



Warsztat kreatywny dla pracowników Twojej firmy

Metodologia prowadzenia

Warsztat kreatywny prowadzę w modelu: **20% rzetelnej wiedzy, 80% praktycznych ćwiczeń, 100% rozwijającej inspiracji. Skąd wynik 200%? To jasne i proste – istnieje masa dowodów, że kreatywność generuje synergię, a biznesowa synergia wymyka się sztywnemu równaniu $2+2=4$.**

Nadrzędny cel warsztatu

Chcę przekazać pracownikom Państwa firmy wiedzę, lecz przede wszystkim zaprosić ich do żywych i praktycznych doświadczeń w obszarze procesów kreatywnych – zarówno indywidualnych, jak i grupowych. Zależy mi na tym, żeby po naszym treningu uczestnicy umieli generować kreatywność w swoich codziennych zadaniach biznesowych, żeby rozumieli równanie „moja mądra kreatywność” = „moja biznesowa skuteczność”.

Szczególne cele warsztatu.

Uczestnicy:

- **zwiększą potencjał kreatywny** indywidualny i zespołowy;
- otrzymają konkretne i proste w stosowaniu **narzędzia generujące nowe pomysły** zorientowane na realizację celów biznesowych;
- **przeskoczą bariery w procesie pracy twórczej** – doświadczą skuteczności gotowych procesów i prostych narzędzi do wychodzenia z ograniczających przekonań typu: „już wszystko robiliśmy”, „dopał mnie brak weny”, „więcej już się nie da”, „robimy tak od lat i jest OK.”;
- **zwiększą efektywność biznesową** poprzez budowanie integralności zespołu skupionej wokół idei większej „sprawczości/skuteczności” jako zespół zamiast „egoistycznego” działania „na własny rachunek”;
- przetrenują mechanizmy „**hackowania**” **umysłu** – obchodzenia jego naturalnych (bezpiecznych) skłonności do powtarzania tylko sprawdzonych rozwiązań (trening myślenia lateralnego / myślenia „out of the box”);
- wygenerują nawet **kilkaset (!) nowych pomysłów jako odpowiedzi na konkretne wyzwania biznesowe firmy** w obszarze prac rozwojowych, procesów biznesowych, prac kreatywnych, strategii marketingowych, strategii sprzedaży, standardów obsługi klienta...

Metodologia skoncentrowana na efekcie

Trenowane przez uczestników narzędzia podają w formie, która umożliwia łatwo i skutecznie przekazać je dalej pracownikom, którzy nie uczestniczyli w warsztacie (nowo zatrudniani, nieobecni itp.). Warsztat będzie żywym i elastycznym procesem grupowym, tak aby twórczo zaangażować jak największą liczbę uczestników oraz **uruchomić (odblokować) potencjał kreatywny osób**, które z różnych względów (ograniczające przekonania na temat firmy, usługi, samego siebie itp.) mogą własny potencjał blokować.

W trakcie szkolenia „implementuję” uczestnikom także inne **umiejętności współpracy grupowej**, które w codziennej pracy **zwiększają skuteczność biznesową całej firmy** - rozpoznawanie ról w zespole, **umiejętność „wspierającego” przekazywania uwag** do działań innych ludzi, **umiejętność skutecznej prezentacji swoich pomysłów** na szerszym forum...

Warsztat buduję z ciągu ćwiczeń, które generują konkretne pomysły kreatywne. Przeplatam je podaniem rzetelnej wiedzy teoretycznej oraz przerywnikami w postaci inspirujących filmów z case'ami i przykładami reklam różnych firm.

Szkolenie kończymy rześistymi oklaskami towarzyszącymi **wręczaniu każdemu uczestnikowi imiennego certyfikatu** „Kreatywny w pracy zespołowej i indywidualnej”.

Szczegółowy plan szkolenia (jeden dzień):

9.00 – 17.00 (w tym 4 przerwy kawowe + przerwa na lunch od 12.00 do 13.00)

- *Prezentacja celu i agenda szkolenia.*
- *Wyzwania firmy na szkolenie.*
- *Przykład case'u (film).*
- *Wspólne formułowanie celów szczegółowych na szkolenie.*
- *Przykład case'u (film).*
- *Krótkie wprowadzenie do procesów kreatywnych (nowa wiedza).*
- *Fundamenty myślenia twórczego.*
- *Ćwiczenia kreatywne (rozgrzewka) - technika od prowokacji do rozwiązania: „Co by było, gdyby...”*
- *Przykład case'u (film).*
- *Myślenie lateralne wraz z przykładami.*
- *Ćwiczenia kreatywne (rozgrzewka) – technika wymuszonych skojarzeń.*
- *Przykład case'u (film).*
- *Techniki wymuszonych skojarzeń.*
- *Ćwiczenia kreatywne techniką Birkenbihl.*
- *Przykład case'u (film).*
- *Techniki klastrowe.*
- *Ćwiczenia kreatywne techniką klastra.*

- Przykład case'u (film).
- Proces odblokowania twórczego - opis procesu, narzędzia.
- Techniki wymuszonych skojarzeń c.d. - piramida skojarzeń.
- Ćwiczenia kreatywne techniką piramidy.
- Przykład case'u (film).
- Dlaczego w różnorodności jest siła - synergia grupy, a kreatywność.
- Wzorce przywództwa (ról) w grupie wg Satir.
- Rozpoznawanie własnego wzorca zachowań w zespole.
- Przykład case'u (film).
- Techniki wymuszonych skojarzeń w pracy zespołowej.
- Proces kreatywnej pracy grupowej: Generowanie nowych punktów widzenia problemu. Przelamywanie syndromu „Wszystko już było”.
- Przykład case'u (film).
- Ćwiczenie kreatywne brainstorming grupowy - narzędzie „Pass the Buck”.
- Wspierająca recenzja - jak przekazywać uwagi i krytykę by inspirować i osiągać cele.
- Prezentacje pomysłów w grupach wyników „Pass The Buck”.
- Przykład case'u (film).
- Techniki lepszego zapamiętywania i organizacji wiedzy - mindmapa (będzie używana do notowania przy każdym ćwiczeniu brainstormingowym).
- Przykład case'u (film).
- Brainstorming Osborna - najczęstsze błędy, a model skuteczny.
- Technika brainstormingu Walta Disneya.
- Technika Brainwriting 635.
- Warsztat brainwritingowy (grupowy) 635 (duży).
- Przykład case'u (film).
- Jak skutecznie „sprzedać” innym nasz pomysł - poziomy logiczne Diltsa.
- Tworzenie prezentacji pomysłów wg modelu poziomów logicznych.
- Prezentacje pomysłów w grupach.
- Przykład case'u (film).
- Podsumowanie warsztatu.

UWAGA! Każdy z uczestników otrzyma wydrukowane materiały szkoleniowe z pełnym programem szkoleniowym oraz opisami wszystkich narzędzi kreatywnej pracy indywidualnej i grupowej, które będziemy trenować.

Warunki cenowe:

Wartość pełnego projektu dla jednej grupy szkoleniowej (maksymalnie 20 uczestników) wynosi 5000 PLN netto (+23% VAT) i zawiera:

- Przeprowadzenie jednego dnia szkoleniowego.
- Solidne materiały drukowane dla każdego uczestnika (ponad 100 stron A4).
- Dojazd na terenie Polski.
- Kontakt e-mail z trenerem do 3 miesięcy od zakończenia szkolenia.

Koszty wynajęcia wyposażonej sali, przerw kawowych, posiłku obiadowego i noclegów leży po stronie Klienta.

Dla nowych klientów przewidujemy zniżkę w wysokości 20%.

TERMINY: napięte, lecz elastyczne. Ustalane najchętniej z dwutygodniowym wyprzedzeniem. Jeśli jest taka potrzeba, pracuję również w weekendy.

Dlaczego z nami?:



[Film z jednym z ćwiczeń naszego szkolenia - „Dogonić Króliczka” >>>](#)

Od lat gromadzę biznesowe dowody, że przemyślane i prowadzone z pasją **szkolenie potrafi na trwałe zmienić metody pracy twórczej**. Zaangażowani uczestnicy zyskują na skuteczności i szybkości. Przy okazji łapią większą dozę elastyczności i zabawy, co zdecydowanie pozytywnie wpływa na **jakość ich pracy, pracy całego działu**, funkcjonowania całej organizacji. I co równie ważne w dobie dbałości o Work-Life-Balance uczestnicy akcentują w ankietach, że szkolenie jest **cennym wkładem w ich rozwój osobisty**.

„Jestem strasznie zajarana tym szkoleniem!! Było dynamicznie, intensywnie, wciągająco - ani na 1 minutę się nie wyłączyłam – jak nie ja. Po tych dwóch dniach, gdzie wiele się działo w ogóle nie czułam zmęczenia - przeciwnie, jakaś dobra energia się we mnie zebrała”

(opinia jednej z uczestniczek szkolenia, Danone/Nutricia)

■ BIO-GRAFIA TRENERA



Jarek Gołowski. Trener kreatywności, marketingowiec, seryjny przedsiębiorca.

Jestem trenerem kreatywności i efektywności pracy zespołowej w ramach i poza ramami firmy szkoleniowej AkademiaKreatywnosci.eu. Od 16 lat jestem aktywnym strategiem marketingowym, dyrektorem kreatywnym w agencjach reklamowych. Obecnie jestem konsultantem w kilku dużych projektach start-up (nowe technologie, alkohole, branża luksusowa, marketing) – doradzam w nich strategicznie i marketingowo. Publikuję artykuły na temat strategii, nowych trendów, kreatywności w magazynach branżowych typu: Marketing w Praktyce, Brief, Media i Marketing. Jestem także założycielem i byłem głównym właścicielem agencji BrandSupport, w której przez 10 lat zarządzałem działem strategii i kreacji. Współpracowałem na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej z Coty Polska, Citroen, Danone, Diageo, Era (PTC, obecnie T-Mobile), Glaxo-Smith-Kline, Peugeot, Unilever.

Przeszkoliłem setki pracowników firm różnej wielkości, polskich i międzynarodowych marek, które w swojej pracy wykorzystują kreatywność: od działów marketingu, poprzez działy kreatywne, studia graficzne, działy R&D, działy bezpieczeństwa, analityki, działy strategiczne, prezesów i właścicieli firm. Moje doświadczenie obejmuje najróżniejsze branże - od FMCG, wielkopowierzchniowe sieci sprzedaży, finanse, firmy produkcyjne, firm medyczne, agencje reklamowe, wydawnictwa, duże drukarnie, a także organizacje publiczne takie jak ZUS :)

Do tej pory szkoliłem pracowników m.in. takich firm jak



Szkolę na bazie autorskich metod opartych na „twardej”, najbardziej aktualnej **wiedzy naukowej**. **Świadomie kieruję uwagę ludzi biznesu ku wiedzy interdyscyplinarnej** (neurobiologii, psychologii, lingwistyki kognitywnej, filozofii umysłu) – według mnie tutaj znajdują się klucze do skuteczności. Ewolują one dokładnie tak jak ewoluuje potwierdzona przez naukowców wiedza na temat mózgu, procesów poznawczych, uczenia się i komunikowania. Oczywiście z przyjemnością twórczo adaptuję również sprawdzone „frameworki” używane w **najlepszych korporacjach Doliny Krzemowej** lub **znanych naukowców** zajmujących się zawodowo kreatywnością.

Na każdym szkoleniu ludzie otrzymują **zastrzyk świeżej energii wzmocnionej dużą dawką wiedzy i żywych, praktycznych doświadczeń**. Jako bonus do każdego szkolenia daję gwarancję poczucia dobrze zainwestowanego czasu i pieniędzy. Daję także gwarancję przedniej zabawy.

Moja wizytówka do zeskanowania na smartfonie (vCard):

