

Grupa CONTENT
zaprasza na szkolenie:

**WIZERUNEK FIRMY W KONTAKTACH ZEWNĘTRZNYCH.
ZARZĄDZANIE SYSTEMEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ FIRMY.**

Wzoruj się na najlepszych!



Szkolenie współfinansowane przez Unię Europejską
Z Programu Operacyjnego „Kapitał Ludzki” na lata 2007-2013



Teoria ekonomii wskazuje na to, że głównym czynnikiem decydującym o sukcesie firmy jest osiągnięty corocznie zysk. Jego wielkość zależy głównie od jakości wytwarzanych produktów, proponowanych cen, posiadania wystarczających zasobów finansowych na dalszy rozwój firmy.

Jednak o sukcesie firmy i jej produktach decyduje również, a może przede wszystkim wizerunek jaki ona posiada wśród obecnych i potencjalnych klientów, innych firm i instytucji oraz społeczności – słowem w całym otoczeniu firmy.

Sukcesem jest posiadać taki właśnie wizerunek. Aby go osiągnąć należy podjąć działania z zakresu **identyfikacji marki (corporate identity)**.

Cel szkolenia:

Celem szkolenia jest przekazanie i usystematyzowanie wiedzy wśród top managementu na temat znaczenia wizerunku firmy w kontaktach zewnętrznych, w szczególności zaś o zarządzaniu (tworzeniu, wdrażaniu i modyfikowaniu) Systemami Identyfikacji Wizualnej, z uwzględnieniem zakresu identyfikacji marki (corporate identity - CI).

Profil uczestników:

Szkolenie kierowane jest głównie do osób odpowiedzialnych za kształtowanie wizerunku przedsiębiorstwa, a więc kadry zarządzającej, prezesów i właścicieli firm.

Korzyści dla uczestników:

Uporządkowanie wiadomości o elementach kształtujących tożsamość firmy w kontaktach zewnętrznych, poznanie modeli zarządzania Systemem Identyfikacji Wizualnej z uwzględnieniem problemu kształtowania i utrwalania zachowań wpływających na pozytywny wizerunek firmy.

Metody pracy podczas szkolenia:

Wykład multimedialny, ćwiczenia w grupach zadaniowych, testy, analizy pomysłów uczestników, dyskusje moderowane.

ZAKRES SZKOLENIA

WPROWADZENIE

1. Co tworzy przewagę konkurencyjną firmy?
2. Po co budować pozytywny wizerunek/tożsamość firmy?
3. Czynniki tworzące wizerunek firmy na rynku
4. Wizerunek a zaufanie

WIZERUNEK /TOŻSAMOŚĆ FIRMY

1. Firma a Marka. Zintegrowane oblicze Marki.
2. Nazwa firmy / marki
3. Logo firmy / marki
4. Księga Identyfikacji Wizualnej (CI)
 - a. Zakres Księgi CI
 - b. Forma Księgi CI
 - c. Wdrażanie, stosowanie i modyfikacja Systemu Identyfikacji Wizualnej.
5. Personalne elementy kreowania tożsamości firmy
 - a. System Wartości
 - b. System Zachowań
6. Zarządzanie wizerunkiem firmy

ZAKRES SZKOLENIA cd

ZMIANY SYSTEMU CI. LIFTING, MODYFIKACJA, REBRANDING. PRZYKŁADY

1. CI - koncerny światowe (Citi Group, Coca-Cola, BP, SHELL, BMW, FIAT, APPLE, IBM...)
2. CI - firmy polskie (ORLEN, instytucje finansowe, RUCH, TP, WEDEL....)

WARSZTATY

1. Tworzenie przykładowego CI
2. Modyfikacja CI – tworzenie przykładowych procedur zmiany istniejących elementów i wprowadzania nowych

ĆWICZENIE ZACHOWAŃ KSZTAŁTUJĄCYCH POZYTYWNY WIZERUNEK FIRMY

1. Wypracowanie przykładowych Zasad Wartości Firmy
2. Wypracowanie przykładowych Zasad Zachowań Firmy
3. Ćwiczenia praktyczne ze stosowania Zasad Zachowań Firmy



Firma działa na rynku od początku lat dziewięćdziesiątych. Początkowo zajmowała się reklamą wielkogabarytową i zewnętrzną. Dzięki szeregowi udanych realizacji zdobyła znaczącą pozycję, głównie na rynku lokalnym. Koniec lat 90 to pierwsze znaczące realizacje (CASTORAMA, TTW).

Od 2000 roku Spółka poszerzyła swoją ofertę o projektowanie, adaptację i wdrażanie Systemów Identyfikacji Wizualnej, a w sferze wykonawczej o nowe technologie wkraczające do reklamy oraz o dobór, dostarczanie i montaż Systemów Komunikacji Wizualnej w oparciu o wyroby renomowanych producentów.

W ostatnich latach, dzięki zdobytemu doświadczeniu i kreatywnej kadrze Grupa CONTENT wyspecjalizowała się w obsłudze wielooddziałowych przedsiębiorstw na terenie całego kraju (głównie banków), w zakresie projektowania i adaptacji stosowanych przez Spółki – matki systemów oznakowania swoich placówek do polskich realiów (systemy miar, dostępne materiały, optymalizacja kosztów), montażu i serwisie poszczególnych elementów oznakowania oraz w nietypowych, nowatorskich rozwiązaniach.



GRUPA CONTENT Sp. z o.o.

ul. Tomaszewskiego 2, 60-692 Poznań
tel. +48 61 656 2000, fax. +48 61 656 2001

NIP: 779-21-04-858

REGON 639714354

Sąd Rejonowy w Poznaniu,
XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
Numer KRS: 0000104585
Kapitał zakładowy: 60 000,00 zł

content@grupacontent.com www.grupacontent.com