



FRANCUSKI  
INSTYTUT  
GOSPODARKI  
POLSKA

# Komunikacja strategii firmy oraz przywództwo w jej wdrożeniu

**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](http://www.figpolska.pl)

tel: + 48 22 823 42 83

Odwiedź nas na LinkedIn i Facebook:  
Francuski Instytut Gospodarki Polska



## Seminarium warsztatowo-coachingowe dla Zarządów i Dyrektorów

### Kluczowe korzyści

- ▶ Opanowanie procesu opracowania Programu Komunikacji Strategii (PKS).
- ▶ Zrozumienie roli zarządu i kadry menedżerskiej w procesie komunikacji i wdrażania strategii.
- ▶ Poznanie reakcji pracowników na wprowadzanie zmian i technik zarządzania zmianami.
- ▶ Rozwój umiejętności w zakresie prezentacji strategii różnym grupom odbiorców.
- ▶ Poznanie najlepszych praktyk w zakresie komunikacji z różnymi grupami odbiorców.
- ▶ Rozwój indywidualnych cech przywódczych, gwarantujących skuteczne wdrożenie strategii w przedsiębiorstwie.
- ▶ Rozwój umiejętności w zakresie budowania zespołu menedżerskiego, skoncentrowanego na wdrożeniu strategii.

### Dlaczego warto wybrać nasze seminarium

- ▶ Autorski i unikatowy program FIG Polska opracowany na bazie zidentyfikowanych problemów występujących powszechnie w przedsiębiorstwach na etapie komunikacji strategii.
- ▶ Program oparty na doświadczeniach FIG Polska w komunikacji strategii na różnych szczeblach organizacji w ponad 150 polskich i zagranicznych przedsiębiorstwach.
- ▶ Selektywny dobór zagadnień w obszarze przywództwa oraz komunikacji, który warunkuje skuteczne wdrożenie strategii.
- ▶ Kameralne grupy seminaryjne, gwarantujące forum wymiany doświadczeń i dzielenie się wiedzą w gronie najwyższej kadry zarządzającej.

### Kto powinien wziąć udział w programie?

Właściciele firm, prezesi i pozostali członkowie zarządów, dyrektorzy zarządzający, dyrektorzy działów funkcjonalnych finansów, strategii, produkcji, komunikacji, dyrektorzy operacyjni, marketingu, dyrektorzy zakładów i fabryk, menedżerowie odpowiedzialni za wdrożenie i nadzór nad realizacją strategii firmy, dyrektorzy personalni i HR, kierownicy i liderzy zespołów projektowych, uczestnicy procesów zmian.

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\*:

## Komunikacja strategii i przywództwo w jej wdrożeniu

\*Seminarium **fakultatywne** dla osób realizujących Executive Program

Pierwszy dzień (9.00 - 17.00)

### ► Komunikacja strategii

1. Wprowadzenie: cele seminarium, poznanie się Uczestników i test wprowadzający.
2. Czym jest strategia przedsiębiorstwa i co decyduje o jej sukcesie?
  - 2.1. Strategia jako wyzwanie rozwojowe firmy i kadry menedżerskiej.
  - 2.2. Czynniki sukcesu wdrożenia strategii w organizacji.
  - 2.3. Co powinna zawierać strategia firmy? Składowe strategii jako treści programów komunikacji. - [Warsztat](#)
3. Program komunikacji strategii jako narzędzie informacji o strategii przedsiębiorstwa. - [Warsztat](#)
  - 3.1. Treść i forma informacji o strategii. Kto powinien opracować program komunikacji? - [Ćwiczenie](#)
  - 3.2. Mapa celów strategicznych, KPI oraz karty projektów strategicznych jako narzędzia komunikacji strategii.
  - 3.3. Jak dobierać kanały komunikacji strategii do różnych grup odbiorców. - [Ćwiczenie](#)
  - 3.4. Określenie grup odbiorców programu komunikacji. - [Ćwiczenie](#)
  - 3.5. Harmonogram wdrożenia programu komunikacji strategii. - [Ćwiczenie](#)
4. Kto powinien komunikować strategię w organizacji? Role poszczególnych grup menedżerskich w realizacji programu komunikacji strategii.
  - 4.1. Przygotowanie kadry menedżerskiej do komunikacji strategii firmy.
  - 4.2. Proces komunikacji strategii w „dół” organizacji – wyzwanie dla menedżerów.
  - 4.3. Jak zarządzać informacją zwrotną otrzymywaną „od dołu” w trakcie prezentacji strategii?
5. Jak chcesz komunikować strategię swoim zespołom? Pomysły na komunikację strategii w firmie. - [Warsztat](#)
6. Jak monitorować wdrożenie programu komunikacji i ocenić skuteczności dotarcia do odbiorców?
  - 6.1. Wskaźniki efektywności realizacji programów. - [Warsztat](#)
7. Podsumowanie dnia.

**„Budowanie połączenia między pracownikami a strategią oznacza, że pracownicy znają, rozumieją i wierzą w strategię biznesową firmy, chętnie wnoszą swój wkład i dokładnie wiedzą, co powinni robić, by pomóc w jej realizacji”.**

*Roger D'Aprix*

Drugi dzień (9.00 - 17.00)

### ► Angażowanie pracowników we wdrażanie strategii

1. Powtórzenie i utrwalenie zagadnień omawianych pierwszego dnia seminarium.
2. Psychologiczne aspekty reakcji ludzi na zmiany niesione przez strategię. - [Ćwiczenie](#)
3. Skuteczne techniki komunikacji z dużymi grupami pracowników. - [Ćwiczenie](#)
4. Częstotliwość komunikacji strategii a poziom zaangażowania pracowników.
5. Jakich błędów należy się wystrzegać w procesie komunikacji strategii? - [Ćwiczenie](#)
6. Jak budować organizację wygrywającą?
  - 6.1. Jak inspirować menedżerów do realizacji ambitnych celów firmy? (motywacja w perspektywie długoterminowej).
  - 6.2. Materialne i pozamaterialne „motywatory” skłaniające pracowników do realizacji strategii. System wynagrodzeń.
  - 6.3. Przywództwo i zaangażowanie menedżerów jako kluczowy czynnik sukcesu wdrażania strategii firmy.
7. Jak rozwijać zespół menedżerski, gwarantujący wdrożenie strategii firmy? - [Ćwiczenie](#)
8. Nasz dekalog komunikacji strategii.
9. 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](mailto: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](http://www.figpolska.pl)