kod szkolenia: DM-B2B / budowanie_zespoły

Budowanie i skalowanie zespołów marketingowych

Szkolenie „Budowanie i skalowanie zespołów marketingowych” to zamknięty, dedykowany program szkoleniowo-warsztatowy skierowany do firm, które rozwijają lub restrukturyzują swoje zespoły marketingowe. Celem szkolenia jest zaprojektowanie efektywnej struktury zespołu marketingowego, jasnych ról i odpowiedzialności oraz procesów wspierających skalowanie bez chaosu i wypalenia.

Program koncentruje się na realnych wyzwaniach organizacyjnych: od doboru struktury zespołu marketingowego na różnych etapach rozwoju firmy, przez rekrutację i onboarding w modelu zdalnym, po mapowanie kompetencji, ustalanie KPI oraz budowanie kultury ownershipu i odpowiedzialności. Szczególny nacisk położony jest na komunikację asynchroniczną, współpracę zespołów hybrid i remote oraz praktyczne sposoby zapobiegania przeciążeniu i wypaleniu w zespołach marketingowych.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest przeznaczone dla liderów marketingu, Head of Marketing, CMO, founderów oraz zespołów HR współpracujących z działami marketingu. Program dedykowany jest organizacjom, które budują lub skalują zespoły marketingowe w środowisku zdalnym lub hybrydowym i chcą uporządkować strukturę, kompetencje oraz sposób pracy zespołu w sposób wspierający długofalowy wzrost firmy.

Korzyści

– Dopasowana do etapu rozwoju firmy struktura zespołu marketingowego

– Jasne role, odpowiedzialności i obszary ownershipu
– Lepsze procesy rekrutacji i onboardingu w modelu zdalnym
– Przejrzysta mapa kompetencji w dziale marketingu
– Skuteczniejsze KPI wspierające cele biznesowe
– Sprawniejsza komunikacja i współpraca w zespołach remote i hybrid
– Zmniejszenie ryzyka wypalenia i chaosu organizacyjnego

Program szkolenia

1. Marketing team w kontekście wzrostu firmy
– Etapy rozwoju organizacji a potrzeby zespołu marketingowego
– Najczęstsze wyzwania w skalowaniu marketingu
2. Struktura zespołu marketingowego
– Modele struktur (generalistyczne vs specjalistyczne)
– Kiedy i kogo zatrudniać
– In-house, outsourcing, freelancerzy
3. Rekrutacja i onboarding w modelu zdalnym
– Projektowanie procesu rekrutacyjnego
– Weryfikacja kompetencji marketingowych
– Skuteczny onboarding w zespołach remote
4. Mapowanie kompetencji i rozwój zespołu
– Kluczowe kompetencje w nowoczesnym marketingu
– Identyfikacja luk kompetencyjnych
– Plany rozwoju i feedback
5. KPI, odpowiedzialność i ownership
– Definiowanie KPI powiązanych z celami firmy
– Odpowiedzialność zespołowa i indywidualna
– Unikanie „rozmytej” odpowiedzialności
6. Komunikacja i współpraca w zespołach remote i hybrid
– Komunikacja asynchroniczna w praktyce
– Narzędzia i rytuały zespołowe
– Współpraca marketing–inne działy
7. Jak unikać wypalenia i chaosu
– Symptomy przeciążenia zespołu
– Priorytetyzacja i zarządzanie energią
– Budowanie zdrowej kultury pracy
8. Rekomendacje wdrożeniowe
– Najważniejsze zmiany organizacyjne
– Quick wins i kolejne kroki

– Plan dalszego skalowania zespołu

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Uczestnicy powinni posiadać znajomość aktualnej struktury zespołu marketingowego, zakresów ról oraz sposobu pracy zespołu w swojej organizacji.

Czas trwania

2 dni / 12 godzin

Język

Szkolenie: polski
Materiały: polski