

SZKOLENIE

WYZWANIA CMO – Dyrektora Marketingu

Wiedza i umiejętności pozwalające sprostać tym wyzwaniom

24 - 25 LISTOPADA 2015, WARSZAWA



Cel szkolenia: pogłębienie wiedzy i umiejętności niezbędnych na stanowisku dyrektora marketingu oraz zintegrowanie ich na poziomie strategicznym.

Pełnienie roli **dyrektora marketingu** jest zadaniem pełnym wyzwań i oczekiwań z wielu stron – począwszy od dyrektora sprzedaży, logistyki, finansów i IT. **Dyrektor marketingu** współtworzy strategię firmy i ją realizuje we współpracy z działami sprzedaży, obsługi klienta, badań oraz agencjami marketingowymi i badań rynkowych. Jest odpowiedzialny za strategię marketingową firmy, za zarządzanie produktami, swoimi podwładnymi oraz za budowanie relacji z klientami wewnętrznymi. Aby być skutecznym dyrektorem marketingu potrzebuje wiedzy i umiejętności z **3 obszarów: zarządzania biznesem, zarządzania marketingowego oraz zarządzania ludźmi** czyli wiedzy i umiejętności z zakresu przywództwa.

Na warsztacie składającym się z 3 modułów: Firma, Marketing oraz Przywództwo uczestnicy pogłębią wiedzę i umiejętności w tych obszarach. Poznają najnowsze trendy w **postawach konsumenckich oraz w komunikacji marketingowej (Rynek i Marketing)**, będą doskonalić w **praktycznych ćwiczeniach stosowanie nowoczesnych narzędzi zarządzania biznesem (Firma) oraz ludźmi (Przywództwo)**.

ZGŁOSZENIA/KONTAKT:

tel. 22 651 80 75, kom. 604 152 181, fax 22 203 40 52, e-mail: info@certge.pl
więcej informacji www.certge.pl

Forma prowadzenia szkolenia:

Warsztatowa, interaktywna Praktyczne zastosowanie poznanych modeli zarządzania i marketingowych w ćwiczeniach indywidualnych, w których każdy uczestnik będzie pracował wykorzystując sytuacje biznesowe ze swojej pracy zawodowej. Uczestnicy otrzymają zestaw formularzy z modelami marketingowymi, które w ćwiczeniach będą wypełniane w celu doskonalenia umiejętności marketingowych, zarządczych oraz przywództwa do wykorzystania w pracy zawodowej.

Korzyści z uczestnictwa w szkoleniu:

- Uzyskanie wiedzy dotyczącej roli i zadań dyrektora marketingu
- Poznanie narzędzi w zarządzaniu strategicznym
- Uzyskanie wiedzy o najnowszych trendach rynkowych i marketingowych
- Poznanie modeli i narzędzi w zarządzaniu marketingowym
- Poznanie i doskonalenie narzędzi przewodzenia ludziom i budowania relacji
- Poznanie metod na zarządzanie swoją energią życiową
- Uzyskanie praktycznej oraz zintegrowanej wiedzy i umiejętności z zakresu zarządzania strategią, marketingiem i ludźmi opartych na sprawdzonych w najlepszych organizacjach modelach oraz badaniach naukowych
- Uzyskanie wiedzy od trenera, praktyka biznesu, posiadającego szerokie doświadczenie w zarządzaniu strategią, marketingiem oraz ludźmi

Po ukończeniu warsztatu uczestnicy będą:

- Mieli opracowany profil kompetencji dyrektora marketingu – ról i zadań, jakie się wobec nich oczekuje – tym samym zwiększając swoją świadomość w tym zakresie
- Potrafili integrować misję i wizję firmy do strategii marketingowej oraz komunikacji strategicznej
- Umieli pracować z modelem 5 P – strategicznego zarządzania marketingowego
- Znali najnowsze trendy rynkowe w zakresie komunikacji marketingowej i konsumentów
- Potrafili tworzyć różnorodne benchmarki
- Umieli pracować z modelem strategii marketingowej 5 P i 5 C
- Umieli opracować strategię budowania zaufania do marki przy wykorzystaniu modelu 3 C
- Potrafili zarządzać swoim podwładnymi według zasad nowoczesnego przywództwa oraz budować relacji z klientami wewnętrznymi i zewnętrznymi
- Wiedzieli jak korzystając z modelu M.Watkina rozwijać swoje kompetencje przywódcze

Uczestnictwo w warsztacie zwiększy poziom wiedzy oraz umiejętności oczekiwanych od DYREKTORA MARKETINGU.

ZARYS PROGRAMU

Wprowadzenie – CMO – role, zadania, odpowiedzialności

Kim jest CMO czyli Chief Marketing Officer **przedstawienie wyników badania Forbes Insight oraz zdefiniowanie przez uczestników własnego profilu CMO.**

- Jakim typem CMO jesteś? Typologia Forbes Insight
- Jakie cele realizuje CMO?
- Model zadań i obszarów odpowiedzialności według metodologii Forbes Insight
- KPI dyrektora marketingu (marketingowe, sprzedażowe, finansowe, logistyczne)

Moduł I - FIRMA

Nie można rozwiązać problemów naszej egzystencji na tym samym poziomie myślenia, na którym zostały wykreowane", Albert Einstein

W tym module uczestnicy nauczą się jak **budować połączenie pomiędzy wizją i strategicznymi celami firmy z celami marketingowymi. Opracują prezentację strategii w ujęciu finansowym na jednym slajdzie, tak aby stanowiła ona przekonujący przekaz.**

Budowanie krótkiego i przekonującego przekazu strategii na jednym slajdzie

Mapa modelu biznesowego i rola CMO

Mapa czynników decydujących o wzroście – wyniku badania Forbes Insight

- kultura organizacji
- umiejętności dostosowania się marketingu
- nowoczesne marketingowe działania

Narzędzia strategicznego zarządzania marketingowego – 4P (nie mylić z 5 P strategii marketingowej)

3 rodzaje benchmarkingu

Moduł II - MARKETING

„Marketing nie jest walka na produkty. Jest walka na percepcje”

Al. Ries i Jack Trout „22 niezmiennicze prawa marketingu”

Rynek

Nowe trendy konsumenckie i modele działania

- Nowe zachowania konsumenckie
 - koncepcja trzeciego miejsca
 - Inteligentna konsumpcja
 - Wartości i emocje klientów

Strategia marketingowa

Klucz do marketingu XXI wieku stanowi **content marketing** czyli marketing treści. Na warsztacie uczestnicy przedyskutują najnowsze trendy w marketingu treści. Dowiedzą się czym jest **liquid content?** czym **linked content?** oraz jak opowiadać historię swoich marek. Poznają strategię szczodrości w budowaniu wizerunku marki oraz dowiedzą się, kiedy się ona opłaca.

Nowe trendy w strategii i komunikacji marketingowej

- Marketing treści
 - komunikacja real time
 - angażujący marketing
- Strategia szczodrości
- Zarządzanie doświadczeniem konsumenta

Model strategii marketingowej z 5 P do 5 C – o co tutaj chodzi?

Strategia 3 C budowania zaufania do marki

Moduł III - PRZYWÓDZTWO

„Jeśli chcesz dokonać zmiany w innych, sam musisz być tą zmianą”, ahatma Gandhi

Zarządzanie ludźmi i współpraca z innymi dyrektorami

- Nowoczesne modele przywództwa – lider dystrybucyjny oraz globalny
- Narzędzia wspierające współpracę z innymi działami
- Model budowania relacji z klientami zewnętrznymi

Zarządzanie sobą

- Model M. Watkina 7 obszarów zmiany z menedżera w lidera
 - Specjalista w generalistę
 - Analityk w integratora
 - Taktyk w stratega
 - Murarz w architekta
 - Rozwiązujący problemy w kreującego sposobności
 - Wojownik w dyplomatę
 - Wspierający zespół w przejmującego przewodzenie
- Zarządzanie swoją energią życiową

W razie dodatkowych pytań proszę o kontakt:

Anna Milewska - kierownik projektu
e-mail: anna.milewska@certge.pl
Tel. 604 152 181, 22 651 80 75

SZKOLENIE ZAMKNIĘTE

W przypadku zainteresowania tym szkoleniem większej liczby osób z Państwa organizacji z przyjemnością przygotujemy je dla Państwa w wersji szkolenia zamkniętego. Prosimy o kontakt e-mail: anna.milewska@certge.pl
Serdecznie zapraszamy!

PROWADZĄCY

Wioletta Małota

- Trener biznesu, ekspert w zakresie zmian organizacyjnych, doświadczony Menedżer Marketingu oraz Sprzedaży w międzynarodowych korporacjach o wysokich kulturach organizacyjnych (20 lat doświadczenia).
- Pracowała na stanowiskach Brand Managera (3M, Novo Nordisk) oraz Dyrektora ds. Marketingu (SCA Hygiene Products),
- Absolwenta SGPiS, Wydziału Handlu Zagranicznego, absolwentka studiów doktoranckich w zakresie nauk o zarządzaniu na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie (2004 r.).
- Zarządzała markami typu premium, wprowadzała nowe (wcześniej nie oferowane) produkty na rynek Polski.
- Zajmowała się marketingiem treści – m. innymi pełniąc rolę redaktor naczelnej gazety o Cukrzycy – czasopisma edukacyjnego dla pacjentów i lekarzy oraz kampaniami społecznymi w zakresie edukacji zdrowotnej.
- Posiada wieloletnie doświadczenie pracy w zespołach konsultanckich w korporacjach celem, których było podniesienie efektywności funkcjonowania działów sprzedaży i marketingu.
- Wyróżniona tytułem „Pracownik roku” w 3M Poland.
- W ostatnim czterech latach przeprowadziła szkolenia dla ponad 300 osób najwyższej kadry menedżerskiej.
- Autorka książki „Jak z menedżera stać się przywódcą?” oraz licznych artykułów z zakresu zarządzania, kultury organizacyjnej i dzielenia się wiedzą
- Mentor najwyższej kadry menedżerskiej w zakresie budowania strategii marketingowej.
- Wykładowca zapraszany na międzynarodowe konferencje z warsztatami na temat efektywności sprzedaży i budowania relacji z klientami (2010, 2011, 2012).
- Zwycięzcy konkursu na najlepszy esej z zakresu zarządzania w XXI w zorganizowany przez School of Management at University of South Australia w Adelajdzie.. Ekspert z zakresu zarządzania na forum „Zarządzanie w XXI”, który odbył się w Adelajdzie w Australii, w listopadzie 2013 r.
- Otrzymała nagrodę Global Coaching Leadership Award przyznana przez World Coaching Congress, Mumbai, India, w lutym 2014 r. za propagowanie nowoczesnego przywództwa.
- Wyróżniona nagrodą za prowadzenie mentoringu w ramach projektu Inkubator Technologiczny dla Bartosza Głowackiego, który uzyskał nagrodę „Najlepszy przedsiębiorca Wielkopolski”. Proces mentoringu prowadzony przez Wiolettę Małotą jest przedstawiany jako dobra praktyka w The Prince’s Youth Business International (2010) (Fundacja Księcia Karola).
- Interesuje ją interkulturowość w przywództwie oraz w marketingu. Prowadzi blog po angielsku dotyczący kompetencji i komunikacji międzykulturowej. www.crossculturemanagement.com
- Pełni funkcję prezesa Fundacji Polski Instytut Mentoringu www.fundacja-pmi.org.pl
- Pracuje jako Executive Coach i Mentor w skali globalnej.

Wypełnij i wyślij zgłoszenie faksem **22 2034052** lub e-mailem info@certge.pl
Do: Certified Global Education Sp. z o. o. tel. 22 651 80 75, kom. 604 152 181

C0404

WYZWANIA CMO- Dyrektora Marketingu
24-25 listopada 2015, Warszawa

① Imię i nazwisko:

② Imię i nazwisko:

Stanowisko:

Stanowisko:

Dział:

Dział:

Tel.:

Tel.:

E-mail:

E-mail:

DANE DO FAKTURY

Firma:

NIP:

Ulica/skr. poczt.:

Kod pocztowy/Miejscowość:

Osoba akceptująca udział:

Imię i nazwisko:

Stanowisko / Dział:

Tel.: Faks:

Email:

Oświadczam, że zapoznałem się z warunkami uczestnictwa* i akceptuję je.

Data: Podpis:

Osoba do kontaktu - podanie jej danych ułatwi kontakt w sprawach organizacyjnych:

Imię i nazwisko:

Stanowisko / Dział:

Tel.: Faks:

Email:

Wyrażam zgodę na otrzymywanie informacji od CGE na podane adresy e-mail (zgodnie z ustawą z dn. 29 sierpnia 1997 o ochronie danych osobowych - Dz. U. z 2002r. Nr 101, poz. 926 z późn. zm.).

Data: Podpis:

*** WARUNKI UDZIAŁU W SZKOLENIU 4 DNI:**

Do 06.11.2015	od 07.11.2015
1995 PLN +23% VAT Oszczędzasz 300 PLN	2295 PLN +23% VAT

Cena obejmuje: udział w kursie, dokumentację, wyżywienie. Ceny nie zawierają kosztów parkingu i noclegów.

Udział pracowników jednostek budżetowych w szkoleniach jest zwolniony z VAT w przypadku finansowania w przynajmniej 70% ze środków publicznych.

Prosimy w takim przypadku o podpisanie poniższego oświadczenia.

[] Oświadczam, że udział w zamówionym szkoleniu będzie opłacony w przynajmniej 70% ze środków publicznych.

Podpis:

Sposób płatności: płatność na podstawie faktury proforma lub VAT

PKO Bank Polski S.A.: 08 1440 1387 0000 0000 1495 2551

Upoważniam firmę Certified Global Education Sp. z o.o. do wystawiania faktury bez podpisu.

W przypadku odwołania zgłoszenia w terminie krótszym niż 14 dni przed rozpoczęciem kursu uczestnik zostanie obciążony pełnymi kosztami szkolenia. Możliwe jest bezpłatne delegowanie zastępstwa nawet w dniu rozpoczęcia zajęć. W przypadku odwołania zgłoszenia w terminie dłuższym niż 14 dni przed szkoleniem organizator zwróci 100% dokonanej wpłaty. Organizator zastrzega sobie prawo do odwołania kursu z przyczyn niezależnych oraz dokonywania zmian w projekcie szkoleniowym. W przypadku odwołania kursu przez Organizatora zobowiązuje się on do zwrotu dokonanych wpłat.