

**Badania marketingowe a wprowadzanie nowych produktów i marek na rynek – potencjał i ograniczenia**  
termin szkolenia: **24 – 25 kwietnia 2008 r.**  
osoby prowadzące: **Iwona Wyrzykowska (Esteem Brand Strategies)**  
**Tomasz Bartnik (CPC)**

Opis szkolenia

Badania marketingowe mają swoją dużą rolę, ale i ograniczenia kiedy marketer postanawia wprowadzić na rynek nowy produkt lub markę.

W ramach naszego szkolenia omówimy funkcję badań marketingowych w procesie „New Product Development”. W szczególności, zwrócimy uwagę na takie zagadnienia jak :

- Miejsce badań w procesie
- Rodzaje badań dla NPD i ich użyteczność
- Ograniczenia dla badań marketingowych
- Skuteczne sposoby planowania badań – co jest ważne, a co mniej istotne? Gdzie trzeba dokładnie, a gdzie można pójść na skróty
- Praktyczne przykłady

Forma szkolenia

Proponujemy formę wykładowo-warsztatową.

Wykłady będą przeplcone ćwiczeniami praktycznymi w grupach.

Na koniec zajęć jest planowana duża gra zamykająca.

Koszt szkolenia: 1700 zł

Miejsce szkolenia: Warszawa

**Iwona Wyrzykowska** - ukończyła studia na Wydziale Nauk Społecznych, Kierunek Psychologia na Uniwersytecie w Gdańsku, studia podyplomowe „Zarządzanie i Marketing”, Uniwersytet w Auckland, Nowa Zelandia. W trakcie pobytu w Nowej Zelandii pracowała w Colmar Brunton Research w Auckland, gdzie poza głównym biurem w Auckland, obsługiwała badawczo filie w Wellington, Sydney i Melbourne w Australii, rozwijając swój potencjał badawczy w projektach międzykulturowych. Wspecjalizowała się w badaniach segmentacyjnych oraz badaniach reklamy. Po powrocie do Polski przez trzy lata była zaangażowana w strategię dotyczącą portfolio marek piwa browarów zarządzanych przez Brewpole (przede wszystkim EB, Specjal, Warka Strong), aby następnie roku przyjąć rolę niezależnego konsultanta. Współtworzyła strategię marketingowe zarówno w ramach marketingu klienta indywidualnego, jak i zinstytucjonalizowanego. Prowadziła szkolenia i warsztaty dla stowarzyszeń marketingowych, reklamowych i badawczych, zarówno w kraju jak i za granicą. Ponadto, zajęcia fakultatywne z wybranych zagadnień z marketingu w SWPS i na Uniwersytecie Gdańskim. Autorka licznych artykułów i publikacji w prasie oraz literaturze branżowej, członek jury EFFIE. Od 4 lat jest dyrektorem zarządzającym i partnerem firmy Esteem Brand Strategies.

**Tomasz Bartnik** - Partner w CPC od 2005 roku. Wcześniej pracował w Stratosferze oraz współtworzył i kierował działami strategicznymi agencji reklamowych PZL i Saatchi & Saatchi. Skończył Wydział Zarządzania UW i Psychologię Zachowań Rynkowych również na UW. W pracy szczególnie interesują go zagadnienia związane ze strategiami portfelowymi marek oraz wprowadzaniem nowych marek do kategorii o wysokim poziomie konkurencyjności. Nie posiada rodziny, nie jeździ na rowerze i nie chadza na spacerzy.