

## PRODUCT MANAGEMENT (Zarządzanie produktem). Szkolenie dla Product Managerów

23.05.2019-24.05.2019 - Warszawa

### O SZKOLENIU:

Kompetencje Product Managera zarządzającego produktem są kluczowe dla realizacji zadań i celów stawianych przed działami marketingu. Szkolenie "Product Management (Zarządzanie produktem). Szkolenie dla Product Managerów" dostarcza managerom i specjalistom marketingu kompleksowej wiedzy i rozwija umiejętności niezbędne do profesjonalnego zarządzania produktem w warunkach zmieniającego się i konkurencyjnego rynku.

### CELE SZKOLENIA:

Celem szkolenia "Product Management (Zarządzanie produktem). Szkolenie dla Product Managerów" jest zapoznanie uczestników z efektywnym zarządzaniem produktem z wykorzystaniem zarządzania strategicznego i marketingu produktu. Uczestnicy poznają zagadnienia związane z wprowadzaniem nowych produktów, planowaniem ich rozwoju, analizy finansowej produktów oraz zarządzania produktem w sprzedaży.

Biorąc udział w szkoleniu z zarządzania produktem:

Poznasz rolę jaką pełni produkt manager w organizacji, określisz jego kompetencje i zasoby, których potrzebuje do zarządzania produktem.

Nauczysz się analizować rynek pod kątem produktu, którym zarządzasz.

Rozwiniesz swoje kompetencje związane z analizą konsumentów, określeniem grupy docelowej dla produktu.

Dowiesz się jak dobrać najbardziej odpowiednią strategię cenową dla produktu.

Poznasz zasady wprowadzania produktu na rynek.

Nauczysz się zarządzania sprzedażą produktu.

Grupa docelowa szkolenia z product management-u:

Kierując się naszym ponad 17-letnim doświadczeniem w rozwijaniu kompetencji managerów i specjalistów ds. marketingu dedykujemy szkolenie z zarządzania produktem:

Product managerom / Kierownikom produktu,

Brand managerom,

Dyrektorów marketingu, specjalistom ds. marketingu i specjalistom ds. komunikacji marketingowej.

3 wygodne formy realizacji szkolenia "Product Management (Zarządzanie produktem). Szkolenie dla Product Managerów"

Wybierz najbardziej odpowiednią dla siebie formę udziału w szkoleniu z zarządzania z zarządzanie produktem:

~~Udział w szkoleniu otwartym. Rozwiązanie rekomendowane dla uczestników indywidualnych lub małych grup 2/3 osoby.~~

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,  
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE  
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Terminy, miejsca i cenę znajdziesz z prawej strony.

Szkolenie zamknięte dla product managerów Twojej firmy. Rozwiązanie rekomendowane dla grup 4/5 - 12 osób. Termin, miejsce szkolenia są uzgadnianie z klientem. Korzyścią jest to, że szkolenie jest prowadzone wg. dedykowanego programu uwzględniające potrzeby szkoleniowe i specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstwa klienta. Szkolenie "1 na 1". Przeznaczone indywidualnie dla 1 osoby. Termin, miejsce szkolenia są uzgadnianie z klientem. Program szkolenia jest dostosowywany do zgłoszonych potrzeb.

Szkolenie odbywa się w formie praktycznych warsztatów rozwijających umiejętności uczestników. Podczas warsztatów wykorzystywane są narzędzia aktywizujące takie jak m.in.: ćwiczenia indywidualne i zespołowe, praca w małych grupach, praca z zadaniami, rozwiązywanie studiów przypadku, burza mózgów, dyskusja moderowane. Poszczególne moduły i bloki szkolenia są podsumowywane przez trenera prowadzącego mini-wykłady. Szkolenie może być prowadzone również w języku angielskim.

## **PROGRAM SZKOLENIA:**

### **1. ROLA PRODUCT MANAGERA**

Rola product managera w organizacji  
Współpraca z innymi działami  
Obszar zadań i działań Product Managera  
Kompetencje i zasoby Product Managera

### **2. ANALIZA RYNKU**

Segmentacja rynku  
Wielkość rynku  
Badanie rynku dla produktu  
Oszacowanie potencjału rynku dla produktu

### **3. KIM JEST NASZ KONSUMENT?**

Analiza potencjalnych konsumentów  
Określenie grupy docelowej  
Pozycjonowanie produktów  
Określenie kanałów dotarcia grupy docelowej

### **4. ANALIZA KONKURENCJI**

Źródła pozyskiwania informacji o konkurentach

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,  
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE  
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Analiza SWOT

Poznanie i zrozumienie celów konkurencji

Analiza produktów i pozycjonowanie

## 5. STRATEGIE CENOWE

Tworzenie strategii cenowej

Tworzenie modelu biznesowego

Kalkulacja cenowa

## 6. WPROWADZENIE PRODUKTU

Proces wprowadzenia produktu na rynek

Tworzenie listy zadań dla wprowadzanego produktu

Tworzenie KPI's produktu

Rola i odpowiedzialność poszczególnych komórek firmy w sukcesie wprowadzenia produktu

Wsparcie dla wprowadzanego produktu: komunikacja, promocja, dystrybucja, zaangażowanie

## 7. ROZWÓJ PRODUKTU

Strategie marketingowe produktu

Cykl życia produktu

## 8. ANALIZA FINANSOWA PRODUKTU

Wyniki sprzedaży

Marża

ROI produktu

## 9. SPRZEDAŻ PRODUKTU

Zarządzanie produktem w sprzedaży

Analiza KPI's produktu

## TRENER:

Hanna Adamiak

Trener praktyk biznesu. Manager marketingu z ponad 20-letnim doświadczeniem zawodowym. Ekspert w zakresie product managementu, category managementu, wprowadzania nowych produktów na rynek, strategii działań

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,  
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE  
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



marketingowych i sprzedażowych.

Na początku kariery zawodowej (1998) związana z JTI Polska i MarketShare. W latach 2001 - 2008 pracowała w Hiestand Polska (aktualnie ARYZTA) początkowo jako Kierownik Działu Obsługi Klienta, następnie jako p.o. Dyrektora Marketingu i Channel Managera. Ostatecznie w latach 2006 - 2008 &nbsp;jako &nbsp;Dyrektor Marketingu odpowiadała &nbsp;za przygotowanie i wdrożenie strategii marketingowej , rozwijanie i wdrażanie programów z zakresu Category Management dla klientów B2B, rozwój portfolio produktów, kalkulacje cen, P&L działań oraz budżet marketingowy. &nbsp;

Z sukcesem prowadziła projekt wprowadzania na rynek polski Wild Bean Cafe wraz z BP Polska w zakresie kategorii przekąsek, wdrożyła programy promocyjno-sprzedażowe&nbsp; z klientami sieciowymi, które przyniosły wzrosty na poziomie 40% sprzedaży .

Odpowiadała za całość działań marketingowych&nbsp; dla sieci własnej Flerynka. Z powodzeniem współpracowała z klientami w Europie, Azji i Oceanii w zakresie rozwoju nowych produktów, prezentacjach, szkoleniach. Aktywnie uczestniczyła w projektach cross marketingowych w ramach zespołu międzynarodowego.

W latach 2008 - 2010 Project Manager w JTI Polska odpowiadał za projekty związane z wizerunkiem marki. Z sukcesem zajmowała się budowaniem dystrybucji i sprzedaży marek znajdujących się w portfolio firmy.

Od 2010 do 2015 roku Business Project Manager i konsultant polskich przedsiębiorstw w zakresie przygotowania biznesplanów, strategii marketingowych i sprzedażowych, budowania kanałów dystrybucji, wprowadzania nowych produktów na rynek (new product development), branding.

W latach 2015 - 2018 pracowała w Eurocash S.A. jako Senior Category Manager (2015-2016) zarządzający kategoriami dla Delikatesów Centrum, odpowiadała za pracę podległego zespołu, analizę rynku, zarządzanie i negocjacje z dostawcami. Na stanowisku Project Managera (2016-2018) zajmowała się rozwojem nowego konceptu dla kategorii sieci sklepów. Odpowiadała za stworzenie modelu biznesowego dla kategorii produktów świeżych w Delikatesach Centrum (wartość kategorii&nbsp; ok. 250 mln), rozwój nowych produktów, P&L projektu, &nbsp;negocjacje z dostawcami.

W swojej karierze efektywnie tworzyła i wprowadzała strategie i plany marketingowe, rozwijała i wprowadzała produkty na rynek, budowała kanały sprzedaży, była odpowiedzialna za współpracę z międzynarodowymi klientami sieciowymi.

Swoje szkolenia prowadzi również w języku angielskim.

Absolwenta Warszawskiej Szkoły Biznesu (Zarządzanie i Marketing) oraz Szkoły Trenerskiej grupy SET. Trener współpracujący B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa.