



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

★★★★☆ 4,3 / 5

388 ocen

Budowa strategii w zmiennym otoczeniu. Metodyka "Krok po kroku" i narzędzia

Numer usługi 2025/09/26/7597/3036789

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 03.12.2025 do 04.12.2025

6 088,50 PLN brutto

4 950,00 PLN netto

380,53 PLN brutto/h

309,38 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

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

28-11-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

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

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

Zajęcia odbywają się w grupie max.16 osób. Każdy Uczestnik ma biurko + krzesło(ewentualni dwie osoby przy biurku)

Tematyka: Czynniki decydujące o sukcesie budowy i wdrożenia strategii

1. Wprowadzenie i cele szkolenia.
2. Nowe paradygmaty zarządzania strategicznego
 1. Od stabilności do zmienności – VUCA/BANI jako nowy kontekst strategiczny
 2. Czym jest strategia firmy i co tworzy jej wyjątkowość? Dyskusja moderowana
 3. Rola strategii w dobie nieprzewidywalności
 4. Rola zarządu i top managementu w wyborze, budowie i wdrażaniu strategii.
 5. **Case study i dyskusja: sukcesy i porażki strategiczne znanych firm.**
3. Jaka jest obecna wizja naszego przedsiębiorstwa i jak ją realizujemy? **Ćwiczenie**
4. Strategia na różnych etapach dojrzałości branży. Czym się różni strategia start-up od strategii dojrzałej organizacji i jak je budować, aby były wdrożone. **Dyskusja**
5. Jak ocenić naszą pozycję konkurencyjną? Skwantyfikowana Analiza Strategiczna (SAS) oparta na liczbach przy wsparciu narzędzi AI.
 1. Jak analizować trendy i zjawiska w makro otoczeniu oraz wyciągnąć z nich właściwe wnioski? Wykorzystanie AI Booster do analiz trendów i zjawisk. **Ćwiczenie PESTEL**
 2. Jak odkrywać szanse i zagrożenia płynące z otoczenia bliższego? Wybór analiz pozwalających ocenić rynek i jego otoczenie (np. wielkość i atrakcyjność rynków/ segmentów, zmiany oczekiwań klientów, itp.). Customer Insight AI: Wykorzystanie AI do analizy segmentów na badanym rynku oraz danych klientów (fora, media społecznościowe, dane z CRM) w celu odkrycia niezaspokojonych potrzeb i nisz rynkowych.
 3. Z kim konkurujemy? Badanie struktury rynku z wykorzystaniem „Modelu oceny sił konkurencji”. Auto Benchmark AI dostawców, konkurencji i klientów: agregacja danych finansowych i operacyjnych (z raportów giełdowych, danych KRS, stron www).
 4. Kluczowe Czynniki Sukcesu (KCS) w branży. Jak ocenić naszą firmę na tle konkurentów? Wybór metod i zakresu analiz. **Ćwiczenie**
 5. Jak ocenić zdolność firmy do kształtowania przewagi konkurencyjnej?
 6. Analiza mocnych i słabych stron firmy w liczbach z wykorzystaniem KPI' ów i benchmarków. **Ćwiczenia**
6. Diagnoza strategiczna przy wsparciu AI, czyli jak wyciągać wnioski z analizy strategicznej?
 1. Key Leverage Point - definiowanie wniosków w formie działań rozwojowych wykorzystując szanse płynące z otoczenia i mocne strony firmy.
 2. Business Implications – definiowanie koniecznych działań naprawczych lub poprawy efektywności uwzględniając zagrożenia płynące z otoczenia i słabe strony firmy. **Ćwiczenie**
7. Bilans strategiczny firmy a 3 strategie „Horizons of Growth”.
8. Podsumowanie dnia.

Tematyka: Budowa strategii głównej i strategii w różnych obszarach organizacji

1. Jak wyrazić aspiracje przedsiębiorstwa? – definiowanie nowej wizji przedsiębiorstwa.
2. Jak ukierunkować myślenie strategiczne i zmienić orientację i kulturę firmy – definiowanie misji i wartości organizacji. **Ćwiczenia**
3. Jak powiązać wizję firmy z celami finansowymi i biznesowymi? Formułowanie strategicznych celów finansowych oraz wybór strategii stymulowania wyników finansowych.
 1. Użycie Modeli Predykcyjnych AI do symulacji wpływu różnych strategicznych decyzji na przyszłe wyniki finansowe
 2. **Ćwiczenie**
4. Wybór celów i strategii rynkowo-produktowych.
 1. Strategia rynkowa jako kompromis pomiędzy wyróżnianiem się a efektywnością.
 2. Które rynki i segmenty gwarantują nam sukces finansowy? Scenariusze strategiczne i kryteria ich oceny. **Ćwiczenie**
 3. Strategia rozwoju ofert handlowych. Jak zbudować atrakcyjne portfolio produktów i usług, gwarantujące sukces rynkowy
 4. Jak zwiększyć jednocześnie sprzedaż i marżę? Budowa propozycji wartości dla strategicznych grup klientów opartych na wyróżnikach z wykorzystaniem Macierzy Wartości. **Ćwiczenie**
5. Wybór modelu biznesowego budującego trwale przewagi rynkowe. W których obszarach budować przewagi konkurencyjne?
 1. Które procesy w organizacji budują wartość i przewagi konkurencyjne?
 2. Wybór strategicznego modelu biznesowego opartego na łańcuchu wartości i dźwigniach wzrostu.
 3. Wybór projektów strategicznych wpływających na poprawę konkurencyjności firmy. **Ćwiczenie**
6. Strategiczne zasoby i kompetencje firmy jako czynniki warunkujące powodzenie wdrożenia strategii.

1. Kultura organizacyjna oparta na inspirujących wartościach, jako czynnik wspierający wdrożenie strategii.
2. Wybór działań strategicznych, gwarantujących zaangażowanie i motywację we wdrożenie strategii.
7. Jak opracować „Program Strategicznych Działań” gwarantujący osiągnięcie celów strategicznych?
8. Mapa strategii jako narzędzie opisujące strategię w formie zbioru celów, KPI i projektów powiązanych w związku przyczynowo skutkowe. **Ćwiczenie**
9. Biznesplan finansowy jako narzędzie pomiaru wartości strategii.
10. Plan rozwoju osobistego - podsumowanie zajęć.
11. Test-Walidacja

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Wprowadzenie: cele seminarium, poznanie się Uczestników, test	Piotr Szpindler	03-12-2025	09:00	09:30	00:30
2 z 25 Nowe paradygmaty zarządzania strategicznego	Piotr Szpindler	03-12-2025	09:30	10:00	00:30
3 z 25 Jaka jest obecna wizja naszego przedsiębiorstwa i jak ją realizujemy?	Piotr Szpindler	03-12-2025	10:00	10:30	00:30
4 z 25 Przerwa	Piotr Szpindler	03-12-2025	10:30	10:40	00:10
5 z 25 Strategia na różnych etapach dojrzałości branży.	Piotr Szpindler	03-12-2025	10:40	12:00	01:20
6 z 25 Jak ocenić naszą pozycję konkurencyjną? Skwantyfikowana Analiza Strategiczna (SAS) oparta na liczbach przy wspierciu narzędzi AI.	Piotr Szpindler	03-12-2025	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 25 Panel dyskusyjny podczas lunchu	Piotr Szpindler	03-12-2025	13:00	14:00	01:00
8 z 25 Diagnoza strategiczna przy wsparciu AI, czyli jak wyciągać wnioski z analizy strategicznej?	Piotr Szpindler	03-12-2025	14:00	15:30	01:30
9 z 25 Przerwa	Piotr Szpindler	03-12-2025	15:30	15:40	00:10
10 z 25 Bilans strategiczny firmy a 3 strategie „Horizons of Growth”	Piotr Szpindler	03-12-2025	15:40	16:45	01:05
11 z 25 Podsumowanie	Piotr Szpindler	03-12-2025	16:45	17:00	00:15
12 z 25 Powtórzenie zagadnień z pierwszego dnia seminarium.	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	09:00	09:15	00:15
13 z 25 Jak wyrazić aspiracje przedsiębiorstwa ? – definiowanie nowej wizji przedsiębiorstwa .	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	09:15	09:30	00:15
14 z 25 Jak ukierunkować myślenie strategiczne i zmienić orientację i kulturę firmy – definiowanie misji i wartości organizacji	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	09:30	10:00	00:30
15 z 25 Jak powiązać wizję firmy z celami finansowymi i biznesowymi?	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 25 Przerwa	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	10:30	10:40	00:10
17 z 25 Wybór celów i strategii rynkowo-produktowych	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	10:40	13:00	02:20
18 z 25 Panel dyskusyjny podczas lunchu.	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	13:00	14:00	01:00
19 z 25 Wybór modelu biznesowego budującego trwałe przewagi rynkowe. W których obszarach budować przewagi konkurencyjne?	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	14:00	14:45	00:45
20 z 25 Strategiczne zasoby i kompetencje firmy jako czynniki warunkujące powodzenie wdrożenia strategii. Jak opracować "Program Strategicznych Działań" gwarantujących osiągnięcie celów strat.	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	14:45	15:30	00:45
21 z 25 Przerwa	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	15:30	15:40	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 25 Mapa strategii jako narzędzie opisujące strategię w formie zbioru celów, KPI i projektów powiązanych w związku przyczynowo skutkowe	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	15:40	16:00	00:20
23 z 25 Biznesplan finansowy jako narzędzie pomiaru wartości strategii. Plan rozwoju osobistego	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	16:00	16:30	00:30
24 z 25 Podsumowanie	Piotr Pokrzywa	04-12-2025	16:30	16:45	00:15
25 z 25 Walidacja-test	-	04-12-2025	16:45	17:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 088,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 950,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	380,53 PLN
Koszt osobogodziny netto	309,38 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

Piotr Pokrzywa

Ekspert i trener we Francuskim Instytucie Gospodarki Polska specjalizujący się w zagadnieniach związanych z budową i wdrożeniem strategii przedsiębiorstw, pozyskaniem inwestorów strategicznych i zarządzaniem finansami. Ekspert metodyk Balanced Scorecard i Value Based Management. Obecnie prywatny inwestor i doradca. Posiada bogate doświadczenie zawodowe w zakresie kreowania i implementacji strategii rozwoju przedsiębiorstw, realizowania projektów inwestycyjnych, nadzoru właścicielskiego i restrukturyzacji firm, zdobyte m.in. w branżach nowych technologii. Były członek zarządu spółki GG Network S.A.; jako współzałożyciel i twórca sukcesów Spółki Gadu-Gadu był odpowiedzialny za rozwój spółki, w tym za wprowadzenie spółki na GPW, które to wydarzenie zostało uznane za debiut roku 2007. Początkowo dyrektor inwestycyjny, a następnie członek zarządu Warsaw Equity Holding, gdzie odpowiadał m.in. za nadzór właścicielski kilkudziesięciu aktywów funduszu, wdrażając i nadzorując strategię rozwoju i restrukturyzacyjno – naprawcze. Były dyrektor finansowy w Astra-Zenith.

Posiada wieloletnie doświadczenia trenerskie. Z jego doświadczeń korzystały zarządy i menedżerowie takich spółek jak: Allcon, Apator, Edipresse Polska, Fenice Poland, Goodyear Dunlop Tires, Górażdże Cement, Hachette Livre, Impel Security Polska, Inter Cars, Esilco, Dalkia, Lubella, Opolgraf, Orlen Oil, Osram, PKO Bank Polski, Polkomtel, PZU Życie, Pratt & Whitney, Z.M. Sokołów, Summit Motors Poland, UNIQA, Telefonía Dialog

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

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

Warunki uczestnictwa

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

Informacje dodatkowe

Adres

ul. Komitetu Obrony Robotników 24

02-148 Warszawa

woj. mazowieckie

Warszawa, hotel Airport Okęcie ****

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Beata Michalak

E-mail beata.michalak@figpolska.pl

Telefon (+48) 22 8234 283