

JAK WORKSHOPY FUNGUJÍ

Formát čtyřhodinového workshopu, kde zkušení přednášející s účastníky diskutují konkrétní témata a postupy marketingu, vyjednávání a obchodu pro architekty, designéry a další příbuzné profese.

Workshopy jsou tematicky samostatné a vycházejí z dlouholetých znalostí fungování OBCHODNÍHO, MEDIÁLNÍHO A MARKETINGOVÉHO PROSTŘEDÍ.

ÚTERÝ
24. března 2020

ÚTERÝ
21. dubna 2020

KOMU JSOU WORKSHOPY URČENY

Všem, kteří se chtějí cíleně vzdělávat v oblasti marketing a obchodu. Především pak architektům, vedoucím architektonických a projekčních kanceláří a interiérovým designérům, kteří chtějí profesionálně prezentovat svoji firmu, efektivně komunikovat výsledky své práce a využít marketing a obchod jako silný nástroj pro získávání nových zakázek i profesního renomé.

Na konci série přednášek je 20 minutový rozhovor se zajímavým hostem, který na konkrétním příkladu ukáže „svůj“ přístup k marketingu a obchodu. Následuje „Drink s lektory“: neformální setkání, kde je možné probrat konkrétní postupy a situace. Každý účastník workshopu má možnost si zdarma na dva dny vypůjčit nové SUV Citroën C5 Aircross od našeho partnera.



REGISTRACE ZDARMA

Partneři



Mediální partneři



OBCHOD A MARKETING PRO ARCHITEKTY

MÍSTO KONÁNÍ

Podnikatelské a inovační centrum hl. m. Prahy

Škodův palác

Jungmannova 36/31, Praha 1 (vstup z Charvátovy ulice, za Qadriem)



ÚTERÝ 24. BŘEZNA, 15–18 HODIN

HLAVNÍ TÉMATA

Takřka každá společnost se potýká s otázkou odlišení. Jakou roli hraje v PR?

Odlišení není jen o PR.

Může marketing a obchod přispět k tomu, že nás zákazníci budou vnímat jinak?

Co je naše konkurenční výhoda a jak ji komunikovat?

PŘEDNÁŠKY

Jak na nové obchodní příležitosti pomocí telefonické komunikace | **Petr Chaloupka**

Obchod není jen cesta k prodeji, ale i dobrému jménu | **Jaroslav Salva**

Jak pořádně propálit své úspěchy. PR v kreativních profesích | **Radek Váňa**

HOST WORKSHOPU | **Michal Kunc** architekt a zakladatel úspěšného studia Atelier Kunc Architects



ÚTERÝ 21. DUBNA, 15–18 HODIN

HLAVNÍ TÉMATA

Stále častěji se mluví o přicházející ekonomické krizi, ale jak se na ni připravit z pohledu marketingu a leadershipu?

Jak řešit marketing v kreativních oborech, když přichází propad ekonomiky?

Leader a jeho úloha v období krize. Na co se zaměřit, aby neklesala motivace lidí a bylo i možné získávat nové lidi do týmu?

PŘEDNÁŠKY

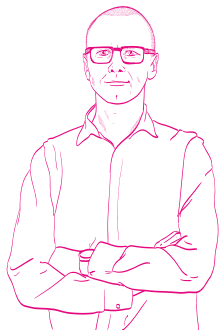
Marketing v kreativních oborech. Jak se připravit na krizi, jak měřit výkon | **Radek Váňa**

Marketing v období krize, znamená často krizi v marketingu | **Petr Chaloupka**

Zásady leadershipu a nejen v těžkých časech | **Jaroslav Salva**

HOST WORKSHOPU | bude upřesněn

PŘEDNÁŠEJÍCÍ



Petr Chaloupka

LEADMACHINE

má dlouholeté zkušenosti z obchodu, které mu pomáhají rychle identifikovat hlavní potřeby obchodního oddělení klientů. Tyto potřeby umí správně „přeložit“ do marketingové kampaně. „Leady“ a „Demand Generation“ je jeho mantra. Má rád měřitelné výsledky, které lze vyhodnotit a dále na nich stavět. Pokud potřebujete analyzovat vaše stávající či potenciální klienty, Petr je ten správný člověk.

Petr vystudoval ČVUT a většinu svého profesního života zasvětil oblasti IT a strojírenství. Má zkušenosti z nadnárodních korporací (např. Siemens) i menších českých firem, kde dlouhá léta působil na pozicích produktového nebo marketingového manažera.



Jaroslav Salva

Basic Principles

se v roce 2018 vydal na cestu mentora a konzultanta s cílem pomáhat lidem a organizacím v jejich rozvoji. Se svými klienty nejčastěji řeší otázky týkající se obchodu (obchodní strategie, proces nebo dovednosti), vedení lidí (leadership, budování a vedení týmů) a vedení firem (firemní kultura, mise, vize, firemní strategie).

V pozici mentora využívá zkušenosti, které načerpal z předchozí 21leté praxe na různých manažerských pozicích, jak v malých českých společnostech, tak i ve velkých amerických korporacích.



Radek Váňa

Idealab

založil a s radostí vede komunikační agenturu Idealab. Před založením Idealabu pracoval sedm let jako redaktor a šéfredaktor v architektonických a lifestyleových médiích. Od roku 2003 se věnuje PR a komunikaci. Zkušenosti z médií později zužitkoval jako freelancer při řízení marketingových a PR kampaní. V roce 2009 založil Idealab.

Ačkoliv vystudoval Filosofickou fakultu UK, jeho primárním oborem je architektura a design. Zeptejte se ho, jak vytvořit úspěšný časopis, nebo postavit vaši novou značku. Bude se na spoustu věcí ptát, a pak se do toho s ostatními skvělými kolegy v Idealabu pustí. Přednáší marketing a komunikační dovednosti pro architektky a designéry; je autorem několika knih.



REGISTRACE ZDARMA

Kontakt: **Radek Váňa** | tel.: +420 777 572 476 | email: radek@idealab.cz

www.idealab.cz/zoom