



MY LIFE SP. Z O.O.



## Budowanie zintegrowanych strategii komunikacyjnych – branding, Public Relations, marketing.

Numer usługi 2024/09/03/52635/2291916

📍 zdalna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 57 h

📅 01.10.2024 do 22.10.2024

12 084,00 PLN brutto

12 084,00 PLN netto

212,00 PLN brutto/h

212,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie dedykowane pracownikom firmy Euro Polska Sieć Handlowa Sp.z o.o.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	4
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	30-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna
<b>Liczba godzin usługi</b>	57
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Szkolenie "Budowanie zintegrowanych strategii komunikacyjnych – branding, Public Relations, marketing" przygotowuje uczestnika do umiejętnego wykorzystywania wiedzy w zakresie planowania i realizacji nowoczesnych, zintegrowanych strategii marketingowych, umożliwiającą tworzenie stabilnych, wyróżniających się marek swoich firm.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje kluczowe komponenty strategii i ich znaczenie dla organizacji	Opisuje elementy składające się na strategię (cele, misja, wizja).	Test teoretyczny
	Wyjaśnia rolę każdego komponentu w osiągnięciu sukcesu strategicznego.	Test teoretyczny
	Wskazuje przykłady zastosowania komponentów strategii w różnych branżach.	Test teoretyczny
Analizuje trendy i innowacje w planowaniu strategii	Wymienia aktualne trendy i innowacje w dziedzinie strategii.	Test teoretyczny
	Porównuje różne podejścia do strategii w kontekście nowoczesnych trendów.	Test teoretyczny
	Określa wpływ innowacji technologicznych na strategię biznesową.	Test teoretyczny
Opisuje proces projektowania i wdrażania strategii	Rozpoznaje etapy projektowania strategii.	Test teoretyczny
	Wyjaśnia kluczowe kroki w procesie wdrażania strategii.	Test teoretyczny
	Prezentuje przykłady skutecznego wdrożenia strategii w praktyce.	Test teoretyczny
Stosuje techniki segmentacji rynku do tworzenia profili klientów	Opracowuje segmenty rynku na podstawie dostępnych danych.	Test teoretyczny
	Tworzy szczegółowe profile klientów, uwzględniając różne kryteria segmentacji.	Test teoretyczny
	Analizuje efektywność segmentacji w kontekście strategii marketingowej.	Test teoretyczny
Prezentuje wyróżnik marki i opracowuje strategię pozycjonowania	Opracowuje unikalny wyróżnik dla marki, który przyciąga uwagę klientów.	Test teoretyczny
	Tworzy strategię pozycjonowania, uwzględniając wyróżnik marki.	Test teoretyczny
	Przedstawia plan działań, które wzmacniają pozycję marki na rynku.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje narzędzia analityczne do oceny efektywności strategii	Używa narzędzi do mierzenia wyników strategii (np. ROI, KPI).	Test teoretyczny
	Analizuje wyniki pomiarów i interpretuje ich znaczenie dla strategii.	Test teoretyczny
	Dostosowuje strategię na podstawie analizy wyników i rekomenduje zmiany.	Test teoretyczny
Współpracuje z zespołem przy tworzeniu i wdrażaniu strategii	Uczestniczy aktywnie w pracach zespołowych nad strategią.	Test teoretyczny
	Koordynuje działania w zespole, aby zapewnić spójność strategii.	Test teoretyczny
	Udziela i przyjmuje feedback od członków zespołu w kontekście strategii.	Test teoretyczny
Komunikuje efektywnie cele i kierunki strategii interesariuszom	Przekazuje jasno i zrozumiale cele strategii interesariuszom.	Test teoretyczny
	Używa odpowiednich narzędzi komunikacji do prezentacji strategii.	Test teoretyczny
Zarządza konfliktem i oporem podczas wdrażania strategii	Rozpoznaje potencjalne źródła konfliktów związanych z wdrażaniem strategii.	Test teoretyczny
	Przedstawia skuteczne metody radzenia sobie z trudnościami i utrzymania zaangażowania zespołu.	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

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

Tak

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

Tak

# Program

Moduł I: Wprowadzenie do planowania strategii

## 1. Myśl strategicznie, działaj taktycznie

- Różnice między strategią a taktyką
- Przykłady strategii i taktyk w różnych branżach

## 2. Czym jest strategia komunikacji?

- Definicje i kluczowe elementy strategii komunikacji
- Rola strategii komunikacji w organizacji

## 3. Dlaczego warto mieć strategię?

- Korzyści płynące z posiadania strategii
- Przykłady sukcesów wynikających z dobrze zaplanowanej strategii

## 4. Strategie w przedsiębiorstwach - główne trendy

- Nowoczesne podejścia do strategii w różnych sektorach
- Trendy w strategiach cyfrowych i technologicznych

## 5. Co powinno znaleźć się w strategii?

- Kluczowe komponenty i struktura strategii
- Analiza SWOT i inne narzędzia analityczne

## 6. Proces projektowania strategii

- Etapy projektowania strategii
- Narzędzia i techniki wspierające proces projektowania

## 7. Cele strategii oraz KPI - co chcemy i możemy osiągnąć?

- Ustalanie celów strategicznych
- Definiowanie i mierzenie KPI (wskaźników efektywności)

## 8. Analiza konkurencji i benchmarking

- Metody analizy konkurencji
- Jak benchmarking może wspierać projektowanie strategii

Moduł II: Tworzenie strategii krok po kroku

## 1. Czego chcą klienci? Profilowanie grupy docelowej

- Techniki zbierania danych o klientach
- Jak profilowanie wpływa na strategię

## 2. Efektywna segmentacja i insight w strategii

- Metody segmentacji rynku
- Przykłady insightów i jak je wykorzystać

## 3. Persony w działaniach strategicznych

- Tworzenie i wykorzystanie person w strategii
- Jak persony mogą wpływać na decyzje strategiczne

#### 4. Grupy otoczenia – dopasowanie działań strategicznych

- Identyfikacja grup otoczenia (stakeholderów)
- Strategiczne dopasowanie działań do grup otoczenia

#### 5. Planowanie strategii a cykl życia marki

- Dostosowanie strategii do etapów cyklu życia marki
- Przykłady działań strategicznych na różnych etapach

#### 6. 21 praw marketingowych w tworzeniu strategii dla marki

- Kluczowe zasady i prawa marketingowe
- Zastosowanie praw marketingowych w tworzeniu strategii

#### 7. Innowacyjne podejścia w tworzeniu strategii

- Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi i technologii
- Przykłady innowacyjnych strategii w różnych branżach

### Moduł III: Wyróżnik i pozycjonowanie marki

#### 1. Wyróżnij się, albo zgiń - pozycjonowanie strategiczne marki

- Techniki efektywnego pozycjonowania
- Analiza przypadków pozycjonowania marek

#### 2. Fioletową krową być - wyróżnik dla marki

- Koncept „fioletowej krowy” Setha Godina
- Tworzenie wyróżników, które przyciągają uwagę

#### 3. Misja, wizja i korzyści wiodące marki

- Formułowanie misji i wizji
- Jak misja i wizja wpływają na strategię marki

#### 4. Komunikaty wiodące w strategii

- Rozwijanie kluczowych komunikatów marki
- Techniki efektywnej komunikacji

#### 5. Działania wizerunkowe/ produktowe/ taktyczne/ promocyjne

- Jak integrować działania w różnych obszarach
- Przykłady skutecznych działań wizerunkowych i promocyjnych

#### 6. Zarządzanie reputacją marki

- Techniki budowania i utrzymywania reputacji
- Reakcja na kryzysy i zarządzanie reputacją

### Moduł IV: Implementacja i ewaluacja strategii

#### 1. Plan operacyjny strategii w praktyce

- Tworzenie planów operacyjnych
- Realizacja i monitorowanie działań

#### 2. Wdrożenie strategii - wewnątrz i na zewnątrz firmy

- Strategiczne wdrażanie w różnych obszarach organizacji
- Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna podczas wdrożenia

#### 3. Bariery w procesie wdrożenia strategii

- Identyfikacja i zarządzanie barierami
- Strategie radzenia sobie z oporem

#### **4. Trzy poziomy pomiaru efektywności strategii**

- Mierzenie efektywności na poziomie operacyjnym, taktowym i strategicznym
- Narzędzia i metody pomiaru

#### **5. ROI w realizacji strategii**

- Obliczanie i analiza ROI
- Przykłady ROI w różnych branżach

#### **6. Korekta i optymalizacja strategii**

- Jak dostosować strategię na podstawie wyników
- Techniki optymalizacji strategii

### Moduł V: Warsztat strategiczny

#### **1. Drzewo marki – narzędzie praktycznego planowania strategii**

- Tworzenie i analiza drzewa marki
- Jak drzewo marki wspiera planowanie strategii

#### **2. Przygotowanie przez uczestników zintegrowanej strategii komunikacyjnej dla marki**

- Praca w grupach nad rzeczywistymi przypadkami
- Prezentacja i omówienie zintegrowanych strategii

#### **3. Analiza i dyskusja nad przypadkami studiów**

- Przegląd przypadków strategii komunikacyjnych
- Dyskusja nad najlepszymi praktykami i nauką z błędów

#### **4. Tworzenie planu działania i harmonogramu wdrożenia**

- Jak stworzyć plan działania i harmonogram
- Praktyczne wskazówki na zakończenie warsztatu

### Moduł VI: Zarządzanie i rozwijanie strategii w dynamicznych warunkach

#### **1. Adaptacja strategii w zmieniającym się otoczeniu**

- Jak monitorować zmiany w otoczeniu rynkowym i adaptować strategię
- Przykłady szybkiej adaptacji strategii w odpowiedzi na zmiany

#### **2. Zarządzanie innowacjami i trendami**

- Rola innowacji w strategii
- Techniki identyfikacji i wdrażania nowych trendów

#### **3. Strategie długoterminowe vs. krótkoterminowe**

- Balansowanie między działaniami długoterminowymi a krótkoterminowymi
- Przykłady strategii w długim okresie

#### **4. Zarządzanie kryzysowe i odporność organizacji**

- Przygotowanie na kryzysy i zarządzanie nimi
- Budowanie odporności organizacji na zmiany

#### **5. Strategiczne podejście do ekspansji rynkowej**

- Planowanie ekspansji na nowe rynki
- Analiza ryzyka i planowanie działań ekspansyjnych

#### **6. Wykorzystanie danych i technologii w zarządzaniu strategią**

- Narzędzia do analizy danych strategicznych
- Jak technologie wspierają zarządzanie strategią

## Walidacja

- Test wiedzy na bazie metodologii Sytuacyjnego Testu Decyzyjnego.
- Sesja pytań i odpowiedzi. Wnioski i plany na przyszłość.

Przedstawienie wyników walidacji. Wręczenie zaświadczeń oraz certyfikatów uczestnictwa. Zakończenie szkolenia.

---

Po usłudze rozwojowej uczestnik otrzyma zaświadczenie ukończenia szkolenia.

Ukończenie szkolenia rozumiane jest jako obecność na minimum 80% zajęć przewidzianych programem.

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	12 084,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	12 084,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	212,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,00 PLN

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzyma od organizatora materiały szkoleniowo - dydaktyczne w formie pliku pdf do pobrania.

# Warunki techniczne

Warunki techniczne:

a) platforma za pośrednictwem, której będzie prowadzona usługa: ZOOM

b) minimalne wymagania sprzętowe:

- tablet, smartphone lub komputer umożliwiający połączenie z internetem (procesor Klasy Intel Core 2 Duo 2 Ghz lub inny o podobnej wydajności. Pamięć operacyjna RAM 2048 MB lub rekomendowana 4096 MB.)
- zintegrowany lub zewnętrzny głośnik lub słuchawki (obowiązkowe),
- wbudowana lub zewnętrzna kamera internetowa (obowiązkowe),
- wbudowany lub zewnętrzny mikrofon (obowiązkowe),
- wbudowana lub zewnętrzna klawiatura (obowiązkowe),
- mysz lub wbudowany touchpad (obowiązkowe).

c) minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego: Karta sieciowa przewodowa \*IEEE 802.3 1000 Mbps

- System operacyjny \*\* Windows 7 lub nowszy, Router z portami WAN/LAN 1000 Mbps.
- Minimalna szybkość pobierania/przesyłania: 512 kb/s/128 kb/s
- Zalecana szybkość pobierania/przesyłania: 2 Mb/s/512 kb/s

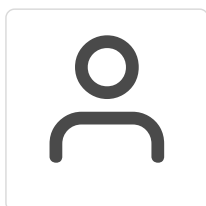
d) Przeglądarka Chrome w wersji min. 72 lub nowszy

e) Okres ważności linku: link będzie aktywny w dniu realizacji w godzinach odbywania się usługi oraz na 15 minut przed rozpoczęcia szkolenia w celu zalogowania się uczestników.

f) Dołączenie następuje poprzez kliknięcie w indywidualny link wysłany mailem przed szkoleniem oraz wpisanie imienia i nazwiska oraz adresu email w oknie logowania.

**Podstawą do rozliczenia usługi jest przedstawienie wygenerowanego z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników usługi oraz zastosowanego narzędzia.**

## Kontakt



**Agata Stanisławska**

**E-mail** [agatastanislawska.mylife@wartoszkolic.pl](mailto:agatastanislawska.mylife@wartoszkolic.pl)

**Telefon** (+48) 577 850 777