


# **SZKOLENIA OTWARTE** **JAK MA DZIAŁAĆ MARKETER, ŻEBY** **EFEKTYWNIE WPLYWAĆ NA BIZNES**

**”** *Pomysł na warsztat to efekt inspiracji pytaniami, jakie często padają podczas spotkań z ludźmi działającymi w marketingu, po stronie Klienta i Agencji* **”**

## **Kompetencje**

Innowacyjność  
Skuteczność  
Kreatywność



## **Terminarz**

Start: 25 Listopada  
Koniec: 26 Listopada



## **Lokalizacja**

Stowarzyszenie  
Komunikacji  
Marketingowej  
SAR  
Czerska 8/10,  
00-732 Warszawa



**sar**  **szkółka**  
**marki**

## O SZKOLENIU



Podczas szkolenia postaramy się odpowiedzieć na następujące pytania:

- Co marketer powinien robić, żeby być efektywnym w biznesie?
- Od czego zacząć i jak poukładać główne elementy biznesowe, żeby działały?
- Jak sprawdzić czy to, co robię, w obszarze marketingowym, przynosi rezultat i jak udowodnić to innym?

## PROGRAM



Case 1: Przychodzi marketer do firmy i...

Od czego zacząć? Analiza stanu obecnego- jak wyłowić te ważne rzeczy i nie zwariować od nadmiaru informacji.

Case 2: Dokąd idziemy?

Jak wyznaczyć cele i sprawić, żeby nie pozostały jedynie na papierze?

Case 2: Pokaż mi swój portfel

Jak ustawić strategię portfela firmy i jakie kryteria przyjąć.

Case 4: Execution eats strategy for breakfast

Jak efektywnie wdrożyć strategię?

Case 5: Kto miał rację: marketing czy finanse?

Jak ocenić, czy jesteśmy efektywni w naszych działaniach.

## DO KOGO SKIEROWANA JEST SZKOLENIE:



Szkolenie skierowane jest do marketingowców (ale nie tylko), ludzi z zespołów komercyjnych, zarówno pracujących po stronie klienta jak agencji.

Do osób, które już mają kilkuletnie doświadczenie w biznesie i zrealizowali parę projektów, które zakończyły się powodzeniem lub porażką.

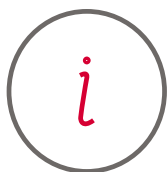
Do osób, które mają konkretne pytania w jaki sposób podejść do procesu biznesowego całościowo, a nie wybiórczo.

## WYKŁADOWCA:



### Iwona Doktorowicz – Dudek

Od lipca 2014 jako Wiceprezes ds. Marketingu w Kompanii Piwowarskiej zarządza markami Tyskie, Żubr, Lech, Redd's, Książęce, Dębowe, Wojak, Pilsner Urquell, Grolsch. Wcześniej przez 10 lat działała w Grupie Danone: od stanowiska Marketing Managera w Lu Polska (ciastka) do Dyrektora Marketingu Danone Finlandia, potem Danone Polska (Produkty Mleczne). Rozwinęła z sukcesem silne marki polskie i międzynarodowe: Delicje, Pieguski, Petitki, Activia, Actimel, Danonki, Danio, Jogurt Danone, Fantasia, Gratka. Zanim dołączyła do Grupy Danone pełniła różne role na stanowiskach managerskich w działach marketingu takich firm jak Reckitt Benckiser (zarządzanie markami Airwick, Calgonit, Veet, Cillit, Perta) oraz w Tchibo (marki Tchibo i Davidoff). Od roku 2013 juror w konkursach Effie, od 2016 trener w Szkole Strategii Marki przy SAR. Pasja w biznesie: tworzenie silnych zmotywowanych zespołów i adresowanie negatywnych trendów rynkowych poprzez budowanie silnych marek.



## ORGANIZACJA ZAJĘĆ:

### Terminarz

Start: 25 Listopada  
Koniec: 26 Listopada



### Zapisy

szkolenia@sar.org.pl



### Lokalizacja

Stowarzyszenie  
Komunikacji  
Marketingowej  
SAR  
Czerska 8/10,  
00-732 Warszawa



### Zapewniamy

Materiały dydaktyczne  
Pomoce naukowe  
Kawa, herbata, ciastka  
Obiad



### Koszt udziału:

1 300 zł dla członków SAR  
1 500 zł dla firm niezrzeszonych