

Z nieskrywaną przyjemnością zapraszamy Państwa  
na warsztaty strategiczne Akademii questusa:

## Biznes i marketing – trendy 2012

W poszukiwaniu nowych możliwości biznesowych  
9-11 lutego 2012, Szczyrk – Hotel Meta

- Kilkanaście godzin intelektualnej uczyty, w tym m.in. o singlach i seniorach, nowych mediach, trendach w konsumpcji, metodach projekcyjnych od kuchni, innowacjach...
- Najnowsze publikacje książkowe, w tym m.in. książka Prof. Witolda Orłowskiego „Świat do przeróbki”
- Relacje, nagrody, prezenty, cudny klimat polskich gór...
- Możliwość lepszego poznania siebie dzięki testowi na style myślenia w perspektywie odkrywania nowych możliwości biznesowych



Partner strategiczny:



## Ramowy program warsztatów

Czwartek, 9 lutego 2012

- 14:00 - 16:30** Przyjazd i zakwaterowanie uczestników w hotelu
- 16:30 - 17:00** Pół godziny na kreatywne rozmowy
- 17:00 - 17:20** Powitanie i wprowadzenie – **Robert Kozielski**
- 17:20 - 18:15** *Media On-Demand* – **Ewa Góralska**
- 18:15 - 18:30** Przerwa kawowa
- 18:30 - 20:00** *Wirtualny znaczy efektywny* - **Szymon Kukanow**
- 20:30 - ...** Zimowe grillowanie...



**Ewa Góralska**  
Dyrektor Zarządzający  
PanMedia Western,  
członkini  
Stowarzyszenia  
Agencji Reklamowych

### *Media On-Demand*

Dawny podział mediów już dawno stracił sens. Myśląc o strukturze mediów w dzisiejszych czasach zmuszeni jesteśmy do przededefiniowania utartych schematów. Dzisiejsza struktura rynku mediów to struktura oparta o treści i konteksty konsumpcji. Konsument ma wszystko, czego chce, więc chce coraz więcej: konsumpcją mediów kieruje potrzeba indywidualnego dostosowania kontentu do aktualnego zapotrzebowania czy ochoty. Technologie umożliwiają zaspokojenie tych potrzeb. Wystąpienie będzie precyzyjną analizą czynników kształtujących nowe oczekiwania konsumenta wobec mediów i wynikający z tego wzór konsumpcji. Skupiać się będzie na wyzwaniach w zakresie planowania mediów, badań mediów i oceny ich efektywności w zmieniającym się krajobrazie mediów.



**Szymon Kukanow**  
Twórca i właściciel Cha  
Cha Communications.  
Absolwent Politechniki  
Zielonogórskiej oraz  
WSPiZ im. L.  
Koźmińskiego.  
Terapeuta w Fundacji  
Synapsis.

### *Wirtualny znaczy efektywny*

Przed kilkoma laty hasło web 2.0 miało oznaczać nową jakość komunikacji i wykorzystania internetu. Nowopowstałe platformy rozwijają się szybciej niż kiedykolwiek wcześniej a twórcami kierunku ich rozwoju są użytkownicy. Co dokładnie wydarzyło się na przestrzeni ostatnich kilkadziesiąt miesięcy? Jakie zmiany podążają za POTRZEBAMI LUDZI? Jak z nich korzystać w biznesie? Czy jeśli nie prowadzimy działań w mediach społecznościowych to znaczy że naszych marek tam nie ma? Nowe technologie i media społecznościowe przekroczyły już Rubikon zabaw nastolatków i informatyków, jak wykorzystać ten krok do zwiększenia sprzedaży i relacji z otoczeniem biznesowym? Prezentacja będzie próbą odpowiedzi na te i inne pytania z wykorzystaniem przykładów zrealizowanych na świecie projektów ściśle łączących codzienne życie z technologią, a nawet łączących ludzkie ciało z elementami cybernetycznymi. Przedstawione zostaną również hipotetyczne drogi rozwoju sposobu korzystania z mediów społecznościowych oraz ich roli w nowych technologiach na przykładzie opracowywanego przez Cha Cha Communications rozwiązania komunikacji z konsumentem.



**Piątek, 10 lutego 2012**

- 08:00 - 09:30** Śniadanie
- 10:00 – 12:30** Warsztat: *Kreowanie technik projekcyjnych, czyli o tym o czym trudno przeczytać w podręcznikach*  
– **Arkadiusz Wódkowski, Sebastian Nowacki**
- 12:30 – 14:00** Obiad
- 14:00 – 15:00** *Trendy konsumenckie*  
– **Arkadiusz Wódkowski, Sebastian Nowacki**
- 15:00 – 15:15** Przerwa kawowa
- 15:15 – 16:30** *Single – nowa przestrzeń rynkowa*  
– **Dr Julita Czernecka**
- 16:30 – 16:45** Przerwa kawowa



**Dr Julita Czernecka**  
**Dr nauk humanistycznych,**  
**socjolog, specjalista w**  
**zakresie public relations.**  
**Zawodowo związana z**  
**Uniwersytetem Łódzkim**  
**I firmą HRP.**

### **Single – nowa przestrzeń rynkowa**

Single – mieszkańcy dużych miast, doskonale wykształceni, dobrze sytuowani finansowo, pracobolnicy skupieni wyłącznie na rozwoju własnej kariery zawodowej, przyjemnym spędzaniu czasu wolnego i wydający mnóstwo pieniędzy na konsumpcję dóbr luksusowych. To stereotyp singla przedstawiany w mediach. Czy to prawdziwy obraz życia w pojedynkę? Wyniki jakościowych badań empirycznych wskazują na to, że nie jest to do końca autentyczny portret wielkomiejskiego singla. Prezentacja będzie dotyczyła przede wszystkim problematyki stylu życia polskich singli w kontekście pracy zawodowej, konsumpcji dóbr i usług, form spędzania czasu wolnego, relacji towarzyskich i stosunku do życia w pojedynkę. Pozwoli przybliżyć podobieństwa i różnice, które charakteryzują tę kategorię społeczną, zarówno w kontekście wyborów życiowych, jak i stylu życia. Być może dzięki temu łatwiej będzie zrozumieć czemu jednych singli nazywa się oswojonymi, a innych zranionymi lub bezkompromisowymi.



**Arkadiusz Wódkowski**

Prezesa  
PTBRiO,  
badacz, trener  
biznesu.



**Sebastian Nowacki**

Prezes ABM,  
członek  
PTBRiO,  
badacz.

### **Trendy konsumenckie**

Prezentacja będzie miała charakter premierowy. Odpowie m. in. na pytania co rozumiemy pod pojęciem dzieciocentryzm i jakie to ma przełożenie dla biznesu. Skierujemy naszą uwagę na emerytów, którzy stanowią kluczową grupę nabywców. Czy podział czasu na dom, pracę i samego siebie stał się dla Polaków realny? Czy hedonizm to coś złego? Skąd kariera sushi barów w dużych miastach w Polsce? Czy można być sobą w sieci? Ile dziś mamy ról społecznych? Jedną? Na czym polega niechęć do bycia on-line? Co z retro-nowoczesnością w Polsce? Moda czy trwała tendencja? Czy marki własne umocniły się na trwałe w naszych koszykach? Czy reklama znów staje się drogowskazem?

### **Kreowanie technik projekcyjnych,**

Jednym z trendów w badaniach marketingowych jest brak zaufania w deklaracje respondentów. Przygotowując warsztat założono, że ludzie wstydzą się. Wiadomo, że nasze motywacje bywają nieuświadomione. Opowiadając o danej marce, o jej wizerunku czasem trudno znaleźć odpowiednie słowo, jednocześnie mamy (miewamy) obawy do bezpośredniego skrytykowania marki, idei czy osoby. Zdarza się, że zabrakło nam wiedzy o produkcie ale możemy bez problemu opisać jego wizerunek. I tym właśnie są techniki projekcyjne i stymulujące. Pozwalają dotrzeć tam, gdzie zwykłe deklaracje nie wystarczają lub wręcz mogą nas wprowadzać w błąd interpretacyjny. Warsztat pozwoli na wspólne kreowanie technik projekcyjnych/stymulujących. Uczestnicy podejmą się ich tworzenia, selekcji, analizy i interpretacji. Dokonany zostanie systematyczny przegląd technik, a każda z nich będzie zakończona ćwiczeniem. Efektem prac będzie próba stworzenia katalogu problemów i przypisania do nich odpowiednich/optimalnych technik. Uczestnicy będą mieli możliwość wyboru marek do dalszej analizy ich wizerunku.





## Sobota, 11 lutego 2012

- 08:00 - 09:00** Śniadanie
- 09:00 – 10:00** *To, jak myślisz, jest ważniejsze niż myślisz...*  
*Nawyki w przetwarzaniu informacji – szanse i zagrożenia*  
– **Dr Hubert Malinowski**
- 10:00 – 10:30** Przerwa kawowa oraz czas na wymeldowanie
- 10:30 – 12:30** *Świat do przeróbki – zmiany, trendy, dylematy*  
*współczesnej gospodarki i biznesu*  
– **Prof. Witold Orłowski**
- 12:30 – 12:50** Podsumowanie i zakończenie warsztatów



**Dr Hubert Malinowski**  
Dr nauk socjologicznych i psycholog społeczny. Trener, coach i konsultant w firmie FPL. Uwagę poświęca zwłaszcza inteligencji emocjonalnej i stylom myślenia.

### *To, jak myślisz, jest ważniejsze niż myślisz...*

Style myślenia to nawyki w odbieraniu, przetwarzaniu i komunikowaniu informacji. Jedni starają się nadać danym do nich docierającym ścisłą strukturę, inni pozwalają sobie na to, aby przyjmowane przez nich informacje pozostawały luźno skojarzone z tymi, które już posiadają. Każdy z nas w kontakcie z rzeczywistością koncentruje się na pewnych jej aspektach, a więc dwóch świadków tego samego zdarzenia zda odmienne relacje o jego przebiegu. Umiejętność odkrywania trendów rynkowych jest bardzo ściśle powiązana z przebiegiem procesów poznawczych. Uczestnicy warsztatu poznają swoje preferencje w zakresie percepcji i przetwarzania danych, a to pozwoli im ocenić w jakim stopniu ich nawyki poznawcze są zaletą, a w jakim stanowią zagrożenie dla realizacji ich działań.



### **Prof. Witold Orłowski**

Prof. zwyczajny nauk ekonomicznych. Dyrektor Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej i współzałożyciel NOBE, główny doradca ekonomiczny PwC w Polsce. Członek Rady Gospodarczej przy Prezesie Rady Ministrów, wiceprzewodniczący Rady Powierniczej Muzeum Narodowego w Warszawie, Specjalny Doradca Komisji Europejskiej. Były szef zespołu doradców ekonomicznych prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego.

### *Świat do przeróbki – zmiany, trendy, dylematy współczesnej gospodarki i biznesu*

Świat w jakim przychodzi nam żyć i konkurować jest dziwny. Z jednej strony mamy ok. 1,5 miliarda ludzi, którzy żyją poniżej granic absolutnego ubóstwa. Ich łączny dochód nie przekracza 0,5 biliona dolarów rocznie. Z drugiej strony na świecie żyje już ponad 10 milionów milionerów, a posiadany przez nich majątek sięga ponad 40 bilionów dolarów. Rozwój technologii, zmiany klimatyczne, niestabilne rynki finansowe – wszystko to stawia pytania o przyszłość krajów i gospodarek, podejmując problem zmiany roli dotychczasowych ekonomicznych gigantów, wyzwała potrzebę przywództwa. Intelktualna refleksja nad przyczynami, przebiegiem i konsekwencjami zmian w sferze ekonomicznej stanie się przedmiotem spotkania w Szczyrku.



## Ważne terminy:

- Do 28 stycznia 2012 – Zgłoszenie udziału, przesłanie karty zgłoszeniowej i wniesienie opłaty
- Do 30 stycznia 2012 – Potwierdzenie udziału przez questus
- Do 03 lutego 2012 – Przesłanie oficjalnych zaproszeń i szczegółów organizacyjnych



## Warunki uczestnictwa:

Koszt (cena zawiera podatek VAT) uczestnictwa w warsztatach wynosi:

- 1790 pln – dla uczestników Akademii questusa (przy zgłoszeniu do **20 stycznia – 1390 pln**)
- 2190 pln – dla klientów firmy questus (przy zgłoszeniu do **20 stycznia – 1790 pln**)
- 2490 pln – pozostałe osoby (przy zgłoszeniu do **20 stycznia – 2190 pln**)

## Cena obejmuje:

- Udział w warsztatach oraz w zajęciach i imprezach dodatkowych
- Zakwaterowanie – dwa noclegi w pokoju dwuosobowym (dopłata do pokoju jednoosobowego – 350 pln) oraz wyżywienie w trakcie warsztatów
- Bezpłatny dostęp do testu „Style myślenia” oraz raport z badania
- Materiały merytoryczne, w tym materiały z zajęć, książki wybranych prowadzących
- Niepowtarzalną atmosferę i wiele niespodzianek

## Zainteresowanych zapraszamy do kontaktu:



**Joanna Płuciennik**  
(jpluciennik@questus.pl)  
tel. 665 670 111



**Martyna Świetlik**  
(mswietlik@questus.pl)  
tel. 603 480 155