowe przez prowadzących. Wysoki poziom aktywności i zaangażowania świadczy o przyswojeniu wiedzy i umiejętności.
5. Ankiety ewaluacyjne: Przeprowadzenie ankiet ewaluacyjnych wśród uczestników po zakończeniu szkolenia w celu zebrania opinii na temat jakości szkolenia oraz samooceny zdobytych kompetencji.
6. Śledzenie postępów w miejscu pracy: W przypadku szkoleń organizowanych dla pracowników konkretnego przedsiębiorstwa, możliwe jest śledzenie postępów uczestników w ich miejscu pracy, ocena wdrożenia zdobytej wiedzy i umiejętności w praktyce oraz ocena ich wpływu na sposób zarządzania przedsiębiorstwem.

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokumentem potwierdzającym uzyskanie kompetencji jest certyfikat ukończenia szkolenia na którym zawarte są efekty uczenia się.

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

Kryteria oceny zostały określone jako jednoznaczne, realne oraz możliwe do zweryfikowania. Podczas walidacji zostanie określone czy dany efekt uczenia się został osiągnięty biorąc pod uwagę kryteria ich weryfikacji.

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

W ramach usługi kompetencyjnej realizator szkolenia zapewnia drugą osobę do przeprowadzenia walidacji.

## Program

Szkolenie obejmuje następujące tematy:

- Visual marketing – definicja, rola, podstawowe zasady.
- Zaawansowane techniki visual marketingu – dostosowanie technik i narzędzi do współczesności, zmieniającego się otoczenia. Visual marketing jako planowanie doświadczenia zakupowego.
- Ścieżka Klienta jako współczesna technika VM wpływająca na sprzedaż, budowanie marki i doświadczenie Klienta

- Strefa Kasy jako ważne miejsce sprzedażowe i marketingowe
- Otoczenie sklepu, fasada, witryna jako ważne miejsca sprzedażowe, ale i miejsca budowania wizerunku i komunikowania marki
- Strategie ożywienia sklepu spożywczego przez wprowadzenie technik VM
- Planogram i inne techniki planowania skutecznej, rentownej i przyjaznej ekspozycji towaru na półce sklepowej
- Podstawowe i zaawansowane techniki prosprzedażowe stosowane w visual marketingu
- Budowa wizerunku sklepu (w tym: chroma-, audio- i aroma- marketing)
- Praca nad atrakcyjnością oferty sprzedażowej.
- Podsumowanie

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 28

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>1 z 28</b> Wprowadzenie do szkolenia. Zasady. Kontrakt szkoleniowy. Test wiedzy - pretest	-	30-10-2024	09:00	09:15	00:15	Nie
<b>2 z 28</b> Wprowadzenie do zaawansowanego visual marketingu.	Wojciech Skulski	30-10-2024	09:15	10:00	00:45	Tak
<b>3 z 28</b> Ścieżka Klienta – skuteczna technika visual marketingu.	Wojciech Skulski	30-10-2024	10:00	11:00	01:00	Tak
<b>4 z 28</b> Przerwa kawowa.	Wojciech Skulski	30-10-2024	11:00	11:15	00:15	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
5 z 28 Ścieżka Klienta – analiza przypadków, techniki zaawansowane. Ćwiczenia i symulacje.	Wojciech Skulski	30-10-2024	11:15	13:00	01:45	Tak
6 z 28 Przerwa obiadowa	Wojciech Skulski	30-10-2024	13:00	13:30	00:30	Tak
7 z 28 Visual marketing w strefie Kasy vs Visual Marketing w strefie Wejścia. Jak budować wizerunek nie obniżając sprzedaży.	Wojciech Skulski	30-10-2024	13:30	14:30	01:00	Tak
8 z 28 Przerwa Kawowa	Wojciech Skulski	30-10-2024	14:30	14:45	00:15	Tak
9 z 28 Visual marketing na fasadzie, witrynie i w otoczeniu sklepu. Budowanie marki poprzez skuteczne techniki VM.	Wojciech Skulski	30-10-2024	14:45	15:45	01:00	Tak
10 z 28 Weryfikacja wiedzy - Post test	-	30-10-2024	15:45	16:00	00:15	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
11 z 28 Konsultowanie indywidualnie (per NIP) przygotowanych przez uczestników nowych/poprawionych Ścieżek Klienta w ich placówkach	Wojciech Skulski	05-11-2024	09:00	11:00	02:00	Nie
12 z 28 Przerwa kawowa	Wojciech Skulski	05-11-2024	11:00	11:15	00:15	Nie
13 z 28 Konsultowanie indywidualnie (per NIP) przygotowanych przez uczestników nowych strategii żywienia (ich) sklepu spożywczego	Wojciech Skulski	05-11-2024	11:15	13:00	01:45	Nie
14 z 28 Weryfikacja wiedzy - Post test	-	13-11-2024	09:00	09:15	00:15	Nie
15 z 28 Budowa wizerunku placówki dzięki wdrożeniu kreatywnych strategii marketingowych w wymagających czasach	Wojciech Skulski	13-11-2024	09:15	11:00	01:45	Tak
16 z 28 Przerwa kawowa	Wojciech Skulski	13-11-2024	11:00	11:15	00:15	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<p>17 z 28</p> <p>Planowanie vs wdrażanie. Kreatywność vs sprzedaż. Praktyczne rozwiązania przy wdrażaniu strategii VM. Techniki sprzedażowe VM.</p>	Wojciech Skulski	13-11-2024	11:15	13:00	01:45	Tak
<p>18 z 28</p> <p>Przerwa obiadowa</p>	Wojciech Skulski	13-11-2024	13:00	13:30	00:30	Tak
<p>19 z 28</p> <p>Innowacyjne budowanie wizerunku sklepu – chroma-, audio-, aroma – marketing i inne narzędzia VM wpływające na doświadczenie Klienta</p>	Wojciech Skulski	13-11-2024	13:30	14:30	01:00	Tak
<p>20 z 28</p> <p>Przerwa kawowa</p>	Wojciech Skulski	13-11-2024	14:30	14:45	00:15	Tak
<p>21 z 28</p> <p>Strategia marketingowe wpływające na lojalność Klienta. Jak zdobyć stałych i powracających Klientów, jak być konkurencyjnym na rynku.</p>	Wojciech Skulski	13-11-2024	14:45	15:45	01:00	Tak
<p>22 z 28</p> <p>Weryfikacja wiedzy - Post test</p>	-	13-11-2024	15:45	16:00	00:15	Nie



Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<p><b>23 z 28</b></p> <p>Konsultowanie indywidualnie (per NIP) przygotowanych przez uczestników nowych/poprawionych pod względem atrakcyjności wizualnej planogramów.</p>	Wojciech Skulski	27-11-2024	09:00	11:00	02:00	Nie
<p><b>24 z 28</b></p> <p>Przerwa kawowa.</p>	Wojciech Skulski	27-11-2024	11:00	11:15	00:15	Tak
<p><b>25 z 28</b></p> <p>Konsultowanie indywidualnie (per NIP) przygotowanych przez uczestników pozostałych elementów strategii VM. Podsumowanie części szkolenia dot. visual marketingu. Wnioski</p>	Wojciech Skulski	27-11-2024	11:15	13:00	01:45	Nie
<p><b>26 z 28</b></p> <p>Praktyczne wnioski oraz dalsze kroki wdrożeniowe mające na celu przezwycięzenie okresowych trudności finansowych.</p>	Marek Szabat	04-12-2024	09:00	11:00	02:00	Tak
<p><b>27 z 28</b></p> <p>Przerwa kawowa</p>	Marek Szabat	04-12-2024	11:00	11:30	00:30	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<span style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px;">28 z 28</span> Podsumowanie warsztatów, przekazanie kart z wnioskami postszkoleniowymi.	Marek Szabat	04-12-2024	11:30	13:00	01:30	Tak

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 434,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 434,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	209,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	209,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

### Wojciech Skulski

Absolwent Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz AGH w Krakowie. Ponad dwadzieścia lat temu odkrył visual merchandising (VM), który szybko stał się jego pasją i zawodem. Od kilku lat zajmuje się również projektowaniem doświadczeń Klienta (CX). W swoim portfolio może pochwalić się pracą dla m.in.: Tatum, Tommy Hilfiger, Timberland, Symbiosis, Sizeer, 50 Style, Umbro, Lacoste, Bench., Caterina, Gino Rossi, Losan, Estimote, Empik, C.H. Serenada, Kraków Story, Yu Retail, The North Face, Vans.

Od kilkunastu lat prowadzi kursy i szkolenia w Polsce i zagranicą. Przeprowadził warsztaty VM m.in. w trakcie łódzkiego Fashion Weeku, Business talks Fashion, Małopolskiej Nocy Naukowców.

Wykładowca visual merchandisingu i projektowania witryn oraz projektowania CX w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie oraz w Szkole Wyższej VIAMODA w Warszawie.

Współpracował z Akademią Stylu (Warszawa, Kraków) oraz Krakowskimi Szkołami Artystycznymi.

W ciągu ostatnich 5 lat licząc od daty usługi, prowadził szkolenia o tej samej oraz pokrewnej tematyce. Posiada ponad 150 godzin doświadczenia w szkoleniach ze wskazanego zakresu tematycznego, przeprowadzonych w przeciągu ostatnich 24 miesięcy



2 z 2

## Marek Szabat

Ekspert z 15 letnim doświadczeniem w zarządzaniu przedsiębiorstwami handlowymi. Specjalizuje się w optymalizacji procesów oraz marż realizowanych przez przedsiębiorstwa handlowe.

Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu na kierunku Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze oraz Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym.

W ciągu ostatnich 5 lat licząc od daty usługi, prowadził szkolenia o tej samej oraz pokrewnej tematyce. Posiada ponad 120 godzin doświadczenia w szkoleniach ze wskazanego zakresu tematycznego, przeprowadzonych w ciągu ostatnich 24m-cy

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Szkolenie realizowane metodami interaktywnymi, praca w oparciu o dedykowaną aplikację, ćwiczenia grupowe i indywidualne, filmy szkoleniowe, analizy doświadczeń użytkowników, dzięki czemu zdobędą wiedzę oraz rozwiną umiejętności, postawy i zachowania.

Podczas szkolenia przewidziane są:

2 przerwy kawowe x 15 min

1 przerwa x 30 min

## Warunki techniczne

Usługa zdalna będzie realizowana za pomocą google meets.

Walidacja będzie przeprowadzona za pomocą platformy [biznes.projekt481.pl](https://biznes.projekt481.pl). Użytkownicy muszą mieć dostęp do stabilnego łącza internetowego oraz komputera lub smartfonu.

## Adres

ul. Podgórska 12A

87-100 Toruń

woj. kujawsko-pomorskie

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

## Kontakt



### Anna Błońska

**E-mail** [anna.blonska@symulator-biznesu.pl](mailto:anna.blonska@symulator-biznesu.pl)

**Telefon** (+48) 691 432 145