



# Checklista

## Projekt „STRATEGIA”

Każdy projekt strategiczny jest inny, bo każda marka ma swoją unikalną historię, cele i wyzwania. Właśnie dlatego każdą strategię dopasowuję indywidualnie do potrzeb klienta. Ty też powinieneś\_nnaś.

Jesteś JDG? Nie masz zespołu? Zmodyfikuj całość pod siebie.  
Podstrona dla jednej osoby w projekcie

Jeśli chcesz popracować nad swoją strategią marketingową i stworzyć coś wyjątkowego dla swojej marki, napisz na [biuro@imok.edu.pl](mailto:biuro@imok.edu.pl)

## 1. Organizacja projektu

### Ustalenie celów projektu:

- ☐ Dlaczego strategia jest potrzebna?
- ☐ Określ główne KPI projektu (np. terminowość, czytelność, zgodność z oczekiwaniami klienta)

### Zespół projektowy:

- ☐ Lider projektu: koordynacja całości
- ☐ Strateg: tworzenie merytorycznego dokumentu
- ☐ Researcher: analiza rynku i konkurencji
- ☐ Grafik: wizualna oprawa dokumentu
- ☐ Kreatywny\_i: przełożenie założeń strategicznych na atrakcyjne, angażujące i spójne rozwiązania wizualne oraz koncepcyjne
- ☐ Koordynator klienta: komunikacja i zbieranie feedbacku

### Warsztaty kick-off:

- ☐ Spotkanie z klientem, aby zrozumieć jego potrzeby i oczekiwania
- ☐ Omówienie formy, sposobu wdrożenia i odbiorców strategii





# Checklista

## Projekt „STRATEGIA”

### 2. Harmonogram projektu

#### Tydzień 1:

- ☐ Warsztaty startowe z klientem i zespołem
- ☐ Określenie celów, odbiorców i głównych założeń strategii

#### Tydzień 2-3:

- ☐ Research rynku, klientów i konkurencji
- ☐ Tworzenie struktury dokumentu i pierwszego szkicu

#### Tydzień 4:

- ☐ Feedback zespołu wewnętrznego
- ☐ Doprecyzowanie treści strategii

#### Tydzień 5:

- ☐ Warsztaty z klientem – omówienie szkicu strategii
- ☐ Uwzględnienie uwag i poprawek

#### Tydzień 6:

- ☐ Finalizacja dokumentu: treść i wizualizacja

#### Tydzień 7:

- ☐ Prezentacja strategii klientowi i zespołowi wdrożeniowemu
- ☐ Zebranie ostatecznego feedbacku i dopracowanie szczegółów

#### Tydzień 8:

- ☐ Przekazanie finalnej wersji strategii
- ☐ Omówienie wdrożenia i dystrybucji dokumentu





# Checklista

## Projekt „STRATEGIA”

### 3. Forma i czytelność strategii

#### Liczba stron

- ☐ 10-30 stron – tyle, by zmieścić wszystkie istotne elementy bez zbędnych szczegółów. Może być więcej, może być mniej!

#### Rodzaj dokumentu:

- ☐ PDF – łatwy do przesyłania
- ☐ Prezentacja – na spotkania i warsztaty
- ☐ Narzędzia online (np. Notion, Miro, dokumenty online) – do dynamicznej pracy i aktualizacji

#### Czytelność:

- ☐ Prosty język bez nadmiaru żargonu
- ☐ Wykresy, infografiki, ikony dla łatwego zrozumienia
- ☐ Jasne sekcje i nagłówki

### 4. Dystrybucja i odbiorcy

#### Komu wysłać strategię?

- ☐ Zespół marketingowy: osoby odpowiedzialne za realizację działań
- ☐ Zarząd/klienci: aby mieli pełny obraz działań i celów
- ☐ Partnerzy/Współpracownicy: by zrozumieli kluczowe założenia
- ☐ Wszyscy interesariusze i interesariuszki

#### Prezentacja strategii:

- ☐ Przygotuj krótką prezentację wizualną dla zespołu i klienta
- ☐ Podkreśl kluczowe założenia i priorytety





# Checklista

## Projekt „STRATEGIA”

### 5. Wdrożenie strategii

#### Spotkania wdrożeniowe:

- ☐ Zorganizuj warsztaty dla zespołu wdrożeniowego
- ☐ Stwórz szczegółowy plan działań operacyjnych

#### Monitorowanie realizacji:

- ☐ Ustal regularne spotkania (np. co miesiąc) na sprawdzenie postępów
- ☐ Dostosowuj strategię do zmieniających się warunków rynkowych

#### Elastyczność:

- ☐ Uwzględniaj feedback i wprowadzaj aktualizacje

### 6. Weryfikacja i podsumowanie

#### Checklista przed wysłaniem:

- ☐ Czy dokument jest czytelny i przejrzysty?
- ☐ Czy zawiera kluczowe informacje, które interesują odbiorców?
- ☐ Czy uwzględniono feedback klienta i zespołu?

#### Podsumowanie projektu:

- ☐ Organizacja spotkania podsumowującego z zespołem
- ☐ Wyciągnięcie wniosków na przyszłość

**Chcesz zdobyć wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie zarządzania marką i wykorzystania nowoczesnych technologii oraz kanałów komunikacji w jej promocji?**





# JAK BUDOWAĆ SILNE MARKI I SKUTECZNIE NIMI ZARZĄDZAĆ

Podczas szkolenia **Brand Manager** zdobędziesz kompetencje z obszarów strategii, komunikacji i analiz rynkowych.

Poznasz **sprawdzone metody** budowania wiarygodności i rozpoznawalności marki oraz **nauczysz się mierzyć efektywność działań**. Zdobądź praktyczne umiejętności i **wzmocnij swoją markę na rynku!**

## Czego się nauczysz?

- ✓ **Strategia i analityka:** jak planować działania i mierzyć efektywność.
- ✓ **Zarządzanie marką i nowoczesnymi kanałami komunikacji.**
- ✓ **Skuteczne wzmacnianie pozycji marki.**
- ✓ **Prowadzenie projektów, budżetów i współpraca z agencjami oraz freelancerami.**

## Opinie absolwentów naszego programu:

Martyna S. ★★★★★

Szkolenie "Brand Manager" okazało się niezwykle wartościowe, a jego **wysoki poziom merytoryczny, świetnie dobrani wykładowcy i praktyczna wiedza oparta na realnych przykładach**, zdecydowanie przekroczyły moje oczekiwania.

Angelika Ż. ★★★★★

Szkolenie Brand Manager **dało mi cenną wiedzę z zakresu analizy, tworzenia person i LinkedIn**, co pozwoliło mi poczuć się pewniej na rynku pracy i nie obawiać się o swoją przyszłość.

szkolenie  
AI BASIC  
gratis!

## WYKORZYSTAJ KOD RABATOWY -900 ZŁ NA SZKOLENIE:

- opłata jednorazowa:
- opłata cykliczna:

**MANAGER\_J**

**MANAGER\_C**

**Kod ważny do 02.05.2025 do godz. 23:59!**



Instytut Marki Online i Komunikacji to zarejestrowana placówka oświatowa. Posiadamy certyfikację ISO 9001, potwierdzającą wysoką jakość naszych usług.





## Wykładowcy szkolenia Brand Manager:



**Anna Ledwoń-Blacha**  
**MARKETING MIX**



**Magdal Szajda-Banach**  
**ZARZĄDZANIE**



**Maciej Sowa**  
**STRATEGIA**



**Kamil Walkowiak**  
**MARTECH**



**Anna Karcz-Czajkowska**  
**BADANIE RYNKU**



**Paweł Józwiak**  
**MEDIAPLAN**



**Anna Zalewska**  
**ANALIZA**



**Tomasz Palak**  
**ASPEKTY PRAWNE**



**Urszula Podraza**  
**PR I EVENT**



**Kamila Kotowska**  
**AKTYWACJE**



**Marcin Banaszkiewicz**  
**LINKEDIN**

## Korzyści ze współpracy z IMOK.edu.pl:

### Edukacja i rozwój umiejętności

Organizujemy różnorodne programy edukacyjne, które pozwalają uczestnikom na zdobycie wiedzy z zakresu marketingu online, komunikacji oraz nowoczesnych narzędzi pracy.

### Certyfikaty i formalne uznanie

Absolwenci programów edukacyjnych IMOK otrzymują certyfikaty uznawane przez Ministerstwo Edukacji Narodowej, co może być istotne w kontekście dalszego rozwoju kariery zawodowej.

### Współpraca z najlepszymi ekspertami

Uczestnicy mają możliwość korzystania z wiedzy i doświadczenia ekspertów z branży, co sprzyja lepszemu zrozumieniu aktualnych trendów i praktyk w marketingu oraz komunikacji.

### Tworzenie programów CSR

Przygotowujemy i przeprowadzamy dedykowane szkolenia opracowane zgodnie z oczekiwaniami klienta zarówno dla pracowników, jak i partnerów czy klientów firm.

### Możliwości networkingowe

W ramach szkoleń i programów edukacyjnych, uczestnicy mogą nawiązywać kontakty z innymi profesjonalistami, co może prowadzić do przyszłych współprac i wymiany doświadczeń.

### Dofinansowanie kursów

Jesteśmy dostawcą usług w Bazie Usług Rozwojowych prowadzonej przez PARP – dzięki czemu firmy mogą uzyskać dofinansowanie UE na oferowane przez nas szkolenia.

