kod szkolenia: DM-KOM / PL DL 5d

First Time Marketing Manager

Awans na stanowisko managerskie to nie tylko zmiana tytułu, lecz przede wszystkim jakościowa zmiana sposobu myślenia i działania. Z roli specjalisty – eksperta w swojej dziedzinie – nowy manager wchodzi w rolę lidera, który odpowiada nie tylko za własne wyniki, ale przede wszystkim za skuteczność, rozwój i motywację zespołu.
Szkolenie „First Time Marketing Manager" zostało zaprojektowane tak, aby wesprzeć uczestnika w tym kluczowym momencie kariery. Program łączy mentoring merytoryczny (skupiony na KPI, kampaniach, planowaniu i analityce) z rozwojem kompetencji liderskich i interpersonalnych (takich jak delegowanie, komunikacja, asertywność i budowanie autorytetu).

Dzięki połączeniu wiedzy praktycznej, ćwiczeń warsztatowych i indywidualnego wsparcia mentoringowego, uczestnik krok po kroku nauczy się zarządzać zespołem marketingowym, wyznaczać priorytety, raportować wyniki i skutecznie komunikować się z interesariuszami wewnętrznymi.
Celem szkolenia jest zbudowanie solidnych fundamentów roli lidera marketingu – osoby, która potrafi połączyć strategiczne myślenie, orientację na wyniki i rozwój ludzi.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest przeznaczone dla:

- Nowo mianowanych managerów marketingu – osób, które niedawno awansowały z roli specjalisty (np. digital marketera, content managera, performance marketera) i stoją przed wyzwaniem zarządzania zespołem.
- Liderów zespołów marketingowych na wczesnym etapie swojej drogi managerskiej, którzy chcą zbudować własny styl przywództwa, usprawnić komunikację i nauczyć się efektywnie delegować.

- Specjalistów przygotowujących się do roli managerskiej, którzy chcą poznać kluczowe różnice między rolą wykonawczą a rolą lidera i lepiej przygotować się do przyszłego awansu.
- Osób pracujących w środowiskach, gdzie łączenie wiedzy marketingowej z kompetencjami miękkimi jest kluczowe dla realizacji celów biznesowych.

Program będzie szczególnie wartościowy dla tych, którzy chcą rozwijać się nie tylko jako eksperci, ale przede wszystkim jako liderzy ludzi i procesów marketingowych – potrafiący inspirować, wyznaczać kierunek i skutecznie realizować cele organizacji.

Korzyści

-

1. Świadome wejście w rolę lidera – zrozumienie różnic między rolą specjalisty a managera oraz opracowanie własnej mapy odpowiedzialności.
2. Skuteczne planowanie i priorytetyzacja – umiejętność przekładania celów biznesowych na KPI i działania zespołu.
3. Sprawne delegowanie i komunikacja – rozwój kompetencji liderskich w pracy z zespołem, agencjami i przełożonymi.
4. Decyzje oparte na danych – praktyczne narzędzia do analizy wyników i raportowania efektów działań marketingowych.
5. Budowanie autorytetu i pewności siebie – rozwój postawy lidera, asertywności i odporności na stres.

-

Program szkolenia

Sesja 1 – Rola managera marketingu i mapa odpowiedzialności (2h)

Cel: zrozumieć różnicę między rolą specjalisty a rolą lidera, zbudować mapę odpowiedzialności i plan rozmów 1:1.

Agenda:

- Check-in: jak się czujesz w nowej roli, największe obawy i oczekiwania.
- Rola managera marketingu – od egzekucji do priorytetów i koordynacji.
- Ćwiczenie: mapa odpowiedzialności („co robiłem jako specjalista” vs. „co deleguję jako manager”).
- Plan pierwszych spotkań 1:1 z zespołem (przykładowe pytania).

Powiązanie z KPI: rozwój kompetencji zespołu, jasny podział ról

Efekt: mapa odpowiedzialności + plan rozmów 1:1 + 3 mikro-kroki na najbliższy tydzień.

Sesja 2 – Planowanie kampanii i ustalanie priorytetów (2h)

Cel: nauczyć się przekładać cele biznesowe na KPI marketingowe i ustalać priorytety działań.

Agenda:

- Od celu biznesowego do KPI (np. sprzedaż → CTR, konwersje, MQL).
- Customer journey jako filtr do wyboru priorytetów.
- Mini-ćwiczenie: wybór 2-3 KPI jako „liczb menedżera”.
- Jak unikać pułapki „zalewu pomysłów i kanałów”.

Powiązanie z KPI: skuteczność kampanii, terminowość i efektywność realizacji

Efekt: lista 2-3 KPI do stałego monitorowania + macierz priorytetów działań.

Sesja 3 – Delegowanie i współpraca z zespołem i agencjami (2h)

Cel: rozwijać umiejętność delegowania i egzekwowania zadań w zespole oraz współpracy z agencjami i freelancerami.

Agenda:

- Jak delegować zadania (copy, grafiki, raporty) i zostawiać odpowiedzialność.
- Jak reagować na niedostarczone lub słabe efekty.
- Dyskusja: analiza talentów i luk w zespole.
- Ćwiczenie: przygotowanie mini-briefu dla agencji lub freelancera.
- Role play: rozmowa korygująca.

Powiązanie z KPI: rozwój kompetencji zespołu, efektywność współpracy z agencjami **Efekt:** matryca delegowania + gotowy wzór briefu + plan rozmów motywacyjnych.

Sesja 4 – Analityka i raportowanie (2h)

Cel: nauczyć się czytać dane, wyciągać wnioski i raportować wyniki w klarowny sposób do przełożonych.

Agenda:

- Jak raportować wyniki (executive summary zamiast „zalewu danych”).
- Typowe wyzwania: CTR ≠ sprzedaż, presja szybkich wyników.
- Ćwiczenie: przygotowanie raportu KPI z 3 rekomendacjami optymalizacyjnymi.
- Lekkie użycie AI do podsumowań i analizy.

Powiązanie z KPI: częstotliwość i jakość raportów, skuteczność kampanii **Efekt:** szablon executive summary + lista 3 rekomendacji dla zarządu.

Sesja 5 – Współpraca międzydziałowa i budowanie autorytetu (2h)

Cel: rozwijać umiejętności komunikacyjne i budować autorytet w relacjach z Sales, Redakcją i zarządem.

Agenda:

- Jak tłumaczyć marketing biznesowi (np. różnica między leadem a sprzedażą).
- Jak prowadzić trudne rozmowy z przełożonymi i partnerami wewnętrznymi.
- Feedback – jak dawać i przyjmować.
- Ćwiczenie refleksyjne: „Trucizna – Ślimak – Na zawał” – co eliminuję, co wdrażam powoli, co zmieniam natychmiast.
- Plan rozwoju własnego stylu lidera.

Powiązanie z KPI: satysfakcja działu sprzedaży ze współpracy, spójność z wytycznymi marki **Efekt:** lista własnych zasad współpracy + plan działań rozwojowych na 3-6 miesięcy.

Mentoring miękki – 5h elastycznie

Zakres:

- Asertywność w rozmowach z zespołem i przełożonymi.
- Delegowanie i egzekwowanie zadań.
- Trudne rozmowy (opóźnienia, konflikty, różnice priorytetów).
- Radzenie sobie ze stresem i presją wyników.
- Budowanie pewności siebie i autorytetu w nowej roli.

Forma: krótkie sesje 30-60 minut, shadowing spotkań, konsultacje ad hoc.

Powiązanie z KPI: budowanie kultury zespołowej, rozwój własny

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.

Czas trwania

5 dni / 10 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski