kod szkolenia: DM-B2B / marketing_leadership

Marketing Leadership – od senior marketera do strategicznego lidera

Szkolenie „Marketing Leadership – od senior marketera do strategicznego lidera” to zamknięty, dedykowany program rozwojowy dla liderów marketingu, którzy przechodzą (lub są w trakcie przechodzenia) z roli operacyjnej do roli strategicznej. Jego celem jest wzmocnienie kompetencji przywódczych, decyzyjnych i biznesowych niezbędnych do skutecznego zarządzania marketingiem jako funkcją wspierającą wzrost firmy.

Program koncentruje się na realnych wyzwaniach Heads of Marketing i CMO: budowaniu pozycji marketingu w organizacji, pracy z zarządem i founderami, podejmowaniu decyzji w oparciu o dane, zarządzaniu zespołami i priorytetami oraz przechodzeniu z myślenia „jak zrobić” do „co i dlaczego robić”. Szkolenie ma charakter strategiczno-warsztatowy i jest osadzone w kontekście konkretnych wyzwań organizacji.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest przeznaczone dla Heads of Marketing, CMO, senior marketerów oraz liderów zespołów marketingowych, którzy odpowiadają za strategię, wyniki biznesowe oraz rozwój zespołu. Program dedykowany jest organizacjom, które chcą wzmocnić rolę marketingu jako partnera strategicznego dla zarządu i sprzedaży oraz przygotować liderów marketingu do działania na poziomie decyzyjnym.

Korzyści

-Przejście z roli operacyjnej do roli strategicznego lidera marketingu

-Lepsze rozumienie biznesu, celów firmy i wpływu marketingu na przychody
-Umiejętność podejmowania decyzji w oparciu o priorytety i dane
-Wzmocnienie pozycji marketingu w organizacji
-Skuteczniejsza współpraca z zarządem, sprzedażą i innymi liderami
-Większa pewność w roli Heads of Marketing / CMO

Program szkolenia

1. Rola lidera marketingu w organizacji
– Marketing jako funkcja strategiczna
– Oczekiwania zarządu vs rzeczywistość
– Kompetencje lidera
– Przesunięcie z „robienia” do „decydowania”
2. Myślenie strategiczne w marketingu
– Jak podejmować decyzje strategiczne
– Priorytetyzacja inicjatyw marketingowych
3. Marketing a cele biznesowe
– Przychody, wzrost i odpowiedzialność
– Praca na KPI i wynikach, nie aktywnościach
– Komunikowanie wartości marketingu
4. Przywództwo i zarządzanie zespołem
– Style przywództwa w marketingu
– Delegowanie, feedback i rozwój ludzi
– Budowanie kultury ownershipu
5. Współpraca z zarządem i innymi działami
– Marketing–sprzedaż–produkt
– Praca z founderami i C-level
– Zarządzanie konfliktami i oczekiwaniami
6. Decyzje, presja i odpowiedzialność
– Radzenie sobie z niepewnością
– Odpowiedzialność za wyniki
– Odporność lidera marketingu
7. Rekomendacje rozwojowe
– Identyfikacja kluczowych obszarów rozwoju
– Indywidualne i zespołowe kolejne kroki
– Plan dalszego wzmacniania roli marketingu

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Szkolenie jest przeznaczone dla osób z doświadczeniem w marketingu na poziomie senior lub managerskim. Uczestnicy są zachęcani do refleksji nad własną rolą, wyzwaniami i odpowiedzialnościami w organizacji.

Czas trwania

2 dni / 12 godzin

Język

Szkolenie: polski
Materiały: polski