

Ponudba programov izobraževanj in treningov za organizacije

Specializacija:

- kreativnost in inoviranje v marketingu in prodaji.

Metodologija:

- in-company interaktivni seminarji
- delavnice
- treningi
- + možnost coachinga pri konkretnih projektih
- opsijsko: preliminarna in končna raziskava – merjenje uspešnosti izobraževanja

Znanje in orodja:

- modeli gibanja InCo
- vitki razvoj (lean development)
- business model generation
- Chet Holmes »Fortune 500« tehnike prodaje
- Uporaba logike iger v andragoških procesih
- skriptiranje prodaje®
- rastemo drevo®
- razvoj in implementacija konceptov igre (gamification).

Ljudi v organizaciji razumemo celostno. Razumemo, da je človekovo delo način uresničevanja človekovega smisla, kakor je zapisal sloviti psiholog Viktor Frankl, in človeka imenoval »homo faber.« Organizacije razumemo skozi oči systemskega pristopa, kot žive, dinamične strukture.

Na naslednjih straneh boste spoznali programe seminarjev, delavnic in treningov za razvoj dodane vrednosti produktov, in sicer z inoviranjem in kreativnostjo na področju prodaje in marketinga.

Posamezne programe je za specifično potrebo posameznega naročnika možno združevati v module.

Programi 2014

1. Inoviranje in kreativnost: PRODAJA

Kako lahko brez bistvenega tehničnega poseganja v produkt (izdelek ali storitev) inoviramo in izboljšamo prodajne rezultate?

Sistematičen in kreativen pristop za prodajne entuziaste!

a) Inoviranje produktne komunikacije

Glej sklop 2. Inoviranje in kreativnost: MARKETING na strani 4.

b) Inoviranje prodajno-predstavitvenih orodij

Opis:

Prodajno-predstavitvena orodja so vsi pripomočki, ki jih prodajalec potrebuje pri svojem delu in vsi tisti pripomočki, ki jih uporablja kupec tako pri seznanjanju s produktom kot pri njegovi uporabi. Med orodja štejemo: spletno stran, spletne in mobilne aplikacije, igre (gamification), modele, piktograme, kataloge, brošure, prezentacije.

Izvedba:

- + Prvi del: interaktivni seminar predstavi možna orodja, ki jih marketing izdelava za svoje prodajalce.
- + Drugi del: v delavniškem delu, na podlagi produkta in njegove komunikacije, pripravimo osnutke orodij in/ali revidiramo obstoječa orodja ter iščemo inovativne momente, kako orodja narediti še bolj jasna, privlačna in učinkovita za komunikacijo s kupci. Možnost coachinga procesa.

c) Skriptiranje prodaje in oblikovanje prodajne komunikacije

Opis:

Skriptiranje prodaje je kreativen in logičen proces, ki se vrši skupaj z delovno skupino. Po opravljenem posnetku stanja (obstoječa prodajna komunikacija), se pripravi modelna izvedba tipičnih scenarijev prodajne komunikacije, ki vključuje: vstopne točke, premostitvena vprašanja, ugovore, razrešitve in rutine, priloge (prodajno-predstavitveno orodje!), prodajne nagovore (sales-pitch) in zaključevanja.

Izvedba:

- + Prvi del: interaktivni seminar razloži osnovno logiko procesa skriptiranja prodaje (ČE to, POTEM to ALLI to) v teoriji in na praktičnem primeru (glej študije primerov, stran).
- + Drugi del: dve možnosti - praktični izvedbeni del ali coaching-mentoriranje procesa, ki ga naročnik izvaja samostojno.

d) Ozaveščeni prodajalec: prihodnost prodaje

Opis:

Globoko psihološko in zelo praktično, k prodajalcu usmerjeno izobraževanje. Kako prodate sebe in izdelek hkrati, brez da prodate svojo dušo? Zakaj je prodaja eden najtežjih in najbolj plačanih poklicov? Vaša prepričanja o prodaji. Preokviranje in 'močan oprijem'.

Osvetlimo notranja psihološka gibala, ki jih kupci lahko dojamejo kot 'dober, zaupanja vreden in strokoven prodajalec', ali pa ne.

Izvedba:

- + Enodnevni interaktivni seminar z vajami in študijami primerov.
- + Možnost priprave treninga po meri!

e) Trening prodajalcev

Opis:

Trening je praktična nadgradnja in poglobitev seminarja »Ozaveščeni prodajalec: prihodnost prodaje,« kjer zaživijo rezultati skriptiranja prodaje.

Uporabljene tehnike: izdelava osebnega nastopa, energetski nivo komuniciranja, osnovni tipi pogajalcev, usklajevanje z identiteto produkta/blagovne znamke/organizacije, igre vlog, praktične igre, 360-stopinjska evalvacija.

Izvedba:

- + poljubno obširna serija treningov, ki se vršijo v dveh izvedba: široka skupina, kjer sodeluje naenkrat celotna prodajna ekipa in intenzivi, ki se izvajajo v skupinah do 6 prodajalcev.

2. Inoviranje in kreativnost: MARKETING

Onkraj oglaševanja.

a) Inoviranje produktne komunikacije

Opis:

Predfaza produktne komunikacije je produktni razvoj, izveden v skladu s tržnimi načeli. Produktno komuniciranje je osnovna razlaga produkta (izdelka ali storitve), ki odgovarja na ključna vprašanja kupca: ZAKAJ ste naredili ta produkt, ZAKAJ bi ga kupci hoteli, KAJ to pravzaprav je, KAKO deluje in KAKO je narejen?

Gre za konceptualno delo, ki vključuje tako klasični marketinški izvedbi pozicioniranja in diferenciacije, kot vzpostavitve identitete produkta (od imena do vizualne in zvočne podobe). Produktne komunikacije, kadar je izvedena dobro, daje odlično podlago oglaševalskim agencijam za pripravo promocijskih materialov in oglasov.

Izvedba:

- + Prvi del: interaktivni seminar predstavi načela produktne komunikacije in študije primerov.
- + Drugi del: delavnica na konkretnem primeru organizacije naredi posnetek stanja obstoječega ali novega produkta in vzpostavi smernice za nadaljne samostojno delo.
- + Možnost coachinga procesa.

b) Avtentično digitalno komuniciranje: onkraj oglaševanja

Opis:

Načrtovanje in vsebinski marketing digitalnih kampanj na digitalnih platformah, pri čemer se končni rezultat meri v pridobljenih novih interesentih in kupcih promoviranega produkta ali blagovne znamke.

Za promocijo kampanje organizacija nameni minimalno sredstev v oglaševanje, večino pa v vsebinski marketing in razvoj lastne digitalne komunikacijske infrastrukture.

Študija primera: kampanja nagradnega natečaja Vse=mogoče! 2014 v produkciji KD Skladi.

Izvedba:

- + Prvi del: interaktivni seminar s predstavitvijo koncepta avtentičnega digitalnega komuniciranja, orodij in 'prijemov,' ter povezavo marketinškega in prodajnega procesa.
- + Drugi del: delavnica, kjer se izdelajo smernice in osnove koncepta tovrstnih kampanj za specifične potrebe naročnika.
- + Možnost coachinga in mentoriranja procesa izvedbe.

c) Uvod v igrifikacijo (gamification): kako uporabiti princip igre v poslovne in izobraževalne namene

Opis:

Na voljo po juniju 2014, po študijskem obisku EU na Poljskem.

Povezava na blog zapis v slovenskem jeziku na portalu Aktualno2.0:

<http://www.aktualno.biz/2014/01/igrifikacija-novo-strokovno-orodje.html>

Izvedba:

- + Uvodni seminar.

d) Razvoj novih produktov (produktni inženiring)

Opis:

po metodologiji lean (vitki razvoj) se udeleženci spoznajo s cikličnim pristopom k razvoju novih produktov (izdelkov ali storitev) ter s prvimi koraki celostnega poslovnega razmišljanja z uporabo Kanvasa poslovnih modelov.

Čas je, da spremenimo razmišljanje o razvoju produktov iz starega linearnega procesa v novejši ciklični proces, ki omogoča hiter vstop na trg in implementacijo rezultatov testiranj.

Študija primera: aplikacija Tripotnik (produkcija Petrol)

Izvedba:

+ Prvi del: interaktivni seminar s predstavitvijo ključnih konceptov cikličnega razvoja in procesov ustvarjanja novega produkta. Študije primerov.

+ Drugi del: delavnica, kjer se izdelajo konkretne smernice za potencialen nov produkt.

+ Možnost moderiranja procesa izvedbe po metodologiji Rastemo drevo®.

e) Osveževanje produktov (produktni re-inženiring)

Opis:

Imate produkt, ki se je nekaj dobro prodajal. Prodaja zdaj že nekaj časa upada. Poizkusili ste z drugo agencijo in novimi oglasi, celo odprli Facebook in Twitter račun, pa brez večjega uspeha. Zveni znano? Produktni re-inženiring oz. osveževanje produktov je postopek, ki temelji na hitrih tržnih raziskava, vitkem produkcijskem ciklu in vpetosti v širšo poslovno 'sliko' z uporabo metodologij Kanvas poslovnih modelov, Kanvas vrednosti in Rastemo drevo.

Študija primera: 14 zgodb in Zbirke zgodb (produkcija KD Skladi)

Izvedba:

+ Prvi del: interaktivni seminar s predstavitvijo ključnih konceptov cikličnega razvoja in procesov osveževanja produkta. Študije primerov.

+ Drugi del: delavnica, kjer se izdelajo konkretne smernice za re-inženiring izbranega produkta.

+ Možnost moderiranja procesa izvedbe po metodologijah Rastemo drevo® in Kanvas poslovnih modelov, s poudarkom na Kanvasu vrednosti.

3. Inoviranje in kreativnost: vodenje in notranjeorganizacijske spremembe

Za poslovneže in voditelje prihodnosti, ki jih pravzaprav potrebujemo že zdaj.

a) Povezanost prebojev: funambule, drzni koraki v transformacijo organizacijske kulture

Opis:

Kreativni preboji so momenti radikalnega preboja v razmišljanju, ki ustvarjalca pripelje na nov nivo, od koder lahko deluje bistveno drugače in so drugačni tudi rezultati.

Kako se povezujejo profesionalni kreativni preboji s preboji v osebnem življenju?

Teza: osebni in poslovni preboji so povezani, ker je človek celovito bitje!

Za boljšo predstavo: govor Blaža Branca v Cankarjevem domu:

<http://www.baltazar.si/1/post/2014/01/6-minut-navdiha-v-cankarjevem-domu.html>

Izvedba:

- + motivacijsko predavanje s projekcijo
- + motivacijski dogodek z demonstracijo
- + timbuilding program

b) Onkraj konkurenčnosti

Opis:

Kako lahko vodstvo organizacije preseže stari *konkurenčni* način razmišljanja in pospeši razvoj svoje organizacije?

Proces inoviranja in re-inoviranja ponudbe podjetja in/ali poslovnega modela je lahko uspešen ob le hkratni transformaciji načina tržnega razmišljanja. Pogled onkraj konkurenčnosti je izhajanje iz lastnih močnih jeder organizacije in je razumevanje, da so sorodna podjetja v naši branži soigralci, ki nam pomagajo ustvarjati zavest in potrebo po produktih, kakršna je naša inovacija.

Pripravljeno po modelih gibanja InCo.

Izvedba:

- + interaktivni seminar

c) Ozaveščeni pogajalec: win-win-win pogajanja

Opis:

Po uspešnih izvedbah interaktivnega predavanja "Ozaveščeni prodajalec 1: prihodnost prodaje" na RAGOR v 2011 ter »Projektno delo: iskrenost in odgovornost v letu 2010«, je nastalo praktično in k takojšnjim rezultatom usmerjeno usposabljanje za pogajalsko tehniko prihodnosti, ki temelji na win-win filozofiji in jo nadgradi z usmerjenostjo v trajnostni razvoj in na virih temelječo ekonomijo.

Teoretični del bo nadgrajen z igro vlog, kjer bodo udeleženci lahko v praksi spoznali pogajanja za poslovneže prihodnosti, ki jih pravzaprav potrebujemo že zdaj.

Izvedba:

- + Prvi del: interaktivni seminar s študijami primerov.
- + Drugi del: praktične vaje in igra vlog.
- + Možnost follow-up coachinga manjših skupin

d) Ozaveščeni trener: izobraževalci prihodnosti

Opis:

Notranje okolje organizacije nabira znanje, ki pa se prepogosto zadržuje pri posameznikih ali v manjših timih. Ta program ozavešča potrebo po prenosu znanja in multidisciplinarnosti kot podlagi za kreativno razmišljanje, spodbujanje lateralnih momentov in inventivnosti.

V praktičnem delu udeležence uči in jih trenira, kako ozaveščati svoje znanje, ga strukturirati, prevajati v širše razumljiv jezik in ga učinkovito posredovati sodelavcem.

Izvedba:

- + Prvi del: interaktivni seminar
- + Drugi del: skupni trening metod
- + Tretji del – opcijski: individualni trening
- + Možnost follow-up coachinga

X. Študije primerov

Znanje in izkušnje povzete v študijah primerov.



Dostopno na: <http://www.baltazar.si/naro269niki-in-scarontudije.html>

Druga sodelovanja: Si.mobil, Gospodarska zbornica Slovenije, Štajerska gospodarska zbornica, Toshiba, HP, Samsung idr.

Več informacij: www.baltazar.si in info@baltazar.si.

V Ljubljani, 19. februarja 2014

stran | 7