



FRANCUSKI
INSTYTUT
GOSPODARKI
POLSKA

Doradztwo strategiczne i seminaria dla Top Managementu

Program budowy wzrostu wartości firmy

Wykaz tematów:

Zarządzanie strategiczne

- Metodyka budowy strategii firmy
- Zarządzanie wartością firmy - VBM
- Wdrożenie strategii i KPI
Balanced Scorecard
- Kaskadowanie celów i KPI
Action Plan
- Komunikacja strategii
i przywództwo
- Strategiczne zarządzanie rynkami
- Strategiczne zarządzanie zakupami
- Strategiczne zarządzanie HR
- Fuzje i przejęcia

Zarządzanie finansami

- Finanse dla zarządzających
niefinansistów cz. 1 i cz. 2
- Corporate Finance
- Analiza i diagnoza finansowa
- Controlling
Systemy informacji zarządczej
- Zarządzanie cash flow
i kapitałem obrotowym
- Finansowa ocena projektów
biznesowych
- Finansowanie rozwoju firmy
- **Prezentacja informacji
finansowych**
- Wycena przedsiębiorstwa

Zarządzanie efektywnością

- Transformujące przywództwo VUCA
- Zarządzanie przez cele (MBO)
- Zarządzanie cenami - Pricing
- Negocjacje w biznesie
- Odpowiedzialność prawna
zarządów
- Inteligentna restrukturyzacja
- Lean Management
- Zarządzanie projektem
- Scenariusze sukcesji

Sprawdź terminy na

www.figpolska.pl

tel: + 48 22 823 42 83

Odwiedź nas na LinkedIn i Facebook:
Francuski Instytut Gospodarki Polska



Profesjonalna prezentacja informacji finansowych

Warsztaty dla zarządzających

Kluczowe korzyści

- ▶ Nabycie umiejętności konsekwentnego strukturyzowania prezentowanych informacji.
- ▶ Opanowanie umiejętności wybierania i przedstawiania najistotniejszych danych finansowych.
- ▶ Zdobycie umiejętności dopasowywania prezentowanych danych do rodzaju odbiorcy.

Dlaczego warto wybrać nasze seminarium

- ▶ Autorski, unikatowy program opracowany przez dział doradztwa strategicznego FIG Polska, który specjalizuje się w opracowywaniu i wdrożeniach strategii przedsiębiorstw oraz prezentowaniu wyników finansowych.
- ▶ Seminarium pierwszego wyboru dla menedżerów chcących budować wizerunek profesjonalisty poprzez rozwój kompetencji w zakresie komunikacji danych finansowych.
- ▶ W odróżnieniu od innych programów z zakresu wystąpień publicznych, nasze zajęcia przeznaczone są dla zarządzających, którzy najczęściej prezentują i omawiają dane finansowe.
- ▶ Warsztatowy i interaktywny charakter zajęć – 70% czasu poświęcamy na ćwiczenia i przykłady z praktyki.
- ▶ Seminarium prowadzi praktyk biznesu z ponad 12-letnim doświadczeniem na rynku kapitałowym, który łączy wiedzę finansową z elementami miękkimi, takimi jak np. storytelling.
- ▶ Kameralne grupy seminaryjne, gwarantujące forum wymiany doświadczeń i dzielenie się wiedzą w gronie najwyższej kadry zarządzającej.

Kto powinien wziąć udział w programie?

Właściciele firm, inwestorzy, prezesi, wiceprezesi, członkowie zarządów, dyrektorzy działów strategii, relacji inwestorskich, finansowych i controllingu oraz innych działów funkcjonalnych, których zadaniem jest przygotowywanie danych finansowych w sposób zrozumiały dla odbiorców. Menedżerowie niefinansisci, którzy prezentują informacje finansowe w formie sprawozdań finansowych, analiz budżetów itp., dla odbiorców zewnętrznych (np. inwestorów, rynków kapitałowych, banków, partnerów handlowych) lub wewnętrznych (akcjonariuszy, rad nadzorczych, zarządów, związków zawodowych).

Ponad
20.000

Uczestników szkoleń
i warsztatów

2.000

Klientów, w tym 300 z listy
Top 500 "Rzeczpospolitej"

150

Projektów doradczych

96%

Uczestników poleca
nasze usługi

80%

Uczestników seminariów
to prezesi, właściciele firm
i dyrektorzy

Ponad
20 lat
doświadczeń



Program*:

Profesjonalna prezentacja informacji finansowych
*Seminarium **fakultatywne** dla osób realizujących Executive Program.

Pierwszy dzień (9.00 - 17.00)

1. Wprowadzenie: cele seminarium i poznanie się Uczestników.
2. Definiowanie celów prezentacji finansowej oraz rezultatów, jakie chcemy dzięki niemu uzyskać.
 - 2.1. Grupy odbiorców – zewnętrzni i wewnętrzni.
3. Jak dobrze przygotować się do przedstawiania danych finansowych? Zasady gwarantujące efektywne i efektowne przygotowanie prezentacji finansowych.
 - 3.1. Zbiór danych.
 - 3.2. Od analizy do syntezy.
4. Jak trafnie dobierać informacje finansowe pod kątem celów prezentacji i rodzaju odbiorcy?
 - 4.1. Dane analityczne a dane syntetyczne. Źródła danych.
 - 4.2. Jakich informacji finansowych poszukują Zarząd i top managerowie?
 - 4.3. Jakie informacje i wskaźniki finansowe interesują inwestorów?
 - 4.4. Jakie informacje i wskaźniki finansowe interesują pracowników? **- Przykłady / Ćwiczenie**
5. Jak krótko i zwięźle przedstawiać obszerne zestawienia liczbowe? Analiza i synteza danych oraz wnioskowanie z danych finansowych. **- Ćwiczenie**
6. Jak unikać wyciągania błędnych wniosków z prawidłowych danych finansowych? Informacja poprawna a informacja inteligentna. **- Ćwiczenie**
7. Wybór sposobów wizualizacji informacji finansowych (grafy, tabele, infografiki). W jakich sytuacjach, do jakich danych je stosować i jak zapewnić/poprawić ich przejrzystość?
 - 7.1. Zasady projektowania slajdu. **- Ćwiczenie**
 - 7.2. Techniki wizualizacji danych. Kiedy stosować symbole wizualne, zdjęcia, historyjki obrazkowe?
 - 7.3. Typy wykresów i ich zastosowanie.
 - 7.4. Podświadome znaczenie wykorzystywanej kolorystyki.
 - 7.5. Pomoce wizualne podczas prezentacji (wystąpienie typu TED, animacja typu milestones).
 - 7.6. Jaką formę wizualizacji wybrać prezentując dane finansowe inwestorom, menedżerom, pracownikom? **- Przykłady**
8. Jak zbudować przejrzystą strukturę prezentacji? Koncepcja prezentacji.
 - 8.1. Rola planu prezentacji.
 - 8.2. Typ osobowości słuchacza a forma przekazu informacji. Jakich informacji poszukują poszczególne grupy odbiorców?
 - 8.3. Jakie cechy powinna mieć dobra prezentacja, aby została uznana przez odbiorcę za wiarygodną?
 - 8.4. Filary dobrej „opowieści” o spółce dopasowane do jej modelu biznesowego i momentu w rozwoju. Czym jest story o spółce? **- Ćwiczenie**
9. Podsumowanie dnia.

„Złożoność jest
Twoim wrogiem.
Każdy głupiec
może coś
skomplikować.
Ciężko jest coś
uproszczyć.”

Richard Branson

Drugi dzień (9.00 - 17.00)

1. Powtórzenie i utrwalenie zagadnień omawianych pierwszego dnia seminarium.
2. Definiowanie celów i priorytetów wystąpienia oraz rezultatów, jakie chcemy dzięki niemu uzyskać. **- Przykłady, dyskusja moderowana przez trenera**
3. Jak poprowadzić udaną prezentację?
 - 3.1. Najważniejsze uniwersalne zasady prowadzenia prezentacji.
 - 3.2. Czym charakteryzuje się dobra „opowieść”? Podstawy tzw. storytellingu.
 - 3.3. Jak unikać problemów związanych z przekazywaniem informacji? Zasady komunikacji interpersonalnej.
 - 3.4. Jak mówić, aby zostać usłyszonym i prawidłowo zrozumianym? Komunikaty werbalne i niewerbalne.
 - 3.5. Język przekazu. Kontrolowanie własnych reakcji i gestów, naturalność w zachowaniu.
 - 3.6. Sprawne posługiwanie się pomocami audiowizualnymi.
 - 3.7. Sprawne prowadzenie dyskusji podczas wystąpienia, odpowiadanie na trudne pytania, obrona prezentowanych treści, radzenie sobie z obiekcjami uczestników.
 - 3.8. Jak zabierać głos w trakcie spotkania? Zasady zabierania głosu. **- Krótkie ćwiczenia, Przykłady**
4. **Case podsumowujący** (pół dnia) przeprowadzany w grupach, pozwalający na weryfikację nabytych podczas seminarium umiejętności z zakresu ustalania celów prezentacji, struktury prezentacji, doboru zakresu danych, formy prezentacji oraz umiejętności prezentacji danych finansowych.
5. Podsumowanie zajęć.

Plan dnia:

- 8.30 - Rejestracja Uczestników (tylko pierwszego dnia)
- 9.00 - Rozpoczęcie zajęć
- 10.30 - 10.50 - Przerwa na kawę
- 13.00 - 14.00 - Wspólny lunch
- 15.30 - 15.50 - Przerwa na kawę
- 17.00 - Zakończenie zajęć

Francuski Instytut Gospodarki Polska Sp. z o.o.
ul. Filtrowa 75/5, 02-032 Warszawa
tel. +48 22 823 42 83, e-mail: biuro@figpolska.pl

Seminaria i szkolenia realizujemy zgodnie z wdrożonym systemem zarządzania jakością ISO 9001-2015.



Wszystkie seminaria są organizowane w Warszawie w 4-gwiazdkowych hotelach.

Formularze rejestracji i informacje o terminach, prowadzących oraz miejscu szkolenia dostępne są na stronie:

www.figpolska.pl