

KONFERENCJA



Storytelling

oraz sztuka skutecznej
prezentacji publicznej
w sprzedaży

EDISONTEAM.PL

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

KONCEPT

Celem konferencji będzie pokazanie, w jaki sposób zwiększać efektywność sprzedaży dzięki wykorzystaniu storytellingu oraz profesjonalnej prezentacji publicznej. Uczestnicy będą mieli również możliwość doskonalenia swoich kompetencji autoprezentacyjnych oraz sprzedażowych. 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, kreatywności i zmiany. 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.



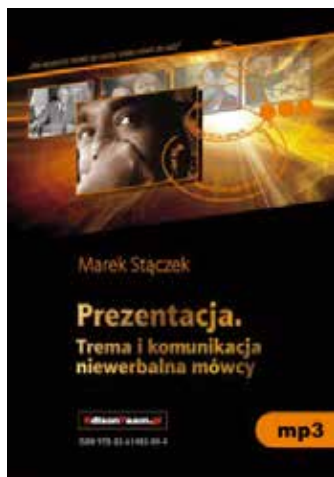
Marek Stączek pokazuje najlepsze praktyki stosowania storytellingu, a także prowadzi czytelnika przez proces dobrego przygotowania się do wykorzystania tej metody. Myśląc o tej technice, dodam, że używanie storytellingu na spotkaniach sprzedaży wywołuje zdwojoną uwagę, bardzo duże zaangażowanie i zdecydowanie 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 storytellingu*”, której tematyka koncentrowała się wokół zastosowania storytellingu w przywództwie, sprzedaży i prowadzeniu szkoleń. Głównymi mówcami byli praktycy, którzy stosują storytelling w wymienionych obszarach.

Od 15 lat prowadzimy autorskie projekty z zakresu sztuki prezentacji publicznej 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*”.

METODOLOGIA PRACY WYDŁUŻONY PROCES SZKOLENIOWY

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. 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. Na życzenie zleceniobiorcy, po wcześniejszym zdefiniowaniu specyfiki pracy uczestników oraz ich potrzeb, wydłużony proces szkoleniowy może zostać rozbudowany o wybrane formy wsparcia.



1. Praca przed konferencją

a. Miesiąc przed konferencją odbywa się badanie potrzeb uczestników poszczególnych szkoleń, 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 „*Storytelling w sprzedaży*” oraz „*Sztuka prezentacji dla zaawansowanych*” 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 szkolenia „*Power base selling*” przygotowują konkretne casusy, 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 storsellingu, profesjonalnego wystąpienia oraz innowacyjnego podejścia do sprzedaży.

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

Każdy uczestnik warsztatu otrzymuje książki Marka Stączka „*Storytelling. Sztuka opowiadania przekonujących i ciekawych historii dla lidera, trenera, sprzedawcy*” oraz „*Prezentacja publiczna. Mów komunikatywnie, oryginalnie, przekonująco*” w formie papierowej oraz audio. Pozycje te stanowią merytoryczną podstawę szkoleń.

Podczas spotkania uczestnicy angażowani są w opracowywanie, na podstawie poznanych metod (struktura profesjonalnego wystąpienia, budowa story, techniki retoryczne), swoich wystąpień (praca indywidualna oraz w małych zespołach); dodatkowo biorą udział w sesji kreatywnej, której celem jest opracowanie bazy wystąpień tematycznych oraz historii dopasowanych do ich realiów. Całość warsztatów wzbogacona jest prezentacją wystąpień uczestników opartych o poznane rozwiązania prezentacyjne oraz storytelling. Podczas szkolenia „*Power base selling*” uczestnicy ćwiczą narzędzia adekwatne do specyfiki sprzedaży w oparciu o konkretne casusy z ich rzeczywistości zawodowej.

3. Praca po konferencji

Do uczestników poszczególnych warsztatów, 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 storsellingu, profesjonalnego wystąpienia oraz twórczego podejścia do sprzedaży.

PROGRAM KONFERENCJI

Dzień pierwszy: 10:00 - 20:00

1. *„Istota skutecznej prezentacji publicznej i siedem korzyści z zastosowania storytellingu”*: 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 dla m.in. Oracle, HP, Netia, 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. *„Storytelling w sprzedaży”, „Sztuka prezentacji dla zaawansowanych”, „Power base selling – warsztat sprzedażowy w języku angielskim”*: Warsztaty w zespołach – grupy szkoleniowe, z których każda pracuje ze swoim trenerem realizując założenia merytoryczne programów: *„Storytelling w sprzedaży”, „Projekt rozwoju kompetencji prezentacyjnych”, „Power base selling”*. Ilość grup warsztatowych określa zleceniodawca po zakończeniu zapisów. Podczas pracy grupowej uczestnicy szkolenia *„Storytelling w sprzedaży”* poznają budowę pojedynczej historii i strukturę rozbudowanego wystąpienia opartego o storytelling oraz praktykują techniki retoryczne ważne dla narracji. Uczestnicy warsztatów *„Sztuka prezentacji dla zaawansowanych”* oraz *„Power base selling”* pracują nad strukturą i rozwiązaniami retorycznymi profesjonalnej prezentacji. W obu przypadkach ma miejsce praca indywidualna oraz w małych grupach. 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. Wszystkie omawiane rozwiązania adresowane są do realiów zawodowych uczestników. Podczas warsztatów mają miejsce sesje kreatywne, podczas których odbywa się wymiana doświadczeń pod okiem facylitatora.

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. *„Przewaga, jaką daje story w sprzedaży”*: Panel dyskusyjny z prelegentami, którzy stosują storytelling w swojej praktyce sprzedażowej.

Godz. 16:30 - 17:45

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

- Jak zdobyć nowych klientów przekonującym story?
- Jak wyróżnić się wśród tych, którzy posługują się takimi samymi argumentami?
- Jak budować wizerunek wiarygodnego dostawcy?
- Jak story pomaga przejść trudne momenty rozmowy?

Sylwetki prelegentów:

Renata Filipek-Baryłowska

Manager z wykształcenia i zamiłowania. Od 20 lat w branżach: FMCG, wydawniczej, medycznej i telekomunikacyjnej. Specjalizuje się zarządzaniem Sprzedażą i Obsługą Klienta w segmencie Klientów biznesowych. Swój styl zarządzania opiera na efektywnej komunikacji, coachingu, budowaniu pozytywnej motywacji i ciągłym rozwoju członków zespołu. Obecnie Dyrektor Departamentu Sprzedaży – Rynek B2B w T-Mobile Polska.



Magdalena Teterko-Walczak

Genetyk, Manager Zdrowia. Liderka branży farmaceutycznej i ekspertka w dziedzinie komunikacji i strategii marketingowej. Kreatorka marek leków szpitalnych i produktów leczenia otwartego. Skutecznie launchowała i relaunchowała wiele leków, które do dziś generują firmom duże zyski. Zarządza procesami, ale przede wszystkim ludźmi działając z pasją i doświadczeniem. Od 14 lat związana z rynkiem zdrowia, od 11 lat na managerskich stanowiskach marketingowych i sprzedażowych w międzynarodowych oryginalnych firmach farmaceutycznych takich jak: Roche Pharmaceuticals, Eli Lilly, czy obecnie firma Novartis. Uzależniona storytellerka, poruszający mówca. Skupia ludzi wokół "budowania wiatraków" w myśl Vivian Green: "Gdy wieje wiatr większość osób szuka schronienia, a tylko niektórzy budują wiatraki".



Tadeusz Żórawski

Lider biznesu i ekspert w dziedzinie komunikacji marketingowej, planowania mediów, zaawansowanych badań postaw konsumenckich i analiz reakcji konsumentów na nowe technologie. Od ponad 11 lat kieruje domami mediowymi (od września dyrektor zarządzający 2016 PHD Poland, wcześniej od 2005 roku prezes zarządu Universal McCann w Polsce, gdzie zaczynał pracę w roku 1994 – firma funkcjonowała wtedy jako dział mediów agencji McCann-Erickson Polska). W czasie swojej pracy kreował i nadzorował przygotowanie strategii komunikacji wprowadzania i rozwoju wielu marek z różnych kategorii produktowych, m.in. dla marek firm takich jak Nestlé, General Motors, Polkomtel, Gillette, Coca-Cola, Onet.pl, Goodyear Group Poland, GlaxoSmithKline, Boots Healthcare, Polpharma, Boehringer Ingelheim, PLL LOT, allegro.pl, PKO Bank Polski, Bakoma, Jutrzenka Colian. Aktywnie wprowadzał do oferty firmy zaawansowane badania konsumenta, m.in. badania neuromarketingowe, wykorzystujące metodę czasów reakcji, eyetracking i zaawansowane modelowanie ekonometryczne. Dla klientów przeprowadzał również prezentacje analiz z dziedziny nowych trendów technologicznych i ich zastosowania w marketingu konsumenckim, psychologii podejmowania decyzji konsumenckich i ewolucji zachowań konsumenckich w świecie technologii cyfrowych. Wielokrotny mówca na konferencjach poświęconych nowym trendom w marketingu, w Polsce i z granicą (w Grecji, Turcji, Indiach). Zdobywca nagrody Leadership Award for Contribution to Market Research wręczonej podczas kongresu World Marketing Congress 2014 odbywającego się w Indiach. Współpracował w charakterze wykładowcy z instytucjami zajmującymi się szkoleniami kadry menedżerskiej, zarządczej i marketingowej, m.in. ICAN – instytutu założonego przez wydawcę Harvard Business Review Poland, Szkoły Mistrzów Reklamy przy Akademii Leona Koźmińskiego, wiodącej firmie szkoleniowej House of Skills. Autor tekstów o tematyce marketingowej publikowanych w pismach branży marketingowej (Marketing w Praktyce, Brief).



4. Konkurs na najlepsze wystąpienie publiczne oraz najciekawsze sprzedażowe story:

Prezentacja 10 najlepszych propozycji na forum i wyłonienie 2 inspirujących zwycięzców - prezentera oraz storytellera. 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. Recital kabaretowy. Godz. 19:00 - 20:00



EDISONTEAM.PL

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

KONFERENCJA Storytelling

oraz sztuka skutecznej prezentacji publicznej w sprzedaży

DZIAŁANIA PRZED KONFERENCJĄ

ROZMOWA ZE
ZLECENIODAWCĄ
- cel, casusy

⌚: 30 dni
przed Konferencją



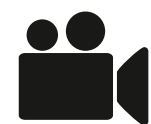
ZAPROSZENIE
z zadaniem

⌚: 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

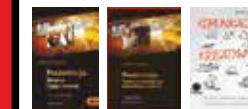
4
E-LEKCJE

SUBSKRYPCJA
BLOGA

STOSLOW.PL

AUDIOBOOKI
na życzenie
zleceniodawcy

⌚: 30 dni
po Konferencji



NAGRANIE
AUDIOBOOKA
na życzenie
zleceniodawcy



WYDŁUŻONY PROCES SZKOLENIOWY OBRAZUJE ZAŁĄCZONA GRAFIKA.