



Zarządzanie wartością w firmie b2b

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 wartością w firmie b2b**

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



jak zwiększać marże, lojalność i przewagę konkurencyjną

Liczba dni szkolenia: **2 dni**

Cel szkolenia

- ▶ Zrozumienie, czym jest wartość w ujęciu strategicznym – dla klienta, firmy i właściciela.
- ▶ Przekładanie filozofii „value-driven management” na decyzje strategiczne.
- ▶ Udoskonalenie sposobu pozycjonowania oferty i marki.
- ▶ Identyfikacja dźwigni wzrostu marży w obecnych segmentach klientów.
- ▶ Opracowanie mapy działań zarządu w kierunku wzrostu wartości firmy.

Rezultaty szkolenia

Uczestnicy:

- ▶ rozumieją, jak budować wartość firmy w oparciu o decyzje strategiczne,
- ▶ potrafią rozróżnić działania operacyjne od kluczowych dźwigni wartości,
- ▶ mają konkretną mapę decyzji do wdrożenia po szkoleniu,
- ▶ zyskują wspólny język zarządu do rozmowy o kliencie, marży i wartości.

Dlaczego warto wybrać nasze szkolenie warsztatowe

- ▶ Autorski program opracowany przez dział doradztwa strategicznego FIG Polska, który specjalizuje się w opracowaniu i wdrożeniach strategii rynkowych przedsiębiorstw.
- ▶ Selektywny dobór zagadnień z zakresu marketingu strategicznego niezbędny do podejmowania przez zarządy optymalnych wyborów w zakresie strategii rynkowych.
- ▶ Twarde i narzędziowe podejście do marketingu: zarządzanie portfelem klientów i produktów tak, aby zwiększać marże i zyski.
- ▶ Praktyczny charakter zajęć; prezentacja narzędzi na podstawie „case study” – ćwiczenia, formatki, narzędzia do szybkiego wykorzystania we własnej organizacji.

Kto powinien wziąć udział w szkoleniu warsztatowym?

Członkowie rad nadzorczych, prezesi zarządów, członkowie zarządów, dyrektorzy zarządzający, dyrektorzy strategiczni, dyrektorzy ds. marketingu, sprzedaży, handlu, produkcji i logistyki, a także kierownicy działów sprzedaży i marketingu

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



Pierwszy dzień - Zrozumieć wartość i zarządzać nią strategicznie

1. Nowe spojrzenie na wartość w biznesie B2B

- 1.1 Co naprawdę kupują klienci – i dlaczego często nie to, co sprzedajemy?
- 1.2 Trzy perspektywy wartości: klienta, firmy i właściciela.
- 1.3 Od produktu do systemu wartości – jak zmienia się rola dostawcy.

2. Zarządzanie wartością jako filozofia strategii firmy

- 2.1 Jak zdefiniować strategiczną obietnicę wartości (Value Proposition).
- 2.2 Model CVA (Customer Value Added) w decyzjach zarządu.
- 2.3 W jaki sposób model biznesowy, kultura i struktura organizacyjna wspierają (lub blokują) dostarczanie wartości.

3. Gdzie firma naprawdę zarabia?

- 3.1 Analiza portfela klientów z perspektywy zyskowności, nie obrotów
- 3.2 Jak identyfikować „klientów strategicznych” i eliminować nieopłacalne segmenty.
- 3.3 Kryteria wyboru rynków i klientów o najwyższym potencjale wartości.

4. Zarządzanie wiedzą strategiczną

- 4.1 Czym różni się „System Informacji Marketingowej” od „Systemu Inteligencji Rynkowej”?
- 4.2 Jak budować przewagę dzięki lepszemu wykorzystaniu danych o klientach.

5. Refleksja i podsumowanie dnia

- 5.1 3 kluczowe pytania: gdzie tworzymy wartość, gdzie ją tracimy, gdzie jej nie dostarczamy?

Drugi dzień - Budowanie przewagi konkurencyjnej opartej na wartości

1. Powtórzenie i integracja wniosków

- 1.1 Dyskusja strategiczna: jakie decyzje wyłoniły się z dnia pierwszego?

2. Jak wyróżnić firmę na rynku B2B

- 2.1 Macierz wartości i „krzywa wartości” – jak odkryć własną przewagę. Pozycjonowanie strategiczne oferty wobec konkurencji.

3. Strategiczne zarządzanie ceną i marżą

- 3.1 Jak zwiększyć marżę bez zwiększania sprzedaży.
- 3.2 Związek między wartością postrzeganą, ceną a lojalnością.
- 3.3 Polityki cenowe w sprzedaży wielokanałowej – zarządzanie ryzykiem kanibalizacji.

4. Rola marki i reputacji w obronie ceny

- 4.1 Jak marka staje się tarczą ochronną wartości.
- 4.2 Kiedy komunikacja marketingowa ma sens w B2B – i jakie narzędzia faktycznie budują zaufanie.

5. Zarządzanie kanałami i relacjami strategicznymi

- 5.1 Jak wybierać kanały dystrybucji zgodne z pozycją rynkową firmy.
- 5.2 Partnerzy dystrybucyjni jako nośnik (lub niszczyciel) wartości. Zasady relacji win-win i zarządzania konfliktami kanałowymi.

6. Sesja końcowa: Mapa działań zarządu

- 6.1 10 kluczowych KPI dla firm zarządzanych wartością.
- 6.2 Tworzenie „Mapy decyzji strategicznych” – trzy kierunki wzrostu marży i wartości.
- 6.3 Podsumowanie i rekomendacje wdrożeniowe.

Zapytaj
o szkolenie
zamknięte!

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