



Budowa strategii w zmiennym otoczeniu.

Doradztwo strategiczne i szkolenia warsztatowe dla Top Managementu

Programy szkoleń realizowanych w formule otwartej,

Wykaz terminów dostępny
na www.figpolska.pl

Zarządzanie strategiczne

- Budowa strategii firmy
- Wdrożenie strategii poprzez BSC
- Kaskadowanie strategii i Action Plan
- VBM zarządzanie wartością firmy
- Zarządzanie sprzedażą i marketingiem
- Zarządzanie procesem zakupowym
- HR
- Fuzje i przejęcia przedsiębiorstw
- Portfel projektów strategicznych

Zarządzanie finansami

- Finanse dla niefinansistów cz.1 i cz.2
- Controlling menedżerski
- Cash flow i kapitał obrotowy
- Ocena projektów inwestycyjnych
- Wycena Przedsiębiorstw
- Analiza i diagnoza finansowa
- Prezentacja informacji finansowych i biznesowych
- Corporate Finance fo Executives

Zarządzanie efektywnością

- Ekspresowa Sztuka Zarządzania cz. 1 i cz.2
- Metodyka MBO
- Pricing
- Negocjacje w biznesie
- Negocjacje zakupowe
- Adaptacyjne zarządzanie projektem
- Odpowiedzialność prawna
- Techniki Lean Management
- Trening w świecie BANI
- Trening komunikacji menedżerskiej
- Trening budowania Zespołów
- Sztuczna Inteligencja w Praktyce

W formule zamkniętej oferujemy ponad 100 programów szkoleniowych. O szczegóły prosimy zapytać w naszym biurze.

Sprawdź terminy na
www.figpolska.pl
tel: + 48 22 823 42 83

Odwiedź nas na LinkedIn i Facebook:
Francuski Instytut Gospodarki Polska



Metodyka "Krok po kroku" i narzędzia

Liczba dni szkolenia: **2 dni**

Cel szkolenia

- ▶ Opanowanie sprawdzonej metodyki budowy strategii, stosowanej przez liderów rynkowych.
- ▶ Poznanie i wybór metod analizy strategicznej.
- ▶ Opanowanie procesu diagnozy strategicznej jako podstawy wyborów strategicznych.
- ▶ Opanowanie modelowych strategii konkurowania na rynku.
- ▶ Poznanie procesu formułowania celów i strategii głównej oraz strategii w różnych obszarach działalności.
- ▶ Poznanie narzędzi opisujących strategię przedsiębiorstwa.

Dlaczego warto wybrać nasze szkolenie warsztatowe

- ▶ Autorski i unikatowy program opracowany przez dział doradztwa strategicznego FIG Polska, który specjalizuje się w opracowaniu i wdrożeniach strategii przedsiębiorstw.
- ▶ Metodyka wykorzystana z sukcesem przez FIG Polska do opracowania i wdrożenia ponad 150 strategii w polskich i zagranicznych przedsiębiorstwach.
- ▶ Praktyczny charakter zajęć, prezentacja metodyki budowy strategii na podstawie „case study” oraz licznych przykładów z wielu branż.
- ▶ Udostępnione liczne formatki i modele dokumentów umożliwiające szybkie ich wykorzystanie we własnej organizacji.
- ▶ Inspirujące rozwiązania z innych branż, w tym z rynku polskiego.
- ▶ Udział w tym szkoleniu to najlepszy sposób, by zwiększyć szanse na sukces firmy i osobisty oraz ugruntowanie pozycji profesjonalisty w gronie TOP Managementu.

Kto powinien wziąć udział w szkoleniu warsztatowym?

Właściciele firm, prezesi, wiceprezesi, członkowie zarządów i rad nadzorczych, dyrektorzy zarządzający, dyrektorzy działów: finansów i controllingu, inwestycji, strategii, rozwoju, R&D, produkcji, sprzedaży i marketingu, logistyki i zakupów, IT; dyrektorzy operacyjni, dyrektorzy zakładów i fabryk, menedżerowie odpowiedzialni za budowę i nadzór nad realizacją strategii firmy, dyrektorzy personalni i HR.

Ponad
32.000

Uczestników szkoleń
i warsztatów

2.500

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

250

Projektów doradczych

96%

Uczestników poleca
nasze usługi

80%

Uczestników szkoleń
to prezesi, właściciele firm
i dyrektorzy

30 lat
doświadczeń



Program*:

Metodyka budowy strategii firmy

*Szkolenie **obowiązkowe** dla osób realizujących Executive Program

Pierwszy dzień - Czynniki decydujące o sukcesie strategii

1. Wprowadzenie i cele seminarium.
2. Etapy budowy strategii firmy. Co zawiera strategia firmy?
3. **Czym jest strategia firmy i co tworzy jej wyjątkowość?**
3.1 Rola zarządu i top managementu w wyborze, budowie i wdrażaniu strategii. **Dyskusja moderowana „Best practice” doradztwa strategicznego**
4. Zmieniające się otoczenie jako układ szans i zagrożeń.
Jak analizować trendy i zjawiska oraz wyciągnąć z nich właściwe wnioski? **Ćwiczenie**
5. **Jak ocenić pozycję konkurencyjną firmy? Skwantyfikowana Analiza Strategiczna (SAS) oparta na prognozach.**
5.1 Jak odkrywać szanse płynące z rynków? Analiza otoczenia, pomiar wielkości oraz wartości rynków / segmentów.
5.2 Z kim konkurujemy? Badanie struktury rynku z wykorzystaniem „Modelu oceny sił konkurencji”.
5.3 Kluczowe Czynniki Sukcesu (KCS) w branży. Jak ocenić naszą firmę na tle konkurentów? Wybór metod i zakresu analizy.
5.4 Jak ocenić zdolność firmy do kształtowania przewagi konkurencyjnej? Wykorzystanie wskaźników – KPI' ów i benchmarków w analizie wewnętrznej firmy. **Ćwiczenia**
6. Diagnoza strategiczna, czyli jak wyciągać wnioski z analizy strategicznej?
Metodyka: Key Leverage Point - definiowanie możliwych działań rozwojowych wykorzystując szanse płynące z otoczenia i mocne strony firmy. Business Implications – definiowanie koniecznych działań naprawczych i poprawy efektywności uwzględniając zagrożenia płynące z otoczenia i słabe strony przedsiębiorstwa. **Ćwiczenie**
7. Bilans strategiczny na podstawie skwantyfikowanej analizy strategicznej – zalecane strategie.
8. **Podsumowanie dnia.**

**Zapytaj
o szkolenie
zamknięte!**

Drugi dzień - Wybory strategiczne

1. Jak wyrazić aspiracje przedsiębiorstwa? – definiowanie wizji przedsiębiorstwa. **Ćwiczenie**
2. Jak ukierunkować myślenie strategiczne i zmienić orientację firmy – definiowanie misji i wartości organizacji. **Ćwiczenie**
3. Jak powiązać wizję firmy z celami finansowymi? Formułowanie strategicznych celów finansowych oraz wybór strategii stymulowania wyników finansowych. **Ćwiczenie**
4. Jak wybrać strategiczne obszary? Wybór głównych tematów strategicznych i strategii.
5. **Cele rynkowe i miary ich realizacji (KPI).**
5.1 Strategia rynkowa jako kompromis pomiędzy wyróżnianiem się a efektywnością.
5.2 Które rynki gwarantują nam sukces finansowy? Scenariusze strategiczne i kryteria ich oceny. **Ćwiczenie**
6. **Strategia rozwoju produktów/ usług.**
6.1 Jak zbudować atrakcyjne portfolio produktów? Kryteria oceny atrakcyjności produktów. Przykłady
7. Jak zwiększyć jednocześnie sprzedaż i marżę? Budowa propozycji wartości dla strategicznych grup klientów opartych na wyróżnikach z wykorzystaniem Macierzy Wartości. **Ćwiczenie**
8. Wyróżniki konkurencyjne a model organizacyjny. Które procesy w organizacji budują przewagi konkurencyjne? Wybór modelu biznesowego opartego na łańcuchu wartości. **Przykład**
9. Strategiczne zasoby i kompetencje firmy jako czynniki warunkujące powodzenie strategii rozwoju firmy.
10. Jak opracować „Program Strategicznych Działań” gwarantujący osiągnięcie celów strategicznych? **Przykłady z praktyki**
11. Mapa strategii jako narzędzie opisujące strategię w formie zbioru celów powiązanych w związku przyczynowo skutkowe. **Przykład**
12. Biznesplan finansowy jako narzędzie pomiaru wartości strategii. **Przykład**
13. **Podsumowanie zajęć.**

Francuski Instytut Gospodarki Polska Sp. z o.o.
ul. Filtrowa 75/5, 02-032 Warszawa
☎ tel. +48 22 823 42 83, +48 668 258 817
✉ e-mail: biuro@figpolska.pl

Szkolenia realizujemy zgodnie z wdrożonym systemem zarządzania jakością ISO 9001-2015.



Wszystkie szkolenia 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