

Jeżeli jesteś **CZŁOWIEKIEM BIZNESU**

a Twoją pasją jest

KITEBOARDING

TO MAMY DLA CIEBIE OFERTĘ NA KTÓRĄ CZEKAŁEŚ!

LEARN'N'JOY

**TO PIERWSZA I JEDYNA NA RYNKU OFERTA PROFESJONALNYCH
SZKOLEŃ BIZNESOWYCH POŁĄCZONA Z OPCJĄ TESTOWANIA
I WYNAJMU SPRZĘTU KAJTOWEGO**



SZKOLENIE MENEDŻER KOMPLETNY to kompleksowy program rozwojowy dla kadry zarządzającej, bazujący na komputerowej symulacji rynku, zaprojektowany zgodnie z koncepcją:

- UCZYMY PRAKTYKI PRZEZ PRAKTYKĘ -

W zależności od potrzeb, wiedzy i doświadczenia oferujemy **3 poziomy** intensywności i zaawansowania zajęć.

! uwaga !

Biorący udział w programie **LEARN'n'JOY** będą testować wybrany sprzęt kiteboardingowy a po kursie otrzymają dostęp do opcji jego wynajmu

w cenie już od 3,33 pln!

LEARN'N'JOY

LEARN'w'JOY

to synergia praktycznej **WIEDZY BIZNESOWEJ**
z pozytywną energią jakiej dostarczyć może tylko
KITEBOARDING

MENEDŻER KOMPLETNY to unikalny program rozwojowy skupiający się na „twardych” umiejętnościach w zakresie skuteczności i efektywności procesów biznesowych.



My nie uczymy, **ŻE MENEDŻER MA ZARABIAĆ** pieniądze dla organizacji.
My uczymy **JAK MENEDŻER MA ZARABIAĆ** pieniądze dla organizacji.



Wszyscy nasi Klienci są dla nas tak samo ważni. Jednak aby dopasować intensywność i zakres zajęć do Państwa oczekiwań stworzyliśmy trzy poziomy uczestnictwa: **PODSTAWOWY, ROZSZERZONY i ZAWANSOWANY**.

Każdy z naszych Klientów otrzyma VIP-owski dostęp do wypożyczalni sprzętu kiteboardingowego.

Możliwość wynajmu z wykupem już od **3,33 zł !!!!!!!!!** – zapytaj o dostępność sprzętu i specjalną cenę dla Ciebie.

KOSZT UCZESTNICTWA W SZKOLENIU (bez kosztów pobytu)

PAKIET	SZKOLENIE			Wypożyczalnia VIP	Koszt uczestnictwa
	Symulator Rynku Warsztat	Symulator Rynku e-learning	Sprawdź się ćwiczenia e-learning		
PODSTAWOWY	LEARN'w'JOY				4 999* zł
ROZSZERZONY	LEARN'w'JOY	LEARN'w'JOY			6 999* zł
ZAWANSOWANY	LEARN'w'JOY	LEARN'w'JOY	LEARN'w'JOY		9 999* zł

*ceny netto nie zawierają 23% podatku VAT

Program „MENEDŻER KOMPLETNY” oparty jest na komputerowej symulacji rynku produktów.

Uczestnicy biorący udział w szkoleniu tworzą pięć zespołów. Zespoły stanowią zarządy przedsiębiorstw konkurujących o tych samych klientów.



Każdy z wirtualnych klientów posiada zdefiniowane między innymi: preferencje dotyczące produktu, budżet na zakupy, czas i miejsce zakupu, preferowaną postawę sprzedawcy, prawdopodobieństwo oglądania/słuchania reklam itd.

Decydując się na zakup klient wybiera rozwiązanie, które w danym momencie dostarcza mu maksymalną Wartość dla Klienta (produkt wart swojej ceny).



Świadomość i wizerunek producentów oraz ich oferty zmienia się w zależności od podjętych działań, bieżących i przeszłych oraz aktywności konkurentów. Dlatego te same decyzje nie dają tych samych wyników, gdyż zależą od zmieniających się warunków na rynku (zarówno po stronie popytu jak i podaży

- ❖ Nowa fabryka telewizorów warta 15 000 000 zł.
- ❖ Nowoczesna linia produkcyjna warta 4 000 000 zł o rocznej wydajności 140 tysięcy sztuk.
- ❖ 150 wysoko wykwalifikowanych pracowników.
- ❖ 50 000 000 złotych kapitału obrotowego.

**TYLE DOSTANIESZ OD NAS,
RESZTA ZALEŻY OD
CIEBIE I TWOJEGO ZESPOŁU**

W ciągu wyjazdu będziesz mógł/a sprawdzić jak pomnożysz ten kapitał lub go kompletnie roztrwonisz, ale nie bój się jedynymi konsekwencjami jakie poniesiesz będą..... NAUKA I DOBRA ZABAWA.

MENEDŻER KOMPLETNY – PROGRAM SZKOLENIA

W trakcie 20 godzinnego warsztatu omówione, a przede wszystkim przećwiczone zostaną następujące zagadnienia:

- ❖ Potencjał rynku - wielkość, wartość rynku, Wskaźnik Siły Nabywczej (Buying Power Index)
- ❖ Udziały w rynku – ilościowo, wartościowo, Wskaźnik koncentracji – C4
- ❖ Szacowanie dynamiki zmian na rynku – mapa dynamiki rynku
- ❖ Pozycja konkurencyjna – szacowanie wskaźników Penetracja rynku, grupy strategiczne, profile konkurencyjne
- ❖ Planowanie przyszłej sprzedaży – model skłonności do innowacji, wyznaczanie linii trendu,
- ❖ Analiza wielowymiarowych zjawisk marketingowych – metoda rang, metoda standaryzacji cech

- ❖ Projektowanie produktów – wielowymiarowe analizy potrzeb i preferencji Klientów
- ❖ Pozycjonowanie produktów – mapy produktów
- ❖ Analizy portfelowe - Macierz BCG, Macierz „Jakość vs. Cena, wzrost/wzrost, udział/udział itd.
- ❖ Badania satysfakcji z produktów – planowanie próby, projektowanie kwestionariusza, analiza wyników
- ❖ Projektowanie przyszłej sprzedaży i modelowanie zysku z linii produktów



- ❖ Planowanie intensywności i kosztów kampanii reklamowych – Rating, GRP, CPP
- ❖ Wskaźniki pozycji marki w świadomości klientów - Świadomość spontaniczna, Top of Mind, Świadomość wspomagana , Profile wizerunkowe
- ❖ Zasięg kampanii - zasięg nominalny, zasięg efektywny N+
- ❖ Wskaźniki częstotliwości w różnych mediach
- ❖ Analiza opłacalności reklamy

- ❖ Analiza finansowa przedsiębiorstwa (rachunek zysków i strat, rachunek przepływów, bilans)
- ❖ Wpływ podejmowanych decyzji na sytuację finansową firmy
- ❖ Wpływ zmian cen na rentowność produktu
- ❖ Podstawy rachunku inwestycyjnego
- ❖ Planowanie inwestycji marketingowych (ROI, IRR, NPV)