

WPROWADZENIE NOWEGO PRODUKTU NA RYNEK (New product development - NPD marketing)

21.05.2026-22.05.2026 - Warszawa

O SZKOLENIU:

Wprowadzenie nowego produktu na rynek, to zadanie, przed którym stają managerowie i specjaliści marketingu każdej firmy. New product development, to proces angażujący pracowników różnych działów i bardzo często zasoby całej organizacji. NPD marketing wymaga od osób zaangażowanych w projekt wprowadzenia produktu na rynek wysokiego poziomu wiedzy i kompetencji zawodowych.

Szkolenie "Wprowadzenie nowego produktu na rynek (New product development - NPD marketing)" dostarcza managerom i specjalistom marketingu kompleksowej wiedzy i rozwija umiejętności niezbędne do profesjonalnego przygotowania i wprowadzenia produktów na rynek, a także pokaże najczęściej popełniane błędy przez firmy.

CELE SZKOLENIA:

Celem szkolenia "Wprowadzenie nowego produktu na rynek (New product development - NPD marketing)" jest zapoznanie uczestników z efektywnym przygotowaniem i zarządzaniem procesem, jakim jest rozwój i wprowadzenie produktu na rynek oraz pokazanie jaki to ma związek ze strategią firmy.

Biorąc udział w szkoleniu "Wprowadzenie nowego produktu na rynek (New product development - NPD marketing)":

Poznasz strategie i modele rozwoju nowych produktów i nowoczesną strukturę procesu ich rozwoju.

Dowiesz się, jakie są kluczowe elementy i jak w praktyce wygląda proces wprowadzania nowego produktu na rynek.

Nauczysz się zarządzać procesem wprowadzania Twojego nowego produktu na rynek.

Zdobędziesz wiedzę i umiejętności, które pozwolą Ci skutecznie przeprowadzić proces rozwoju i wdrożenia nowego produktu oraz ograniczyć ryzyko związane z jego wprowadzeniem.

Nauczysz się organizować i kształtować komunikację wewnątrzfirmową związaną z wprowadzeniem produktu na rynek.

Poznasz podstawy regulacji prawnych, które musisz uwzględnić planując wprowadzenie nowego produktu na rynek.

Adresaci szkolenia z wprowadzenia nowego produktu:

Kierując się naszym wieloletnim doświadczeniem w rozwijaniu kompetencji i podnoszeniu umiejętności zawodowych managerów i specjalistów ds. marketingu udział w szkoleniu z new product development dedykujemy:

Product managerom / Kierownikom produktu,

Brand managerom,

Dyrektorom marketingu,

Specjalistom ds. marketingu i specjalistom ds. komunikacji marketingowej,

Managerom, zespołom R&D,

Zarządom / Top Managerom.

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



3 wygodne formy realizacji szkolenia "Wprowadzenie nowego produktu na rynek (New product development - NPD marketing)":

Wybierz najbardziej odpowiednią dla siebie formę udziału w szkoleniu z wprowadzenia nowego produktu:

Szkolenie zamknięte dla zespołu 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 online. Dedykowane szkolenie online dla Twojej firmy / zespołu.

Forma prowadzenia szkolenia z new product development:

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.

Opinie i oceny uczestników szkolenia "Wprowadzenie nowego produktu na rynek (New product development - NPD marketing)"

Uważamy, że istotną informacją jest to jak managerowie i specjaliści marketingu, którzy wzięli udział w szkoleniu, je oceniają. Zapraszamy do zapoznania się z informacjami zwrotnymi od uczestników.

Szkolenie zrealizowane w dniach 24-25 stycznia - ocena 5,00 (skala 1-5)

Opinie uczestników:

"Wyniosłam dużo przydatnej wiedzy z zakresu rozwoju produktów, były przykłady z życia, które uatrakcyjniły zajęcia". "Wiedza przekazana w bardzo praktyczny sposób". "Przykłady, wiedza merytoryczna".

Przeczytaj całą informację zwrotną ze szkolenia "Praktyka wprowadzenia nowego produktu na rynek".

PROGRAM SZKOLENIA:

1. PRODUKT - pojęcie i rola w strategii firmy

Pojęcie produktu

Marketingowa struktura produktu

Miejsce produktów w strategii firmy

2. STRATEGIE ROZWOJU NOWEGO PRODUKTU

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



Formułowanie strategii rozwoju nowego produktu
Typy strategii rozwoju nowego produktu
Nowe wyzwania i trendy w obszarze strategii nowego produktu

3. INNOWACJE

Innowacje a poziomy strategii
Sposoby konkurowania na rynku
Podstawowe założenia koncepcji innowacji przełomowych
Identyfikacja szans na innowację

4. PROCES PROJEKTOWANIA I ROZWOJU NOWEGO PRODUKTU - KLUCZOWE OBSZARY

Identyfikacja potrzeb klienta
Burza mózgów - poszukiwanie i selekcja pomysłów
Projektowanie / prototypowanie
Testy
Ewaluacja i poprawki
Budżet
Analiza finansowa projektu
Rola i waga zespołu projektowego
Zaangażowanie top managementu
Incentives dla zespołu projektowego

5. MARKETING MIX

Strategia cenowa
Strategia komunikacji i dotarcia do klientów
Dystrybucja
Pozycjonowanie

6. KOMUNIKACJA WEWNĄTRZ FIRMY

Im więcej osób masz po swojej stronie tym szanse powodzenia rosną!
Komunikacja wewnątrz firmy
Incentives dla zespołu sprzedaży
Incentives dla zespołu projektowego

7. BEZPIECZEŃSTWO PRODUKTÓW I FIRMY

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



Regulacje prawne
Odpowiedzialność za produkt
Prawo konsumenckie
Znak towarowy / patenty

8. SPRZEDAŻ PRODUKTU

Zarządzanie produktem w sprzedaży
Analiza KPI’s produktu

9. ZAGROŻENIA I JAK IM PRZECIWDZIAŁAĆ

Najczęstsze zagrożenia przy nowych projektach
Sposoby przeciwdziałania

Szkolenie "Wprowadzenie nowego produktu na rynek (New product development - NPD marketing)" poprowadzi

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 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 jako Dyrektor Marketingu odpowiadała 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.

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

Odpowiadała za całość działań marketingowych dla sieci własnej Flerynka. Z powodzeniem współpracowała z klientami w Europie, Azji i Oceani 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

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



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 ok. 250 mln), rozwój nowych produktów, P&L projektu, 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.