

Facylitacja w marketingu

Szkolenie pokazuje, jak wykorzystywać techniki facylitacji w pracy zespołów marketingowych, aby skuteczniej prowadzić spotkania, warsztaty strategiczne i procesy decyzyjne. Jest przeznaczone dla osób odpowiedzialnych za marketing, komunikację oraz współpracę z klientami i interesariuszami, które chcą zwiększyć efektywność pracy zespołów oraz poprawić jakość wspólnie wypracowywanych rozwiązań. Podczas szkolenia nauczysz się projektować i prowadzić angażujące sesje, porządkować dyskusje, wydobywać wiedzę od ekspertów oraz reagować na trudne sytuacje podczas spotkań. Po szkoleniu będziesz w stanie skuteczniej zarządzać dynamiką grupy, wspierać podejmowanie decyzji biznesowych i wykorzystywać narzędzia facylitacyjne w codziennej pracy marketingowej.



Odbiorcy szkolenia

- Marketing Managerowie
- Brand Managerowie
- Product Marketing Managerowie
- Account Managerowie w agencjach reklamowych i marketingowych
- Liderzy zespołów kreatywnych
- Dyrektorzy ds. obsługi klienta w agencjach reklamowych i marketingowych
- Senior marketerzy aspirujący do ról lidarskich
- Freelancerzy i konsultanci marketingowi z doświadczeniem



Korzyści

- Sprawniejsze decyzje: nauczysz się optymalizować czas pracy zespołu marketingowego, skracać spotkania, przyspieszać podejmowanie decyzji biznesowych oraz ograniczać liczbę poprawek.
- Efektywne spotkania operacyjne: przekształć codzienne statusy i spotkania typu daily w sesje

skoncentrowane na planowaniu działań zamiast wyłącznie raportowaniu wykonanych zadań.

- Lepsza synteza informacji: uporządkujesz chaotyczne wypowiedzi klientów i zespołów oraz nauczysz się wizualizować ustalenia z wykorzystaniem narzędzi online i tradycyjnych.
- Skuteczniejsza współpraca z klientami: zaprojektujesz efektywne spotkania kick-offowe, aby precyzyjnie określać cele, ryzyka i oczekiwane rezultaty.
- Wydobywanie wiedzy eksperckiej: wykorzystasz techniki prowadzenia rozmów z ekspertami technicznymi i produktowymi oraz przełożysz specjalistyczną wiedzę na język korzyści dla klienta.
- Lepsze zarządzanie pomysłami: zastosujesz metody generowania, selekcji i priorytetyzacji pomysłów, aby przechodzić od kreatywnych koncepcji do decyzji biznesowych.
- Zarządzanie trudnymi sytuacjami: poznasz techniki reagowania na dominujące osoby, negatywne nastawienie, dygresje oraz wpływ hierarchii podczas spotkań.
- Kultura ciągłego doskonalenia: poprowadzisz konstruktywne retrospektywy kampanii marketingowych i projektów, wspierając uczenie się zespołu bez szukania winnych.



Program szkolenia

1. Mindset facylitatora – od eksperta do lidera procesu
 - Rola facylitatora w marketingu: czym jest, a czym nie jest facylitacja.
 - Różnice między prezentacją, dyskusją i sesją facylitowaną.
 - Trzy filary skutecznej facylitacji: neutralność wobec treści, odpowiedzialność za proces i zarządzanie energią grupy.
 - Korzyści biznesowe z wykorzystania facylitacji w pracy zespołów marketingowych (krótsze spotkania, mniej poprawek, sprawniejsze podejmowanie decyzji).
2. Komunikacja i aktywne słuchanie w pracy facylitatora
 - Techniki słuchania analitycznego i wyłuskiwania najważniejszych informacji.
 - Strukturyzowanie chaotycznych wypowiedzi klientów i zespołów.
 - Wizualizacja ustaleń na flipcharcie lub w narzędziach online (np. Mural).
 - Ćwiczenia rozwijające umiejętność parafrazowania i porządkowania dyskusji.
3. Projektowanie i prowadzenie warsztatów strategicznych
 - Planowanie celu, przebiegu i rezultatów warsztatu.
 - Dobór metod do różnych etapów pracy strategicznej.
 - Budowanie angażującej struktury spotkania.
 - Najczęstsze błędy podczas prowadzenia warsztatów i sposoby ich unikania.
4. Techniki generowania pomysłów
 - Mechanizmy wspierające kreatywność zespołu.
 - Silent Brainstorming jako sposób na wyrównanie udziału uczestników.
 - Brainwriting 6-3-5 w tworzeniu koncepcji marketingowych i kampanii.
 - Dobór metod kreatywnych do wielkości zespołu i celu spotkania.
5. Selekcja i priorytetyzacja pomysłów

- Przechodzenie od dużej liczby pomysłów do decyzji biznesowych.
 - Matryca Impact/Effort dostosowana do celów marketingowych i KPI.
 - Dot-voting jako narzędzie wspólnego podejmowania decyzji.
 - Ograniczanie wpływu hierarchii i efektu podążania za większością.
6. Facylitacja spotkań z klientami, zarządem i interesariuszami
- Projektowanie skutecznych warsztatów kick-off.
 - Formułowanie pytań porządkujących cele projektu.
 - Project Kick-off Canvas jako narzędzie planowania.
 - Mapowanie celów, ryzyk, interesariuszy i oczekiwanych rezultatów.
7. Wydobywanie wiedzy od ekspertów
- Specyfika współpracy z ekspertami technicznymi i produktowymi.
 - Techniki prowadzenia rozmów z programistami, inżynierami i specjalistami.
 - Metoda 5 Whys w marketingu produktowym.
 - Przekładanie wiedzy eksperckiej na język korzyści dla klienta.
8. Zarządzanie dynamiką grupy
- Rozpoznawanie etapów pracy grupowej.
 - Reagowanie na ciszę, brak zaangażowania i konflikty.
 - Utrzymywanie energii oraz koncentracji uczestników.
 - Dobór interwencji do sytuacji i etapu spotkania.
9. Praca z trudnymi uczestnikami
- Typologia najczęściej spotykanych zachowań podczas spotkań marketingowych.
 - Praca z HiPPO (Highest Paid Person's Opinion).
 - Reagowanie na negatywne nastawienie i dominujące osoby.
 - Ograniczanie dygresji oraz utrzymywanie dyskusji w ramach celu spotkania.
10. Techniki interwencji facylitatorskiej
- Parking lot jako sposób zarządzania tematami pobocznymi.
 - Parafrazowanie i doprecyzowywanie wypowiedzi.
 - Kontraktowanie zasad współpracy.
 - Przywracanie grupy do realizacji celu spotkania.
11. Facylitacja codziennych spotkań operacyjnych
- Projektowanie efektywnych Daily i krótkich statusów.
 - Utrzymywanie tempa i zaangażowania podczas regularnych spotkań.
 - Planowanie działań zamiast raportowania wykonanych zadań.
 - Rola facylitatora w codziennym zarządzaniu zespołem.
12. Retrospektywy i budowanie kultury uczenia się
- Prowadzenie retrospektyw kampanii i projektów marketingowych.
 - Analiza sukcesów i niepowodzeń bez szukania winnych.
 - Metoda Start-Stop-Continue w praktyce marketingowej.
 - Opracowanie planu wdrożenia narzędzi facylitacyjnych do codziennej pracy uczestników.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie. Zalecamy podstawową znajomość pracy z komputerem oraz gotowość do wykonywania ćwiczeń.



Czas trwania

2 dni / 14 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski