



Polska Rada Centrów Handlowych zaprasza na szkolenie eksperckie

MARKETING II

2-4 PAŹDZIERNIKA 2013
godz. 9:00-17:00
Biuro PRCH
ul. Nowogrodzka 50 lok. 446
00-695 Warszawa

Kto powinien wziąć udział w szkoleniu

Dyrektorzy centrów handlowych oraz pracownicy merytoryczni, którzy wiążą swoją karierę zawodową z marketingiem centrum handlowego. W szczególności:

- absolwenci kierunków biznesowych chcący sprofilować swą wiedzę w dziedzinie marketingu centrum handlowego
- osoby rozwijające swoją ścieżkę kariery w dziedzinie marketingu centrum handlowego, które chcą podnieść kwalifikacje zawodowe lub poszukują skonkretyzowania swojej roli zawodowej w firmie związanej z centrami handlowymi
- licencjonowani zarządcy nieruchomości, którzy chcą specjalizować się w marketingu nieruchomości handlowych
- osoby odpowiedzialne za codzienne skuteczne budowanie relacji marketingowych

Opis szkolenia

Dzień 1 | 09:00-12:30

Zaawansowane badania rynku

Badania marketingowe dla centrów handlowych – największe problemy. W jaki sposób badania konsumenckie i dobór najemców wpływają na wartość obiektu. Miejsce badań w opracowywaniu strategii. Najważniejsze elementy procesu. Case studies nt. Jak poprawić wyniki mimo kryzysu? oraz Jak zidentyfikować najlepszych klientów?

Prowadzący: Agnieszka Górnicka – Senior Associate Central & Eastern Europe, Millward Associates
Katarzyna Błaszczyk – Kierownik Działu Badań, Inquiry

13:30-17:00

Loterie i konkursy w centrach handlowych – aspekty prawne i podatkowe

Loterie promocyjne, konkursy a inne działania marketingowe. Działania marketingowe w świetle przepisów podatkowych. Aspekty formalno-prawne loterii (przygotowanie loterii, obowiązki organizatora dotyczące loterii promocyjnych, sankcje). Optymalizacja podatkowa loterii promocyjnych. Aspekty formalno-prawne konkursów (podstawowe cechy konkursu/ loterii promocyjnej, pojęcie „elementu losowego” w konkursach, decyzje interpretacyjne Ministra Finansów, ich charakter i skutek, projekt zmian ustawy o grach hazardowych). Optymalizacja podatkowa konkursów. Przykładowe akcje promocyjne – uwagi praktyczne.

Prowadzący: Weronika Achramowicz - Radca Prawny, Counsel w kancelarii Baker & McKenzie
Tomasz Chentosz – Doradca Podatkowy, Counsel w kancelarii Baker & McKenzie

Dzień 2 | 09:00-12:30

Strategic marketing to enhance shopping centre productivity (szkolenie w języku angielskim)

Analysis, research and setting objectives: how to evaluate your brand, positioning and set goals. Planning the effective omni-channel strategy and budgeting. Implementing and managing the marketing activity. Reviewing and measuring effectiveness and return on investment.

Prowadzący: Helen Maguire – Managing Director Poland, Toolbox Marketing
Agata Lewko – Toolbox Marketing

13:30-17:00

Zintegrowane strategie marketingowe

Uczestnicy szkolenia zapoznają się z możliwościami zastosowania zintegrowanych strategii marketingowych. Szczególny nacisk kładziony jest na naukę badania ilościowego i jakościowego, porównywania, „celowania” i modyfikowania danych demograficznych oraz profili klientów. Szkolenie obejmuje omówienie schematów zakupowych, postaw klientów, konkurencji i skuteczności oraz prezentację studiów przypadków.

Prowadzący: Jacek Kotarbiński – General Manager polskiego oddziału POPAI The Global Association for Marketing at Retail

Dzień 3 | 09:00-12:30

Zaawansowane strategie public relations i zarządzania kryzysowego

Uczestnicy szkolenia zapoznają się z zaawansowanymi narzędziami public relations, innymi niż generowanie bezpłatnej obecności w mediach. Dowiedzą się, w jaki sposób sprawić, aby public relations stanowiły strategiczną część planu marketingowego centrum handlowego oraz jak trafiać do poszczególnych mediów, konsumentów, najemców i władz samorządowych/ państwowych. Tematyka obejmie również w jaki sposób przy wykorzystaniu technik public relations wywierać pozytywny wpływ na własne otoczenie i bazę klientów. Uczestnicy szkolenia skupią się na skutecznym planowaniu na wypadek wszelkiego rodzaju sytuacji kryzysowych, jakie obecnie występują w działalności centrów handlowych. Podczas omówienia zostaną uwzględnione różne grupy docelowe (konsumenci, detaliści, media) oraz ich rola w procesie.

Prowadzący: Joanna Delbar – Prezes Agencji PR Telma Communications, Wiceprezes Związku Firm Public Relations

13:30-17:00

Marketing centrów handlowych typu „mixed use” i śródmiejskich

Obiekty „mixed use” a centrum śródmiejskie: szanse i zagrożenia (określenie klienta docelowego: aspiracje i rzeczywistość, rola centrum śródmiejskiego dla organizmu miejskiego, odpowiedzialność społeczna obiektów handlowych, konkurencja – budowanie tożsamości centrum na rynku lokalnym). Określenie celu: planowanie długoterminowe (określenie celów długofalowych, określenie celów krótkofalowych, weryfikacja celów długofalowych wobec zmian zachodzących na rynku, określenie narzędzi marketingowych, case study nt. zrealizowanej 3-letniej kampanii reklamowej, działania ukierunkowane versus działania spontaniczne). Efektywność poszczególnych działań reklamowych: próba pomiaru – model ROI, ocena działań oczami Klienta.

Prowadzący: Agnieszka Mielcarz, Dyrektor Centrum Handlowego FORUM Gliwice

Prowadzący



Agnieszka Górnicka - Senior Associate Central & Eastern Europe w Millward Associates (UK) oraz Prezes Zarządu w Inquiry Sp. z o.o.

Zajmuje się badaniami marketingowymi od początku lat 90. Od 2004 roku prowadzi agencję badawczą Inquiry, w której zajmuje się zagadnieniami związanymi z zachowaniami konsumentów, handlem detalicznym i procesem podejmowania decyzji oraz koordynacją projektów międzynarodowych. W Polsce reprezentuje firmę Millward Associates, która oferuje usługi doradcze dla centrów handlowych. Jest członkiem Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii oraz europejskiego stowarzyszenia ESOMAR.



Weronika Achramowicz - radca prawny, Counsel w Baker & McKenzie Krzyżowski i Wspólnicy Sp. k.

Specjalizuje się w prawie handlowym, ze szczególnym uwzględnieniem fuzji i przejęć oraz transakcji typu private equity. Posiada wieloletnie doświadczenie w doradztwie prawnym na rzecz podmiotów działających w zakresie gier hazardowych. Obejmuje ono zarówno aspekty regulacyjne dotyczące organizatorów kasyn gry (w tym gier na automatach) oraz podmiotów zarządzających zakładami wzajemne, także w ujęciu transgranicznym i prawa unijnego, jak również organizatorów gier losowych w ramach akcji marketingowych i promocyjnych.



Tomasz Chentosz - doradca podatkowy, Counsel w Baker & McKenzie Krzyżowski i Wspólnicy Sp. k.

Specjalista prawa podatkowego. Specjalizuje się w podatku dochodowym oraz planowaniu podatkowym. Prowadził szereg projektów dotyczących m.in. optymalizacji podatkowej portfeli nieruchomości posiadanych przez inwestorów branżowych i instytucje finansowe, planowania podatkowego oraz transakcji leasingu nieruchomości. Autor publikacji prasowych z zakresu prawa podatkowego. Został rekomendowany przez International Tax Review jako wiodący doradca podatkowy dla branży nieruchomości oraz został wyróżniony jako jeden z najlepszych ekspertów w zakresie planowania podatkowego w rankingu Dziennika Gazety Prawnej.



Jacek Kotarbiński – General Manager polskiego oddziału POPAI The Global Association for Marketing at Retail

Od 2007 General Manager polskiego oddziału POPAI The Global Association for Marketing at Retail, największego na świecie międzynarodowego stowarzyszenia marketingu handlowego. Członek globalnej Rady Dyrektorów. Współwydawca branżowego magazynu "Trade Marketer". Współwłaściciel Euromarketer Poland. Marketer i praktyk. Specjalizuje się w marketingu strategicznym i operacyjnym. Koncentruje się na racjonalizacji procesów marketingu i sprzedaży, controllingu, zarządzaniu markami i projektami marketingowymi oraz rozwijaniu innowacyjności. Od wielu lat zajmuje się problematyką efektywnego zarządzania kosztami marketingu oraz metodami poprawy ich wpływu na wartość i zysowność przedsiębiorstw. Trener programów Chartered Institute of Marketing oraz Instytutu Praktyki Gospodarczej. Autor wielu publikacji w pismach branżowych oraz "Subiektywnego bloga o sztuce marketingu" www.kotarbinski.com.



Joanna Delbar - Prezes Agencji Public Relations Telma Communications, Wiceprezes Związku Firm Public Relations

Ukończyła Wydział Aktorski Łódzkiej Filmówki, Marketingowe Zarządzanie Firmą na UŁ oraz studia doktoranckie na Wydziale Marketingu i Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Jest jednym z najbardziej cenionych specjalistów PR w Polsce. Specjalizuje się w programach public affairs i community relations, jest autorką wielu strategii PR dla prowadzonych przez jej firmę projektów. Prowadzi liczne szkolenia i prezentacje dotyczące problemów PR oraz Zarządzania Marką. Wykładowca London School of PR, Uniwersytetu Warszawskiego, Akademii Komunikacji Marketingowej, Politechniki Warszawskiej. W latach 2004-2006 była wiceprezesem Polskiego Stowarzyszenia PR, a 2009-2011 oraz od 2012 do chwili obecnej - Wiceprezesem Związku Firm Public Relations. Nominowana do tytułu Protyny 2008 w kategorii Osoba ds. komunikacji firmy oraz do tytułu Dama Sukcesu 2008. Zdobywczyni (wraz z zespołem Telma Communications) pięciu Złotych Spinaczy – najbardziej prestiżowej nagrody w polskiej branży PR. Współautorka Leksykonu Public Relations, Sztuki Public Relations i powstającej właśnie Encyklopedii PR.



Agnieszka Mielcarz - Dyrektor Centrum Handlowego FORUM Gliwice

Posiada wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu centrami handlowymi, a od ponad sześciu lat jest dyrektorem Centrum Handlowego FORUM w Gliwicach. Pełniąc obowiązki dyrektora centrum, a jednocześnie pełnomocnika spółki Forum Gliwice jest odpowiedzialna za kompleksowe zarządzanie obiektem: sprawowanie zarządu nad nieruchomością wspólną, kreowanie i nadzór nad strategią funkcjonowania i komunikacji centrum handlowego, tworzenie założeń budżetowych oraz ich realizację, kształtowanie i nadzór nad polityką komercjalizacji oraz koordynowanie prac zespołu odpowiedzialnego za funkcjonowanie CH FORUM. W swojej karierze pracowała dla spółek CEFIC Polska (1999-2002) oraz Apsys Management (2002-2007), jako dyrektor centrów handlowych we Wrocławiu i Katowicach. W latach 2000-2001 uczestniczyła w przygotowaniu budżetów dla nowych projektów spółki Cefic, m.in. C.H. Arkadia i C.H. Wileńska. Do tej pory zarządzała takimi obiektami jak CH BOREK we Wrocławiu, Centrum Handlowe 3 STAWY w Katowicach, Geant w Sosnowcu oraz CH PLATAN w Zabrzu. W lutym 2011 r. Agnieszka Mielcarz otrzymała nominację do tytułu Dyrektora Roku Centrum Handlowego w konkursie zorganizowanym przez Europaproperty.com.

Partnerzy merytoryczni





FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY

MARKETING II

2-4 PAŹDZIERNIKA 2013
godz. 9:00-17:00
Biuro PRCH
ul. Nowogrodzka 50 lok. 446
00-695 Warszawa

Koszt uczestnictwa w 3-dniowym szkoleniu:

Firma członkowska: **1 950 PLN + VAT 23% (przy rejestracji do 31.08.2013)**

2 250 PLN + VAT 23% (przy rejestracji 1-30.09.2013)

Firma nieczłonkowska: **2 250 PLN + VAT 23% (przy rejestracji do 31.08.2013)**

2 550 PLN + VAT 23% (przy rejestracji 1-30.09.2013)

Formularz prosimy wysłać faxem: **(+48) 22 629 23 81** lub e-mailem: **npawluczuk@prch.org.pl**

1. Imię i nazwisko: Stanowisko: Adres e-mail: Tel: Fax:	Warunki uczestnictwa: 1. Warunkiem uczestnictwa w szkoleniu jest uiszczenie opłaty zgodnie z ceną podaną na formularzu. 2. Cena obejmuje prelekcje, przerwy kawowe, lunch. 3. Przesłanie do PRCH faxem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego, stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy zgłaszającym a PRCH i jest jednocześnie zobowiązaniem do zapłaty. Faktura pro forma jest standardowo wystawiana i wysyłana e-mailem po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego. 4. Prosimy o dokonanie wpłaty w terminie 7 dni od wysłania zgłoszenia, ale nie później niż przed rozpoczęciem szkolenia, na które się Państwo zarejestrowali. 5. Wpłaty należy dokonać na konto: BRE BANK SA 40 1140 1977 0000 5937 7800 1001 6. Osoby, które nie wezmą udziału w wykupionym szkoleniu, zostaną obciążone pełnymi kosztami uczestnictwa. 7. Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału. 8. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie oraz do odwołania szkolenia z przyczyn organizacyjnych. 9. Organizator nie odpowiada za treść prezentacji prelegentów.
2. Imię i nazwisko: Stanowisko: Adres e-mail: Tel: Fax:	
3. Imię i nazwisko: Stanowisko: Adres e-mail: Tel: Fax:	
4. Imię i nazwisko: Stanowisko: Adres e-mail: Tel: Fax:	
5. Imię i nazwisko: Stanowisko: Adres e-mail: Tel: Fax:	
Dane nabywcy, do wystawienia Faktury VAT Firma: Ulica: Kod pocztowy: Miasto: NIP:	

Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 1997r. Nr 133 poz. 833) Polska Rada Centrów Handlowych z siedzibą w Warszawie (dalej PRCH), informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach rekrutacji, promocji i marketingu działalności prowadzonej przez PRCH, świadczonych usług oraz oferowanych produktów, a także w celu promocji ofert członków PRCH. Wyrażamy również zgodę na otrzymywanie drogą elektroniczną ofert oraz informacji handlowych dotyczących partnerów oraz członków PRCH.

Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczą, w tym także prawo ich poprawiania.

Jednocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy.

pieczęć i podpis