

Blok szkoleniowy z zakresu zarządzania doświadczeniami klienta w sieci



Driving Digital Experience

questus

Akredytowane Centrum Szkoleniowe i Egzaminacyjne
The Chartered Institute of Marketing 

Cele bloku

Blok **Driving Digital Experience** koncentruje się na doświadczeniu klienta w cyfrowym środowisku. Ukierunkowany jest na odkrywanie i rozumienie insightów, zdolność proponowania innowacyjnych rozwiązań dla rodzących się nowych oczekiwań oraz kształtowanie satysfakcjonującego doświadczenia klienta na każdym etapie customer journey.

Blok jest **unikalny**, ze względu na:

- praktyczny wymiar zajęć,
- strukturę opartą na założeniach certyfikowanego programu Diploma in Professional Marketing,
- możliwość uzyskania potwierdzenia nabytych kwalifikacji przez brytyjską organizację – The Chartered Institute of Marketing,
- pakiet korzyści dodatkowych wspierających proces uczenia się.

Tematyka bloku

Tematyka bloku obejmuje:

- Badania, trendy i insights – kluczowe obszary i kierunki zmian (20%)
- Metody analizy zachowań konsumentów online (20%)
- Projektowanie doświadczeń klienta/użytkownika (25%)
- Wykorzystanie danych i metod analitycznych w celu podnoszenia poziomu doświadczenia klienta/użytkownika (25%)
- Zarządzanie klientocentryczną organizacją w dobie cyfrowej zmiany (10%)

Układ bloku

Blok składa się z cyklu trzech piątkowo-sobotnich spotkań prowadzonych w języku polskim.

Godziny spotkań:

- Piątek: 17.00 – 21.00
- Sobota: 9.00 – 17.00 (w tym przerwa na lunch)

Prowadzący

Wykładowca i szef Centrum Rozwoju Dydaktyki na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Ma blisko 20-letnie doświadczenie w nauczaniu, szkoleniach, coachingu, projektach badawczych oraz doradztwie.

Trener i konsultant biznesowy. Specjalizuje się w nowych mediach, narzędziach oraz technikach komunikacji marketingowej (m.in. komunikacji online, social mediach, content marketingu), a także w psychologii zachowań konsumentów. Wykładał w wielu miejscach zagranicą, m.in. w Wielkiej Brytanii, Zjednoczonych Emiratach Arabskich, Hiszpanii, Portugalii czy Bułgarii. Ma też doświadczenie w metodach dydaktycznych na odległość i e-learningu.



Bartłomiej Kurzyk

Prowadzący

Ekspert ds. e-marketingu, e-commerce oraz e-PR. Prezes Zarządu agencji e-marketingowej Ideo Force Sp. z o.o. oraz dyrektor Działu Marketingu Internetowego w agencji interaktywnej Ideo Sp. z o.o. Wcześniej przez wiele lat kierownik Działu Promocji w wyszuiwarkach. W firmie oprócz koordynowania pracą zespołu przygotowuje strategie marketingowe, strategie e-PR oraz plany media relations z wykorzystaniem Internetu. Pracował dla takich klientów jak BPH TFI, GlaxoSmith-Kline, SKOK, Śnieżka, Polpharma, LG, Wirtualna Polska, Bleck Red White, Wolter Kluwer.

Łączy pracę zawodową stricte związaną z e-marketingiem i e-commerce z pasją dzielenia się wiedzą. Jest stałym wykładowcą Wyższej Szkoły Europejskiej, Akademii Leona Koźmińskiego, Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, a dodatkowo udziela wykładów gościnnych – m.in. na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Zaprojektował i wdrożył 5 unikatowych kierunków studiów podyplomowych związanych z e-marketingiem oraz uczestniczył w projektowaniu specjalności na studiach I i II stopnia dotyczących wykorzystania Internetu w działalności firm.

Angażuje się w rozwój startupów – był mentorem w Startup Weekend, SAMSUNG INKUBATOR, Rzeszów Startup Akcelerator. Był członkiem komitetu oceniającego w akceleratorze "IDEA Global".

Jest autorem wielu książek, artykułów oraz publikacji, w tym między innymi: „E-marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka”, „Content marketing – współczesny poradnik po marketingu treści”, „E-marketing – kompendium dla menadżerów”, „Leksykon pozycjonowania”.

W wolnych chwilach jeździ na motocyklu oraz chodzi po polskich górach.



Wojciech Szymański

Proces certyfikacji

Blok Driving Digital Experience jest oparty na założeniach programu **Diploma in Professional Marketing (DM)** – zaawansowanego poziomu certyfikacji **CIM**.

Udział w bloku uprawnia uczestnika do podejścia do egzaminu, po zdaniu którego może otrzymać certyfikat **Award in Driving Digital Experience**, wydany przez CIM.

Egzamin ma formę projektową.

Egzamin pisany jest w języku angielskim i oceniany przez egzaminatorów z CIM. Dzięki temu uzyskany certyfikat stanowi prestiżowe potwierdzenie zdobytych kwalifikacji, uznawane na całym świecie.

Osoby nie podchodzące do egzaminów otrzymają certyfikaty wydane przez **questusa** – Akredytowane Centrum Szkoleniowe i Egzaminacyjne CIM zaświadczaające uczestnictwo w programie.

The Chartered Institute of Marketing w Londynie (CIM)

Instytucja ta działa od 1911 roku i jest najstarszą na świecie organizacją zrzeszającą profesjonalnych marketerów.

Koszt uczestnictwa

Udział w bloku Driving Digital Experience:

- 5 700 zł (koszt bez egzaminu)

Koszty związane z podejściem do egzaminu:

Decyzję o wykupieniu egzaminów można podjąć na każdym etapie udziału w programie.

- Koszt podejścia do egzaminu CIM: 1150 zł
- Koszt rocznej rejestracji w CIM (obligatoryjna przy egzaminach): 350 zł

Płatność może zostać rozłożona:

- Na raty – nawet do 5 rat płatnych co miesiąc
- Pomędzy uczestnika a pracodawcę w dowolnych proporcjach

Rabat w wysokości 5% przysługuje:

- drugiej i kolejnym osobom z tej samej firmy
- osobom dojeżdżającym na program (dystans dłuższy niż 150 km)
- studentom

Rabaty nie dotyczą kosztów egzaminacyjnych i rejestracyjnych CIM.

Pakiet obejmujący udział w bloku zawiera:

- ponad 36-godzinny program szkoleniowy prowadzonym według wytycznych CIM;
- dostęp do edukacyjnej platformy edukacyjnej społecznościowo-rozwojowej i jej zasobów (prezentacje, nagrania, raporty itp.);
- materiały do zajęć w formie elektronicznej i/lub papierowej;
- podręczniki uzupełniające do bloku;
- udział w [Warsztatach Strategicznych questus academy](#) na preferencyjnych zasadach;
- bezpłatny udział w spotkaniach [Best Practice](#);
- możliwość uzyskania członkostwa w [questus academy](#);
- kontakt mailowy z prowadzącymi między spotkaniami;
- program gwarancyjny;
- catering podczas zajęć.

Pakiet wraz z egzaminem dodatkowo obejmuje:

- opłatę egzaminacyjną w CIM;
- rejestrację i roczne członkostwo w CIM;
- opiekę Tutora egzaminacyjnego wraz z raportami oceniającymi postępy uczestników i przygotowania projektów;
- dostęp do zasobów zamkniętej strony www.cim.co.uk (po rejestracji) przeznaczonych dla uczestników programów CIM;
- konsultacje przedegzaminacyjne;
- dodatkowe korzyści oferowane dla studentów przez The Chartered Institute of Marketing (e-newsletter i inne);
- wsparcie opiekunów grupy przy rejestracji i innych sprawach formalnych CIM.

Kryteria przyjęć

Wymagania:

- 2-letnie doświadczenie w marketingu, w tym min. rok w zakresie prowadzenia samodzielnych projektów marketingowych
- **lub**
- ukończenie studiów wyższych z zakresu zarządzania bądź marketingu oraz znajomości języka angielskiego w przypadku podejścia do egzaminu.

Przyjęcie odbywa się na podstawie przesłanego CV osoby zainteresowanej.

Szczegółowa tematyka zajęć

- Pozyskiwanie danych o cyfrowym konsumencie
- Techniki odkrywania insightów konsumenckich (analityka, ankiety, analiza sentymentu, crowdsourcing, analiza social mediów)
- Innowacyjne metody kreowania doświadczenia konsumenta cyfrowego (live chat, live streaming, chatbot, wirtualny asystant, komunikatory, testing labs)
- Identyfikacja trendów i innowacji w obszarze doświadczeń konsumenta
- Webrooming (ROPO) i showrooming
- Influencer marketing
- Sztuczna inteligencja i wyszukiwanie głosowe, machine learning i cognitive computing, mixed reality, augmented reality i virtual reality
- The Uninvited Brand
- Ewolucja digital marketingu
- Internet of Things
- Connected home i smart city
- Kreowanie doświadczeń konsumenckich poprzez wearables, mobile i aplikacje
- Marketing automation
- Pomiar i analiza działań digitalowych (ewaluacja działań e-mail marketingowych, KPI , ROI)
- Remarketing
- Śledzenie konwersji

- Modelowanie atrybucji
- Web analytics
- Social media insights
- Content marketing
- Narzędzia on-site i off-site
- Metody prezentacji danych (benchmarki, wideo, podcasty, roadmap, dashboard, infografiki, oś czasu)
- Identyfikacja kluczowych touchpointów na ścieżce zakupowej klienta
- Analiza customer journey i metody analizy user experience
- Techniki mapowania customer journey na urządzeniach mobilnych i desktopach
- SEO i SEM
- PPC marketing
- E-PR
- User generated content
- Model honeycomb
- Zmiana zachowań nabywczych
- Techniki monitorowania satysfakcji konsumenta
- Netnografia
- Eyetracking i mapy ciepła

Kontakt

Na wszelkie pytania dotyczące bloku
i zgłoszeń odpowie:

Anna Muskała
Customer Relationship Manager

amuskala@questus.pl
Kom: +48 601 052 704
Tel: +48 42 662 00 07

Więcej informacji o firmie questus,
realizowanych projektach i programach
The Chartered Institute of Marketing na
stronie: www.questus.pl