



## Identyfikacja z Marką - Michał Motyl

Numer usługi 2024/09/12/171154/2306182

1 560,00 PLN brutto

1 560,00 PLN netto

195,00 PLN brutto/h

195,00 PLN netto/h

PROFESJA  
CENTRUM  
AKTYWNOŚCI  
ZAWODOWEJ  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Poznań / stacjonarna  
🏠 Usługa szkoleniowa  
🕒 8 h  
📅 28.10.2024 do 28.04.2025

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikator projektu</b>	Kierunek - Rozwój
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Grupa docelowa usługi wspierającej <b>identyfikację z marką</b> to zazwyczaj osoby i organizacje, które chcą zbudować silniejszą więź pomiędzy swoją marką a jej odbiorcami. W zależności od celu i specyfiki marki, grupa docelowa może być zróżnicowana</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Przedsiębiorcy i właściciele małych i średnich firm</b></li><li>2. <b>Specjaliści ds. marketingu i branding</b></li><li>3. <b>Duże korporacje i marki premium</b></li><li>4. <b>Start-upy i nowe marki na rynku</b></li><li>5. <b>Agencje reklamowe i brandingowe</b></li><li>6. <b>Pracownicy firm, liderzy oraz menedżerowie zespołów</b></li><li>7. <b>Konsumenci i klienci indywidualni</b></li></ol> <p>Wspólną cechą wszystkich tych grup jest potrzeba budowania autentycznego wizerunku marki, który będzie budził pozytywne emocje, przyciągał klientów i wzmacniał lojalność.</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	3

<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	15
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	25-10-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	8
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Cel szkolenia dotyczącego identyfikacji z marką to rozwój świadomości marki oraz umiejętności budowania silnej i spójnej tożsamości marki, która będzie rozpoznawalna i zrozumiała zarówno dla klientów, jak i pracowników. Uczestnicy szkolenia nauczą się tworzyć oraz komunikować wartości marki w sposób, który pozwala na budowanie emocjonalnej więzi z odbiorcami oraz wzmacnia ich zaangażowanie.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
strategia budowania marki	uczestnik różnicuje rynek, skutecznie przekazuje wartości i przesłania marki, buduje wiarygodność i zaufanie	Obserwacja w warunkach symulowanych
zarządzanie relacjami z Klientami	uczestnik zna technik budowania i utrzymywania relacji z klientami, potrafi zarządzać reputacją online i offline	Obserwacja w warunkach symulowanych
współtworzenie Wartości Marki	uczestnik rozumie, jak indywidualne zachowanie i postawy wpływają na postrzeganie marki przez klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

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

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

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Dostawca Usług zapewnia inną osobę do przeprowadzenia walidacji niż osobę prowadzącą szkolenie.

# Program

**Program Szkolenia: Identyfikacja z Marką**

**Czas Trwania: 1 Dzień (8 godzin)**

---

**Sesja 1: Wprowadzenie - czym jest marka w branży prawniczej:**

- Wprowadzenie do pojęcia marki: czym jest marka i co ją wyróżnia.
- Elementy budujące markę: misja, wizja, wartości, tożsamość wizualna, głos marki.
- Przykłady silnych marek i jak ich pracownicy przyczyniają się do sukcesu.
- Elementy skutecznej marki kancelarii prawnej.
- Jak pracownicy i klienci identyfikują się z marką.

**Sesja 2: Strategie Budowania Marki Kancelarii:**

- Pozycjonowanie i różnicowanie na rynku prawniczym.
- Skuteczne przekazywanie wartości i przesłania marki.
- Budowanie wiarygodności i zaufania.
- Tworzenie strategii pozycjonowania dla kancelarii.

**Sesja 3: Jak Współtworzyć Wartości Marki?**

- Jak każdy pracownik może przyczynić się do budowania marki na co dzień.
- Zrozumienie, jak indywidualne zachowanie i postawy wpływają na postrzeganie marki przez klientów.
- Przykłady działań wzmacniających identyfikację z marką.

**Sesja 4: Zarządzanie Relacjami z Klientami i Wewnętrzną Kulturą Firmy:**

- Techniki budowania i utrzymywania relacji z klientami.
- Zarządzanie reputacją online i offline.
- Budowanie kultury organizacyjnej wspierającej markę.
- Rola liderów w kształtowaniu marki.

**Sesja 5: Jak Współtworzyć Wartości Marki:**

- Jak każdy pracownik może przyczynić się do budowania marki na co dzień.
- Zrozumienie, jak indywidualne zachowanie i postawy wpływają na postrzeganie marki przez klientów.
- Przykłady działań wzmacniających identyfikację z marką.

**Sesja 6: Komunikacja Marki i Zarządzanie Wrażeniem:**

- Strategie komunikacji marki na zewnątrz.
- Wykorzystanie mediów społecznościowych i strony internetowej.
- Monitoring i zarządzanie reputacją marki.
- Tworzenie planu komunikacji marki.

**Sesja 7: Case Study, Dyskusja i Podsumowanie.**

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 560,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 560,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	195,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	195,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Michał Motyl

Michał Motyl to przedsiębiorca i współzałożyciel Dare Media, z doświadczeniem jako badacz i analityk w dziedzinie inteligencji konsumenckiej. Od długiego czasu członek Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii, specjalizuje się w interpretacji danych oraz ich praktycznym wykorzystaniu w celu tworzenia silnych marek i kampanii marketingowych, które skutecznie odpowiadają na potrzeby rynku. Po pracy jego pasją do analizy i danych skłoniła go do opracowania własnej receptury na pizzę neapolitańską, którą można spróbować w jednej z jego plenerowych restauracji nad Wartą.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały wykorzystywane do case studies i ćwiczeń podczas usługi rozwojowej zostaną przekazane uczestnikom w formie papierowej.

### Warunki uczestnictwa

Aby wziąć udział w szkoleniu należy skontaktować się przed datą zakończenia rekrutacji z organizatorem szkolenia drogą mailową na adres [karolina.pawlik@businesswell.com](mailto:karolina.pawlik@businesswell.com) bądź telefonicznie pod numerem +48 574 720 580.

## Informacje dodatkowe

Po zakończeniu szkolenia każdy uczestnik otrzymuje zaświadczenie o ukończeniu szkolenia.

## Adres

ul. Polska 15  
60-595 Poznań  
woj. wielkopolskie

BusinessWell Centrum Usług dla Biznesu to połączenie usług świadczonych stacjonarnie w nowoczesnym biurowcu z usługami świadczonymi on-line poprzez dedykowaną platformę.

BusinessWell to nie tylko przestrzeń biurowa i coworkingowa, to przede wszystkim miejsce tworzenia nowych idei, wspierania przedsiębiorczości i rozwoju współpracy międzysektorowej.

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Biurowiec dostosowany dla osób niepełnosprawnych, winda

## Kontakt



**Karolina Pawlik**

**E-mail** [karolina.pawlik@businesswell.com](mailto:karolina.pawlik@businesswell.com)

**Telefon** (+48) 574 720 580