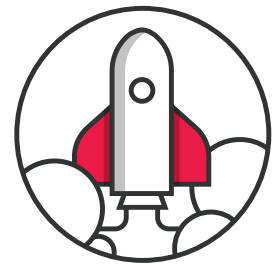


EFEKTYWNOŚĆ KOMUNIKACJI MARKI

Poziom **3**



Laboratorium

Design Thinking

Najważniejsze Cele

- Pozyskasz wiedzę na temat etapów i narzędzi Design Thinking
- Będiesz potrafił zastosować metody w praktyce do wybranego obszaru zainteresowania
- Przekonasz się o dużej użyteczności proponowanej metody w Twojej pracy

Wykładowca

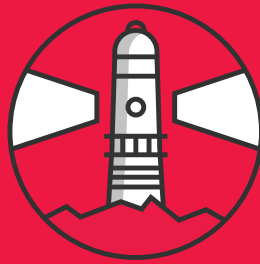


Dorota Krasnodębska - Wnorowska

Trener innowacji,
konsultant strategiczny,
certyfikowany coach

Dla Kogo?

Laboratorium jest przeznaczone dla osób, które tworzą rozwiązania dla użytkowników – zarówno klientów firmy, jak i współpracowników. Do osób, które chcą zaprojektować nową usługę lub proces albo usprawnić istniejące. Szczególnie polecamy kierownikom produktów, projektów, projektantom, analitykom, pracownikom działów Obsługi Klienta i HR.



O Laboratorium

Podczas laboratorium doświadczysz praktycznego zastosowania myślenia projektowego w Twojej pracy.

W czasie szkolenia pokażemy Ci jak:

- Wdrażając Design Thinking możesz tworzyć rozwiązania pożądane, opłacalne biznesowo i technologicznie wykonalne
- Praktycznie zastosować Design Thinking w Twojej codziennej pracy
- Wzmocnić kreatywną pewność siebie
- Korzystać z interdyscyplinarnej pracy ludzi w Twojej organizacji
- Uczyć się poprzez działanie



Program Laboratorium

- Design Thinking: geneza, filozofia, etapy
- Jak wypracować kreatywną pewność siebie
- Praktyczne zastosowanie DT na wybranym obszarze:
 - Tworzenie Idei
 - Projektowanie
 - Testowanie – badanie prototypów stworzonej koncepcji



Inspiracja

Design Thinking to metoda tworzenia innowacyjnych produktów i usług w oparciu o głębokie zrozumienie problemów i potrzeb użytkowników. Korzystanie z metod DT nie wymaga długotrwałego przygotowania. Design Thinking kładzie nacisk na odbiorcę. Trzeba go zrozumieć, poznać, a najlepiej włączyć w proces tworzenia i opiniowania, by móc stworzyć naprawdę dobre rozwiązanie.

W przemyśle kreatywnym Design Thinking znajduje zastosowanie we wszystkich procesach. Przykładowe obszary:

- wypracowanie pomysłu na nową usługę/produkt/aplikację/stronę www;
- usprawnienie istniejącego rozwiązania;
- wypracowanie BIG IDEA;
- wypracowanie value proposition dla produktu/usługi;
- wypracowanie strategii organizacji (misja, wizja, wartości)
- wypracowanie planu wdrażania strategii dla pracowników;
- optymalizacja doświadczenia pracownika (jako element strategii employer brandingowej);
- optymalizacja doświadczenia konsumenta (jako element strategii komunikacji).

Organizacja zajęć



Otrzymujesz dostęp do platformy szkoleniowej z materiałami ze szkolenia, Twoim certyfikatem oraz dostępem do kolejnych kursów w **Szkole Marki SAR**

- **Lokalizacja**

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

- **Koszt udziału:**

800 zł netto dla członków SAR
1000 zł netto dla firm niezrzeszonych

- **Zapisy**

szkolenia@sar.org.pl

- **Zapewniamy**

Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe.
Kawa, herbata, ciastka oraz obiad.