

K2 Consulting

Wszystko jest możliwe

Zaproszenie do współpracy
w ramach projektu Akademia Menadżera MMŚP
– kompetencje w zakresie cyfryzacji

www.k2c.com.pl

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości w okresie do 30 czerwca 2023 roku realizuje nowy program dotacyjny do szkoleń związanych z procesem cyfryzacji w przedsiębiorstwie – Akademia Menadżera MMŚP – kompetencje w zakresie cyfryzacji.

W ramach projektu możecie Państwo pozyskać **do 150 000 zł** na realizację szkoleń z poniższej tematyki:

- Zarządzanie transformacją cyfrową
- Opracowanie modelu biznesowego
- Przywództwo i zarządzanie zespołami w wirtualnym środowisku
- Zarządzanie zmianą
- Marketing w gospodarce cyfrowej
- Sprzedaż w gospodarce cyfrowej
- Bezpieczeństwo cyfrowe

Nowością w projekcie jest to, że wartość wkładu własnego można rozliczyć w ramach wypłacanego pracownikowi wynagrodzenia przez czas jego uczestnictwa w szkoleniu. W efekcie może to skutkować tym, że **nie poniesiecie Państwo żadnych kosztów przy realizacji tego projektu.**

Od 2018 roku z powodzeniem realizujemy tego typu projekty. Dlatego oferujemy Państwu kompleksową obsługę, polegającą na: pozyskaniu środków, koordynacji i realizacji całego projektu oraz jego rozliczeniu.

Za kompleksową obsługę nie pobieramy żadnego dodatkowego wynagrodzenia. Jedyne za co otrzymujemy wynagrodzenie to realizacja szkoleń, na które otrzymujecie Państwo dofinansowanie.

Poniżej prezentujemy Państwu szczegółowe cele i programy w/w szkoleń.

K2 Consulting to:



**PROFESJONALNA
KADRA**



**USŁUGI
DOFINANSOWANE**



**CERTYFIKAT JAKOŚCI
ISO 9001**



**6 LAT DOŚWIADCZENIA
BIZNESOWEGO**



**INNOWACYJNE
TECHNOLOGIE**



**CZŁONEK STOWARZYSZENIA
POLSKIEJ IZBY FIRM
SZKOLENIOWYCH**

TEMAT: OPRACOWANIE MODELU BIZNESOWEGO

Umiejętność budowania i komunikowania strategii transformacji cyfrowej i przewodzenie jej realizacji. Kompetencja obejmuje również umiejętność diagnozy dojrzałości cyfrowej i umiejętność wyznaczania strategicznych kierunków zmian w przedsiębiorstwie w celu osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.

EFEKTY UDZIAŁU W SZKOLENIU. UCZESTNIK:

- Opisuje złożone zjawiska ekonomiczne i społeczne.
- Charakteryzuje pojęcie i etapy budowania strategii transformacji cyfrowej firmy.
- Charakteryzuje dojrzałość cyfrową przedsiębiorstwa oraz objaśnia czynniki ją kształtujące.
- Charakteryzuje mapę drogową transformacji cyfrowej oraz zasady jej przygotowania.
- Objaśnia podstawowe regulacje prawne z zakresu ochrony i przetwarzania danych.
- Wie jak zachować ciągłość działania organizacji w procesie transformacji cyfrowej.
- Buduje strategię transformacji cyfrowej firmy oraz określa cele i mierniki jej realizacji.
- Diagnozuje poziom dojrzałości cyfrowej firmy oraz rekomenduje działania zwiększające dojrzałość w strategicznych dla firmy obszarach.
- Określa potencjalne ryzyka w realizacji strategii i proponuje rozwiązania w ramach mitygacji tych ryzyk.
- Komunikuje plan wdrażania strategii.
- Komunikuje proces zmian w przedsiębiorstwie dobierając skuteczne kanały, techniki i treści komunikatów.
- Prezentuje strategię transformacji cyfrowej firmy, wyjaśnia jej cele i prognozowane rezultaty wdrożeń.
- Analizuje łańcuch wartości swojej firmy i wskazuje elementy, w których wdrażanie transformacji cyfrowej może przynieść największe efekty skutkujące możliwością uzyskiwania przewagi konkurencyjnej.
- Zarządza przygotowaniem mapy drogowej transformacji cyfrowej.
- Planuje wdrożenia innowacji cyfrowych w firmie.
- Zarządza projektami wdrożeń innowacji cyfrowych.
- Zarządza w sposób umożliwiający osiągnięcie założonych celów.
- Organizuje pracę w sposób niewymagający nadzoru.
- Uwzględnia lub uzasadnia brak akceptacji propozycji innych interesariuszy transformacji cyfrowej w firmie.
- Afirmuje pozytywny stosunek do zmiany.
- Komunikuje w sposób łatwy do zrozumienia.
- Przekonuje współpracowników i interesariuszy do własnego zdania.

PLAN SZKOLENIA:

1. Rozpoczęcie szkolenia – PRE TEST WIEDZY.
2. Poznanie uczestników oraz omówienie celów szkoleniowych.
3. Biznes 4.0 – wprowadzenie pojęcia.
4. Budowa strategii cyfrowej transformacji firmy – pojęcie i etapy.
5. Diagnoza poziomu cyfrowej dojrzałości firmy – czynniki kształtujące dojrzałość cyfrową przedsiębiorstwa.
 - 1 – poziom saturacji narzędzi informatycznych w ich organizacji;
 - 2 – poziom saturacji narzędzi mediowych;
 - 3 – poziom konwersji zasobów analogowych na cyfrowe;
 - 4 – poziom przetwarzania maszynowego;
 - 5 – poziom konwergencji procesów biznesowych;
 - 6 – poziom konwergencji infrastruktury.
6. Lider cyfrowej transformacji – kim jest?
7. Wdrażanie działań zwiększających dojrzałość w strategicznych dla firmy obszarach z zakresu cyfryzacji.
8. Potencjalne ryzyka w realizacji cyfryzacji.
9. Opracowanie i wdrożenie planu strategii cyfrowej transformacji.
10. Komunikowanie zmiany w przedsiębiorstwie w zakresie cyfryzacji.
11. Dobór skutecznych kanałów, technik i treści komunikatów w procesie opracowania i wdrażania cyfrowej transformacji.
12. Prezentacja strategii transformacji cyfrowej firmy. Wyjaśnienie celów i przedstawienie prognozowanych rezultatów wdrożeń.
13. Analiza łańcucha wartości firmy i wskazanie obszarów rozwojowych dzięki cyfrowej transformacji.
14. Wskazanie możliwości uzyskiwania przewagi konkurencyjnej z zastosowaniem cyfrowej transformacji.
 - DIGITAL BUSINESS ECOSYSTEM
 - DIGITAL SALES PLAN
 - DIGITAL MARKETING PLAN
 - DIGITAL PROCESESS MAPPING
15. Przygotowanie i zarządzanie mapą transformacji cyfrowej.
16. Planowanie wdrożenia innowacji cyfrowych w firmie.
17. Zarządzanie projektami wdrożeń innowacji cyfrowych.
18. Zachowanie ciągłości działań organizacji w procesie transformacji cyfrowej.
19. Podstawowe regulacje prawne z zakresu ochrony i przetwarzania danych.
20. WARSZTATY – opracowanie strategii cyfrowej transformacji.
21. **Zakończenie szkolenia – POST TEST.**
22. **Wnioski ze szkolenia oraz podsumowanie.**

TEMAT: PRZYWÓDZTWO I ZARZĄDZANIE ZESPOŁAMI W WIRTUALNYM ŚRODOWISKU

Umiejętność budowania zespołów w realiach gospodarki cyfrowej.

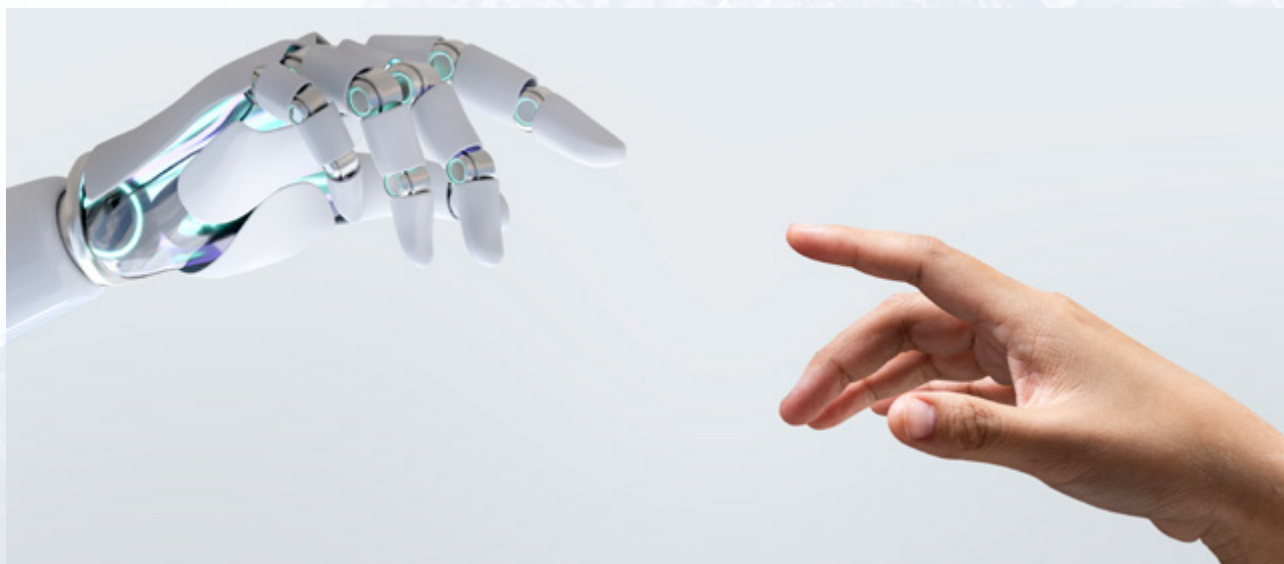
EFEKTY UDZIAŁU W SZKOLENIU. UCZESTNIK:

- Zna metody doboru członków zespołu w ramach realizowania złożonych interdyscyplinarnych zespołów.
- Zna sposoby motywowania interdyscyplinarnych zespołów.
- Zna narzędzia do zarządzania rozproszonymi i wirtualnymi zespołami.
- Przygotowuje planu rozwoju kompetencji kadr, które wynikają z diagnozy i strategii cyfryzacji przedsiębiorstwa.
- Wykorzystuje narzędzia do zarządzania wirtualnymi i rozproszonymi zespołami.
- Wyznacza realne i mierzalne cele dla zespołów interdyscyplinarnych i monitoruje ich pracę w oparciu o dane.
- Angażuje pracowników do aktywności w ramach tworzenia celów strategicznych firmy.
- Skutecznie komunikuje zmiany i ich planowane efekty tych zmian.
- Diagnozuje i wspiera rozwój kompetencji pracowników uwzględniając jej wizję, misję i strategię.
- Angażuje się w działania mające na celu wykorzystanie potencjału pracowników i wspiera ich w nabywaniu nowych kompetencji zgodnie z zdefiniowanymi lukami kompetencyjnymi w organizacji.
- Jest otwarty na opinie pracowników.
- Komunikuje cele i oczekiwania w sposób klarowny.
- Zachowuje obiektywizm i postawę wzbudzającą zaufanie.
- Jest osobą wiarygodną z którą wszyscy pracownicy chętnie współpracują.
- Postępuje etycznie.
- Cechuje się charyzmatycznością.



PLAN SZKOLENIA:

1. Poznanie uczestników oraz omówienie celów szkoleniowych.
2. Diagnoza i strategia cyfryzacji przedsiębiorstwa z uwzględnieniem planu rozwoju kompetencji kadr.
3. Lider cyfrowego zespołu.
4. Przygotowanie planu rozwoju kompetencji kadr w oparciu o diagnozę i strategię cyfryzacji przedsiębiorstwa.
5. Budowa wirtualnego zespołu.
6. Etapy pracy wirtualnego zespołu.
7. Czynniki warunkujące sukces wirtualnego zespołu.
8. Narzędzia do zarządzania wirtualnymi i rozproszonymi zespołami – charakterystyka.
9. Praktyczne wykorzystanie narzędzi do zarządzania wirtualnymi i rozproszonymi zespołami.
10. Metody doboru członków zespołu w ramach realizowania złożonych interdyscyplinarnych zespołów.
11. Sposoby motywowania interdyscyplinarnych zespołów.
12. Wyznaczanie celów dla zespołów interdyscyplinarnych.
13. Monitorowanie pracy zespołów interdyscyplinarnych w oparciu o wyznaczone cele i posiadane dane.
14. Angażowanie pracowników do aktywności w ramach tworzenia celów strategicznych firmy.
15. Skuteczne komunikowanie zmiany.
16. Planowanie długoterminowe i krótkoterminowe efektów zmian.
17. Diagnozowanie i wspieranie rozwoju kompetencji/potencjału pracowników z uwzględnieniem wizję, misji i strategii.
18. 18. Angażowanie w działania mające na celu wykorzystanie potencjału pracowników i wspieranie ich w na-bywaniu nowych kompetencji zgodnie z zdefiniowanymi lukami kompetencyjnymi w organizacji.
19. 19. SYMULACJA/CASE STUDY - postępowanie w sytuacjach rozwiązywania konfliktów w zespołach wirtual-nych oraz chęci zmotywowania zespołu pracowników.



TEMAT: ZARZĄDZANIE ZMIANĄ

Zdolność do zarządzania procesami zmian w przedsiębiorstwie. Obejmuje znajomość zasad i technik zarządzania zmianą oraz prawidłowego przeprowadzania procesu zmiany.

EFEKTY UDZIAŁU W SZKOLENIU. UCZESTNIK:

- Zna zasady i narzędzia zarządzania zmianą w przedsiębiorstwie.
- Rozumie znaczenie i rolę zarządzania zmianą w przedsiębiorstwie.
- Zna główne przyczyny i niepowodzenia w zarządzaniu zmianą.
- Ocenia i diagnozuje gotowość przedsiębiorstwa i pracowników do przeprowadzenia zmian.
- Inicjuje zmiany i jest liderem ich wprowadzania w przedsiębiorstwie.
- Definiuje i wyjaśnia kierunki i skutki planowanych zmian zgodnie ze strategią cyfryzacji.
- Dbą o efektywność procesu zmian, uwzględniając stronę kosztów i korzyści.
- Komunikuje proces zmian w przedsiębiorstwie, dopierając skuteczne kanały, techniki i treści komunikatów.
- Identyfikuje źródła oporu wobec zmian i stosuje techniki ich ograniczania.
- Przekonuje innych do wprowadzanych zmian.
- Pozytywne nastawienie wobec nowych wyzwań i zmian.
- Otwartość.
- Kreatywność.
- Etyczne działanie.



PLAN SZKOLENIA:

1. Rozpoczęcie szkolenia – PRE TEST WIEDZY.
2. Poznanie uczestników oraz omówienie celów szkoleniowych.
3. Znaczenie i rola zarządzania zmianą w przedsiębiorstwie.
4. Ocena i diagnoza gotowości przedsiębiorstwa i pracowników do przeprowadzenia zmian.
5. Zasady i narzędzia zarządzania zmianą w przedsiębiorstwie.
6. Fazy przebiegu procesu zmiany.
7. Główne przyczyny i niepowodzenia w zarządzaniu zmianą.
8. Inicjowanie zmiany w przedsiębiorstwie.
9. Lider zmiany w przedsiębiorstwie – szanse i zagrożenia.
10. Metoda EBC – tworzenie zespołu zarządzającego zmianą, który koncentruje się na pięciu domenach organizacji:
 - Organizacja (firma).
 - Proces.
 - Produktywność.
 - Jakość.
 - Wartość.
11. Definiowanie i wyjaśnianie kierunków i skutków planowanych zmian zgodnie ze strategią cyfryzacji.
12. Kryteria i czynniki dbałości o efektywność procesu zmiany w przedsiębiorstwie – Evidence-Based Management.
 - Aktualnej Wartości (Current Value)
 - Niezrealizowanej Wartości (Unrealized Value)
 - Czasu do rynku C(Time to Market)
 - Zdolność Innowacji (Ability to Innovate)
13. Strategia i szacowanie kosztów i korzyści wynikających z procesu zmiany w zakresie cyfrowej transformacji.
14. Komunikowanie proces zmiany w przedsiębiorstwie – zasady
15. SYMULACJA – wdrożenia i komunikowania zmian w przedsiębiorstwie, w tym przekazywania informacji pracownikom.
16. Dobór skutecznych kanałów, techniki i treści komunikatów podczas przeprowadzania przedsiębiorstwa przez zmianę w zakresie cyfrowej transformacji.
17. Identyfikowanie źródeł oporu wobec zmiany i techniki ich ograniczania.
18. Wywieranie wpływu na gotowość zespołu do wprowadzanych zmian.
19. WARSZTATY– zaprojektowanie procesu zmiany.
20. Zakończenie szkolenia – POST TEST WIEDZY.
21. Wnioski ze szkolenia oraz podsumowanie.

TEMAT: MARKETING I SPRZEDAŻ W GOSPODARCE CYFROWEJ

Umiejętność koordynacji i wyznaczania celów do realizacji działań marketingowych i sprzedażowych wykorzystujących cyfrowe narzędzia w ramach realizacji strategii cyfryzacji przedsiębiorstwa.

EFEKTY UDZIAŁU W SZKOLENIU. UCZESTNIK:

- Zna przykłady stosowania nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix oraz wskaźniki efektywności.
- Zna zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i Internetu.
- Zna zasady działania marketingu automation.
- Zna i rozumie pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego (np. real time marketing, mobile marketing, e-mail marketing, programmatic/RTB i inne).
- Posiada wiedzę w zakresie metod i narzędzi angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów/usług (np. konfiguratorów produktów online).
- Identyfikuje właściwe narzędzia marketingu internetowego do odpowiedniej sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesu.
- Ocenia strategie e-marketingu w firmie.
- Poprawnie interpretuje wskaźniki i ocenia efekty działań marketingu cyfrowego.
- Prezentuje nastawienie klientocentryczne.
- Dostrzega różnorodność potrzeb klientów.

PLAN SZKOLENIA:

1. Rozpoczęcie szkolenia – PRE TEST WIEDZY.
2. Poznanie uczestników oraz omówienie celów szkoleniowych.
3. Technologie transformacyjne i ich wpływ na marketing:
 - Media społecznościowe
 - Wirtualna rzeczywistość
 - Rozszerzona rzeczywistość
 - Big data i chmura obliczeniowa
 - Internet rzeczy
 - Sztuczna inteligencja i uczenie maszynowe
 - Technologie mobilne i technologie noszone
4. Ocena sytuacji rynkowej/kontekstu przedsiębiorstwa, za pomocą.
 - analiza SWOT
 - analiza portfolio
 - analiza sytuacji ze względu na cykl życia produktów.

5. Narzędzia marketingu internetowego w tym marketingu mix– charakterystyka.
 - Narzędzia wspierające e-mail marketing i lead nurturing
 - Narzędzia do marketingu w mediach społecznościowych
 - Narzędzia do analizy stron internetowych i raportowania danych
 - Platformy CRM
 - Narzędzia do testowania stron internetowych
 - Narzędzia do przechwytywania leadów i konwersji
 - Programy reklamowe
 - Narzędzia do marketingu wideo
 - Platformy do tworzenia treści
 - Systemy do komunikacji i współpracy
 - Narzędzia Search Engine Optimization (SEO)
 - Narzędzia digital asset management
 - Systemy do obsługi klienta
 - Systemy wspierające produktywność i zarządzanie projektami
 - Rozwiązania do blogowania
6. Zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i Internetu.
7. Zasady działania marketingu automation.
 - User tracking
 - Live chat
 - Chatbot
 - Kampanie email
 - Kampanie push
 - Kampanie SMS / Call Center
 - CRM
 - Personalizowanie treści strony internetowej
 - Pop-upy
8. Pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego (np. real time marketing, mobile marketing, e-mail marketing, programmatic/RTB i inne).
9. Metody i narzędzia angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów/usług (np. konfiguratory produktów online).
10. Identyfikacja i wybór właściwych narzędzi marketingu internetowego do sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesu.
11. Strategie e-marketingu – charakterystyka.
12. Wybór strategii e-marketingu dla firmy.
13. Ocena strategii e-marketingu w firmie.
14. Interpretacja wskaźników i ocena efektów działań marketingu cyfrowego.
15. STUDIUM PRZYPADKU – analiza strategii e-marketingowej i propozycje udoskonalenia wraz z ich uzasadnieniem.
16. Zakończenie szkolenia – POST TEST WIEDZY.
17. Wnioski ze szkolenia oraz podsumowanie.

TEMAT: SPRZEDAŻ W GOSPODARCE CYFROWEJ

Umiejętność koordynacji i wyznaczania celów do realizacji działań sprzedażowych wykorzystujących cyfrowe narzędzia w ramach realizacji strategii cyfryzacji przedsiębiorstwa.

EFEKTY UDZIAŁU W SZKOLENIU. UCZESTNIK:

- Zna przykłady i zasady działania nowoczesnych narzędzi i rozwiązań cyfrowych wykorzystywanych w e-commerce.
- Jest świadomy korzyści ze stosowania rozwiązań e-commerce w tym wykorzystujących algorytmy AI.
- Zna metody budowania cyfrowej ścieżki klienta.
- Zna cyfrowe rozwiązania do zarządzania relacjami z klientem.
- Zna zasady funkcjonowania inteligentnych łańcuchów dostaw.
- Zna narzędzia cyfrowe wspierające logistykę i dystrybucję w gospodarce cyfrowej oraz korzyści płynące z ich wykorzystania.
- Identyfikuje rozwiązania do realizacji różnych form e-commerce odpowiednie do specyfiki rynku i przyjętego przez firmę modelu biznesu.
- Analizuje i wyciąga wnioski ze strategii rozwoju e-commerce.
- Identyfikuje właściwe działania i narzędzia wspierające działania e-commerce
- Interpretuje wskaźniki i ocenia efekty działań e-commerce.
- Proponuje działania sprzedażowe dostosowane do ścieżki klienta.
- Identyfikuje rozwiązania wykorzystywane w logistyce i dystrybucji w gospodarce cyfrowej oraz potrafi wybrać najbardziej korzystne rozwiązanie w tym zakresie stosowne do specyfiki rynku firmy.
- Stosuje nastawienie klientocentryczne.
- Dostrzega różnorodność potrzeb klientów.

PLAN SZKOLENIA:

1. Rozpoczęcie szkolenia – PRE TEST WIEDZY.
2. Poznanie uczestników oraz omówienie celów szkoleniowych.
3. Trendy, jakie możemy zaobserwować w szybko rozwijającej się gospodarce cyfrowej:
 - Technologia blockchain
 - Analizy dużych zbiorów danych (Big Data)
 - Sztuczna Inteligencja
 - Drukowanie 3D
 - Internet Rzeczy
 - Automatyzacja i Robotyzacja
 - Przetwarzanie w chmurze

4. Przykłady i zasady działania nowoczesnych narzędzi i rozwiązań cyfrowych wykorzystywanych w e-commerce:
 - Brand24 – sprzedawaj włączając się w dyskusje na interesujący cię temat
 - Tagove Live Chat – czyli marketing internetowy przez bezpośrednią komunikację z klientem
 - Google Analytics – narzędzia e-commerce mają swojego lidera od statystyki
 - Crazy Egg – zobacz w co klikają twoi klienci
 - Campaign Monitor – narzędzie do kampanii emailingowych
 - Mapy rynku
5. Korzyści ze stosowania rozwiązań e-commerce w tym wykorzystujących algorytmy AI.
6. Metody budowania cyfrowej ścieżki klienta.
7. Cyfrowe rozwiązania do zarządzania relacjami z klientem – przegląd.
8. Zasady funkcjonowania inteligentnych łańcuchów dostaw.
9. Narzędzia cyfrowe wspierające logistykę i dystrybucję w gospodarce cyfrowej oraz korzyści płynące z ich wykorzystania.
10. Identyfikowanie rozwiązań do realizacji różnych form e-commerce z uwzględnieniem specyfiki rynku i przyjętego przez firmę modelu biznesu – strategia e-commerce:
 - Zaczynaj od podstaw – platforma e-commerce, marketing i UX.
 - Strategia marketingowa e-commerce | Przemysł rozszerzenie aktywności o remarketing, SEO, ERP i PIM.
 - Dobrze wykorzystaj narzędzia marketingowe – odpowiednie copy, newslettery i automatyzację.
11. Analiza i wnioski ze strategii rozwoju e-commerce.
12. Identyfikacja skutecznych działań i narzędzia wspierających działania e-commerce
13. Interpretacja wskaźników i ocena efektów działań e-commerce.
14. Proponowanie działań sprzedażowych dostosowanych do ścieżki klienta.
15. Identyfikacja rozwiązań wykorzystywanych w logistyce i dystrybucji w gospodarce cyfrowej oraz wybór najkorzystniejszych rozwiązań w tym zakresie dostosowanych do specyfiki rynku firmy.
16. STUDIUM PRZYPADKU – analiza działań e-commerce i propozycje udoskonalenia wraz z ich uzasadnieniem.
17. Zakończenie szkolenia – POST TEST WIEDZY.
18. Wnioski ze szkolenia oraz podsumowanie.



K2 Consulting