

KONFERENCJA

P R A C A
projektowa

storytelling,
komunikacja
negocjacje

EDISONTEAM.PL

tel.: 604 720 161 | mail: biuro@edisonteam.pl

K O N C E P T

Celem konferencji będzie pokazanie, w jaki sposób wykorzystywać storytelling w zarządzaniu projektem oraz komunikacją w projekcie. Uczestnicy będą mieli również możliwość doskonalenia swoich kompetencji prezentacyjnych, autoprezentacyjnych oraz negocjacyjnych. Wartością dodaną będzie wymiana doświadczeń uczestników, gości specjalnych i trenerów w zakresie tematyki spotkania.

Konferencja zostanie zrealizowana przez firmę EdisonTeam.pl, która prowadzi specjalistyczne szkolenia dla biznesu w obszarze storytellingu, wystąpień publicznych, autoprezentacji. W swoim działaniu kieruje się zasadą – „blisko rzeczywistości, daleko od fikcji”, dlatego materiały poddawane analizie podczas zajęć to przypadki, z którymi można spotkać się na co dzień w życiu zawodowym. Szkolenia oparte są o autorskie koncepcje zawarte w książkach i audiobookach właściciela firmy Marka Stączka. Pozycje te stanowią część materiałów edukacyjnych wręczanych uczestnikom podczas każdego ze szkoleń.



Marek Stączek pokazuje najlepsze praktyki stosowania storytellingu, a także prowadzi czytelnika przez proces dobrego przygotowania się do wykorzystania tej metody. Myśląc o tej technice, dodam, że używanie storytellingu na spotkaniach sprzedaży wywołuje zdwojoną uwagę, bardzo duże zaangażowanie i zdecydowanie większą kreatywność uczestników.

Renata Filipek-Bryłowska, Dyrektor Sprzedaży, T-Mobile Polska

Wciągająca, napisana ze swadą i polotem, w przystępny sposób prezentująca koncepcję storytellingu oraz jej praktyczne zastosowania. Zdecydowanie must have w bibliotece każdego menedżera praktyka. Gorąco polecam!

Wojciech Masierek, District Manager, Bayer Sp. z o.o.



„Jestem dziennikarzem i nieraz muszę występować publicznie. Wiem więc doskonale, ile kosztuje mnie to nerwów. I jak bardzo bywam rozczarowany własnymi wystąpieniami. Dlatego książka Marka Stączka jest dla mnie nieocenioną pomocą – bo pokazuje sposoby, dzięki którym mogę lepiej przygotować się do konfrontacji z publicznością oraz osiągnąć zamierzone cele. Na dodatek jej autor pisze w sposób bardzo przystępny i ciekawy. Na pewno sięgnę po nią jeszcze wiele razy.”

Marcin Rotkiewicz, „Polityka”



Od czterech lat wdramy w Polsce autorską koncepcję storytellingu w biznesie, prowadząc szkolenia oraz warsztaty. Ich merytoryka jest zawarta w książce Marka Stączka „*Storytelling. Sztuka opowiadania przekonujących i ciekawych historii dla lidera, trenera, sprzedawcy*”. W czerwcu 2016 zorganizowaliśmy pierwszą w Polsce konferencję „*Poznaj siłę sorytellingu*”, której tematyka koncentrowała się wokół zastosowania storytellingu w przywództwie, sprzedaży i prowadzeniu szkoleń. Głównymi mówcami byli praktycy, którzy stosują storytelling w wymienionych obszarach. Od 14 lat prowadzimy autorskie projekty z zakresu sztuki prezentacji publicznej oraz negocjacji w języku polskim i angielskim. Ich merytoryka jest zawarta w publikacjach Marka Stączka: „*Prezentacja publiczna. Mów komunikatywnie, oryginalnie, przekonująco*”, „*Prezentacja. Trema i komunikacja niewerbalna mówcy*”, „*Prezentacja mówca i jego rozwój*”, „*Komunikacja kreatywna. Jak być dobrym mówcą i sprawnym rozmówcą*”, „*Konflikt. 6 sposobów na typowe sytuacje konfliktowe w życiu zawodowym*”, „*Spotkanie w organizacji. Od frustrującego zebrania, do twórczego i efektywnego spotkania*”.

M E T O D O L O G I A P R A C Y W Y D Ł U Ż O N Y P R O C E S S Z K O L E N I O W Y

Nasze działania nie mają formy jednorazowego spotkania, ale długofalowego procesu rozwojowego. Ma on na celu wzmocnienie efektów szkoleniowych oraz utrzymanie koncentracji na rozwoju umiejętności i wykorzystaniu opracowanych rozwiązań prezentacyjnych, komunikacyjnych i negocjacyjnych. Po konferencji uczestnicy otrzymują na adresy mailowe, w tygodniowych odstępach, cztery edukacyjne korespondencje. Na treść maili składają się e-lekcje Marka Stączka oraz tematyczne filmiki z inspiracjami trenerów EdisonTeam.pl.

1. Praca przed szkoleniem

- a. Miesiąc przed konferencją odbywa się badanie potrzeb uczestników, w celu precyzyjnego dostosowania do nich rozwiązań warsztatowych oraz treści panelu dyskusyjnego - spotkanie ze zleceniodawcą, grupa focusowa.
- b. Tydzień przed konferencją do każdego uczestnika zostaje wysłane zaproszenia na konferencję w formie filmiku nagranych przez Marka Stączka wraz z zadaniem umożliwiającym dobre przygotowanie się do szkolenia. W przypadku warsztatów „*Prezentacje w projekcie z elementami narzędzia storytelling*” zadanie polega na przygotowaniu dwóch prezentacji (2 - 3 minutowych) opartych o historie z własnego życia prywatnego i zawodowego, wykorzystujących znane uczestnikom rozwiązania prezentacyjne. Natomiast uczestnicy szkoleń „*Komunikacja w projekcie*” oraz „*Negocjacje trójstronne*” przygotowują konkretne casusy dotyczące trudności komunikacyjnych i negocjacyjnych, które będą stanowiły podstawę pracy warsztatowej skoncentrowanej na realiach uczestników.
- c. W tygodniu przed konferencją (w odstępach dwudniowych) wysyłane są do uczestników krótkie filmiki - ich celem jest stopniowe wprowadzanie uczestników w tematykę spotkania i podsycanie zainteresowania koncepcją spotkania.

2. Praca w trakcie szkolenia - merytoryka oraz forma pracy: JAK?

Każdy uczestnik warsztatu otrzymuje do wyboru książkę Marka Stączka „*Storytelling. Sztuka opowiadania przekonujących i ciekawych historii dla lidera, trenera, sprzedawcy*” lub „*Prezentacja publiczna. Mów komunikatywnie, oryginalnie, przekonująco*” w formie papierowej oraz audio. Trzecią opcją do wyboru jest publikacja „*Spotkanie w organizacji. Od frustrującego zebrania, do twórczego i efektywnego spotkania*”. Pozycje te są merytoryczną podstawą szkoleń.

Podczas warsztatu „*Prezentacje w projekcie z elementami narzędzia storytelling*” uczestnicy angażowani są w opracowywanie, na podstawie poznanych metod (struktura profesjonalnego wystąpienia, budowa story, techniki retoryczne), swoich wystąpień projektowych (praca indywidualna oraz w małych zespołach); dodatkowo biorą udział w sesji kreatywnej, której celem jest opracowanie bazy wystąpień tematycznych i historii dopasowanych do ich realiów. Wszystkie omawiane rozwiązania adresowane są do realiów zawodowych uczestników. Całość warsztatów wzbogacona jest prezentacją wystąpień uczestników opartych o poznane rozwiązania prezentacyjne oraz storytelling - każdy z uczestników ma możliwość wystąpienia na forum i zaprezentowania wyników pracy warsztatowej, a następnie otrzymuje informację zwrotną od trenera dotyczącą mocnych stron swojej prezentacji oraz obszarów do poprawy.

W efekcie pracy warsztatowej uczestnicy wypracują konkretne komunikaty wykorzystujące storytelling, m.in:

- story motywacyjne - podkreślające wagę projektu
- story o budowaniu konsensusu - w celu rozwiązywania sytuacji trudnych i konfliktowych
- story o zasadach - w celu przypomnienia zasad współpracy
- story o postawach - w celu przekazania kluczowych, docelowych postaw w trakcie realizacji projektu

Podczas szkoleń „*Komunikacja w projekcie*” oraz „*Negocjacje trójstronne*” uczestnicy ćwiczą narzędzia adekwatne do ich wyzwań negocjacyjnych i komunikacyjnych w oparciu o konkretne casusy z ich rzeczywistości zawodowej.

3. Praca po szkoleniu

Do każdego uczestnika, przez 4 tygodnie po konferencji, w odstępach tygodniowych, zostają przesłane drogą elektroniczną materiały dotyczące treści konferencji: tematyczne filmy oraz e-lekcje. Naszym celem jest inspiracja merytoryczna i zachęta do praktykowania nowego podejścia w pracy projektowej w obszarze prezentacji, komunikacji i negocjacji.



P R O G R A M K O N F E R E N C J I

Dzień pierwszy: 10:00 - 20:00

1. *„Istota skutecznej prezentacji i siedem korzyści z zastosowania storytellingu w prezentacji oraz komunikacji”*: *Dynamiczny spicz Marka Stączka* - ghostwritera, mówcy, autora książek z zakresu psychologii w biznesie, trenera specjalizującego się w doradztwie oraz szkoleniach z zakresu sztuki storytellingu, prezentacji publicznej i kreatywności. Pan Stączek prowadził szkolenia m.in. dla Oracle, HP, Ne-tia, Orange, Philips, TVN, Onet.pl, ITI, Wirtualna Polska, Medicover, Radio Zet, Bayer, Novartis, Pfizer, Universal McCann, DDB Warszawa, PZU, Warta, Ergo Hestia, Generali, Ernst&Young, Coca-Cola, Mondelez, P&G, Asseco, MetLife, PKO, Sygnity, Polpharma.

Godz. 10:00 - 11:00

Przerwa organizacyjna 11:00 - 11:15

(przejście uczestników z trenerami do sal warsztatowych)

2. *„Prezentacje w projekcie z elementami narzędzia storytelling”, „Komunikacja w projekcie”, „Negocjacje trójstronne”*: Warsztaty w zespołach – kilka grup szkoleniowych po ok. 14 osób, z których każda pracuje ze swoim trenerem realizując założenia merytoryczne poszczególnych programów. Ilość grup warsztatowych określa zleceniodawca.

Godz. 11:15 - 16:00 (1. sesja 11:15 - 12:30; przerwa kawowa; 2 sesja 12:45 - 14:00; przerwa na lunch; 3 sesja 14:45 - 16:00)

Przerwa kawowa 16:00 - 16:30

(przejście uczestników z trenerami do sali konferencyjnej)

3. „Potencjał story w zarządzaniu projektami”: Panel dyskusyjny z prelegentami, którzy stosują storytelling w swojej praktyce projektowej.

Godz. 16:30 - 17:45

Poza zagadnieniami zasygnalizowanymi przez uczestników w badaniu potrzeb przed konferencją, podczas panelu zostaną poruszone następujące tematy:

- Jak wykorzystywać story w pracy projektowej i w zarządzaniu projektami?
- Jaki jest związek pomiędzy stosownością story, a efektywnością pracy zespołu?
- Jak historie pobudzają kreatywność ludzi?
- Dlaczego innowacyjne biznesy i nowe technologie wykorzystują story w komunikacji z klientem zewnętrznym i wewnętrznym?
- Jak story pomaga budować relacje w biznesie?
- Jak przy pomocy story pokonywać trudne sytuacje?
- Jak motywować ludzi za pomocą story?
- Jak story pomaga przejść zmianę - wyjaśnić jej zasadność i zmotywować do zmiany?
- W jaki sposób story uczy bez pouczania i przekonuje bez nacisku?



Sylwetki prelegentów:

dr Andrzej Szeworski

Od 2006 roku Prezes Zarządu Pekao Financial Services. Na polskim rynku kapitałowym, z którym jest związany od 1991 roku, miał okazję zdobyć różnorodne doświadczenie zawodowe. Przed objęciem funkcji Prezesa Zarządu Pekao FS przez 8 lat pracował w Pioneer PPTFI SA, a następnie w Pioneer Pekao TFI SA, gdzie jako Wiceprezes Zarządu odpowiadał za sprawy operacyjne. W latach 1995 – 1998 był organizatorem z ramienia PKO BP, a następnie Wiceprezesem PKO/Credit Suisse Towarzystwa Funduszy Powierniczych SA, gdzie odpowiadał za sprzedaż i marketing, w tym za tworzenie pierwszej bankowej sieci dystrybucji funduszy inwestycyjnych. W latach 1991 – 1995 współorganizował proces tworzenia Polskiego Domu Maklerskiego SA (obecnie BGŻ BNP Paribas TFI) oraz pełnił w nim funkcję Wiceprezesa, odpowiedzialnego za pionierzy rynku pierwotnego i analiz. Wcześniej pracował w instytucjach naukowych, m.in. w Instytucie Nauk Ekonomicznych PAN, Uniwersytecie Warszawskim, i jako visiting fellow w University of Sussex w Wielkiej Brytanii. Posiada tytuł doktora nauk ekonomicznych uzyskany na Uniwersytecie Warszawskim.



Zofia Sanejko

Chief Commercial Officer Grupy IPG Mediabrands Polska. Wiceprezes Zarządu UM. Z grupą IPG związana od 1993 roku - wcześniej na stanowisku Dyrektora Buyingu agencji reklamowej McCann Erickson, po utworzeniu w 1999 roku Domu Mediowego Universal McCann na stanowisku członka zarządu spółki, a następnie wiceprezesa spółki. Współtworzyła również pierwszą na polskim rynku grupę negocjacyjną Magna Global Polska i od samego początku jej funkcjonowania uczestniczy w zarządzaniu tą spółką. Obecnie jest członkiem zarządu Magna Global Polska. W grupie IPG Mediabrands nadzoruje głównie proces kupowania mediów, negocjacji kontraktów oraz rozwijania nowych modeli współpracy biznesowej. Negocjowała kontrakty mediowe reprezentując największe budżety reklamowe na polskim rynku (m.in. dla nast. marek: L'Oreal, Coca-Cola, GM, GSK, Nestle, Benckiser, Polkomtel, Allegro, PKO Bank Polki, Media Saturn i wielu innych). Zasiadała w zarządzie, a następnie w radzie nadzorczej Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR. Członek Komitetu Organizacyjnego pierwszego Innovation AD (dawniej Media Trendy) w 2015 roku. Od kilku lat współpracuje jako Konsultant ze Szkołą Negocjacji House of Skills. Od początku istnienia Komisji Etyki Reklamy zasiada w składzie arbitrów.



Mirosław Suszek

Wiceprezes Zarządu Medicover Polska. Związany z Medicover od sierpnia 2014 roku. Posiada wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu obsługą klientów, dostarczaniem usług, rozwojem infrastruktury technicznej oraz programami integracji operacyjnej po akwizycjach i połączeniach firm. W latach 2012 - 2014 pełnił obowiązki Dyrektora Operacyjnego, Członka Zarządu spółki Netia S.A. gdzie był odpowiedzialny za funkcjonowanie Pionu Operacyjnego oraz Technologii. W latach 2001 - 2012 pracował w UPC Polska, od 2004 roku jako Dyrektor Operacyjny, Członek Zarządu a wcześniej na stanowisku Dyrektora ds. Rozwoju. Jest absolwentem Wydziału Elektrycznego Politechniki Warszawskiej. Posiada dyplom MBA uzyskany w Szkole Biznesu PW. Ukończył również studia podyplomowe na kierunku Telekomunikacja, Informatyka i Zarządzanie.



4. Konkurs na najlepsze wystąpienie publiczne z wykorzystaniem storytellingu, oraz najlepszy komunikat storytellingowy dotyczący pracy projektowej:

Prezentacja 13 najlepszych propozycji na forum i wyłonienie 2 inspirujących zwycięzców. Materiał zostaje nagrany i przesłany uczestnikom trzy tygodnie po konferencji, tym samym ma miejsce pierwszy krok w tworzeniu Archiwum Mówcy - ta koncepcja gromadzenia materiału prezentacyjnego zostaje omówiona podczas warsztatów.

Godz. 17:45 - 18:15

Kolacja 18:15 - 19:00

5. „O tworzeniu i mówieniu?": Wystąpienie Andrzeja Poniedziałkiego - reżysera, twórcy scenariuszy, poety, pieśniarza, satyryka, autora tekstów piosenek, aktora Teatru Ateneum, członka akademii fonograficznej ZPAV, Mistrza Mowy Polskiej w roku 2011.

Godz. 19:00 - 20:00


KONFERENCJA P R A C A projektowa

storytelling, komunikacja, negocjacje

DZIAŁANIA PRZED KONFERENCJĄ


**ROZMOWA ZE
ZLECENIODAWCĄ**
- cel, casusy

⌚: 30 dni
przed Konferencją



**ZAPROSZENIE
z zadaniem**

⌚: 7 dni
przed Konferencją



**TEMATYCZNE
FILMIKI**

⌚: 7,5,3 dni
przed Konferencją



KONFERENCJA

**WARSZATY
w grupach**



**WYSTĄPIENIA
każdego
uczestnika**



**TWORZENIE
archiwum
mówcy**



**POGŁĘBIENIE
wiedzy**



DZIAŁANIA PO KONFERENCJI

**INSPIRACJE
I ĆWICZENIA**
-wdrażanie treści
szkoleniowych

⌚: 4 tygodnie
po Konferencji

4 E-LEKCJE

**SUBSKRYPCJA
BLOGA**

STOSLOW.PL

AUDIOBOOKI
na życzenie
zleceniodawcy

⌚: 30 dni
po Konferencji



**NAGRANIE
AUDIOBOOKA**
na życzenie
zleceniodawcy



WYDŁUŻONY PROCES SZKOLENIOWY OBRAZUJE ZAŁĄCZONA GRAFIKA.