☎ 22 1189 002
✉ szkolenia@kfk.pl

AKADEMIA MARKETINGU KFK

Cykl życia produktu i zarządzanie produktem

21–22 stycznia 2027
2 dni (10:00–17:00) WARSZAWA **2 290 PLN netto + 23% VAT**

W CENIE SZKOLENIA

- certyfikat
- materiały szkoleniowe
- obiad i przerwy kawowe

RABAT TEAM

2 osoba -25% | 3 i 4 osoba -50%

Dla uczestników z tej samej firmy, zapisanych na to samo szkolenie i termin.

PAKIET 2 SZKOLEŃ

Drugie szkolenie -25%

Dla tej samej osoby, przy jednoczesnym zamówieniu dwóch różnych szkoleń.

Rabaty TEAM i Pakiet 2 szkoleń nie łączą się ze sobą.

DLA KOGO?

Szkolenie jest dla osób, które zajmują się marketingiem i rozwojem produktów, ich wprowadzaniem na rynek oraz wynikami sprzedaży i chcą podejmować trafniejsze decyzje produktowe w codziennej pracy.

- Product managerów i osób odpowiedzialnych za rozwój produktów oraz ich wyniki.
- Brand managerów i menedżerów marketingu, którzy zajmują się marketingiem produktu i jego wprowadzaniem na rynek.
- Osób zaangażowanych w tworzenie i wdrażanie nowych produktów (marketing, sprzedaż, R&D).
- Osób, które chcą lepiej łączyć decyzje produktowe z wynikami sprzedaży i rentownością.

EFEKTY SZKOLENIA

Szkolenie Cykl życia produktu i zarządzanie produktem pokazuje, jak planować działania marketingowe, rozwijać produkty i utrzymywać ich rentowność na różnych etapach cyklu życia.

- Będziesz podejmować trafniejsze decyzje dotyczące marketingu i rozwoju produktu, ograniczając kosztowne błędy.
- Uporządkujesz proces rozwoju i wprowadzania produktów na rynek.
- Zwiększysz skuteczność działań marketingowych i sprzedażowych wokół produktu.
- Lepiej wykorzystasz wiedzę o potrzebach klientów i dane rynkowe w codziennej pracy.
- Będziesz skuteczniej zarządzać rentownością produktu i reagować na zmiany wyników sprzedaży.
- Nauczysz się unikać najczęstszych błędów w marketingu i zarządzaniu produktem.

PROGRAM SZKOLENIA

Szkolenie pokazuje, jak w praktyce zarządzać cyklem życia produkut – od analizy rynku, przez decyzje strategiczne, po wprowadzenie na rynek i pracę z wynikami sprzedaży. Uczestnicy pracują na przykładach i uczą się podejmować decyzje, które realnie wpływają na sprzedaż i rentowność produktu.

1. Rola Product Managera w firmie

- Za co odpowiadasz naprawdę (a nie w teorii)
- Współpraca z marketingiem, sprzedażą i zarządem
- Gdzie najczęściej powstają konflikty i błędy

2. Kluczowe decyzje w rozwoju produktu

- Dla kogo jest produkt (realnie, nie „target ogólny”)
- Jak budować propozycję wartości produktu
- Pozycjonowanie produktu – jak odróżnić się od konkurencji
- Zarządzanie produktem w modelu marki producenta oraz Private Label

3. Analiza rynku i konkurencji w praktyce

- Jak sprawdzić, czy produkt ma potencjał
- Badanie potrzeb klientów przed wprowadzeniem produktu na rynek
- Jak analizować konkurencję bez „PowerPointa dla zarządu”
- Które dane są naprawdę potrzebne

4. Rozwój produktu – co rozwijać, a czego NIE

- Strategie rozwoju produktu
- Najczęstsze błędy w NPD
- Kiedy rozwijać, a kiedy wycofywać

5. Cykl życia produktu w praktyce

- Jak rozpoznać fazę produktu
- Jakie decyzje podejmować w każdej fazie
- Co robić, gdy sprzedaż spada

6. Marketing mix (4P) w decyzjach produktowych

- Cena, promocja, dystrybucja – co naprawdę działa
- Jak komunikować wartość produktu i budować przewagę konkurencyjną
- Kiedy zmieniać strategię cenową
- Decyzje produktowe i cenowe dotyczące marek własnych

7. Wprowadzenie produktu na rynek (warsztat)

- Plan wdrożenia krok po kroku
- Kto za co odpowiada w firmie
- KPI i mierzenie efektów

8. Marketing i zarządzanie produktem po wdrożeniu

- Jak pracować ze sprzedażą produktu
- Analiza wyników i KPI
- Jak reagować na problemy i spadki

9. Sesja pytań i odpowiedzi oraz wręczenie certyfikatów

Hanna Adamiak

TRENER SZKOLENIA

Ekspertka w obszarze Category Management i Product Management oraz sprzedaży z ponad 20-letnim doświadczeniem. Specjalizuje się w strategiach sprzedażowych, negocjacjach handlowych i mediacjach z trudnym klientem, a także w rozwijaniu portfolio produktów i

budowaniu długofalowych relacji z partnerami biznesowymi. Posiada doświadczenie w projektach łączących Customer Experience z praktyką zarządzania klientami i zespołami. Absolwentka Zarządzania i Marketingu w Warszawskiej Szkole Biznesu oraz Szkoły Trenerskiej grupy SET. Ukończyła prestiżowe szkolenia, m.in. Przywództwo i przedsiębiorczość z Robertem Kiyosakim i jego zespołem czy Art of Deal z Blairem Singerem i Robertem Kiyosakim (Scottsdale, Arizona, USA), Category Management (SRCG UK–Szwajcaria), Lider i Manager, Negocjacje (DOOR Polska), Sprzedaż i Zarządzanie Klientami B2B oraz wiele innych. Z powodzeniem kierowała projektami wprowadzania na rynek nowych produktów, m.in. Wild Bean Cafe w BP Polska, oraz wdrażała programy promocyjno-sprzedażowe, które zwiększały sprzedaż nawet o 40%. Współpracowała z klientami w Europie i Azji, rozwijając dystrybucję, wizerunek marki i sprzedaż. W Akademii Marketingu KFK prowadzi szkolenia z zakresu Category Management, zarządzania produktem, negocjacji handlowych i technik sprzedaży, a także programy rozwijające kompetencje menedżerów w obszarze Customer Experience i mediacji w relacjach z klientami.

Zobacz pełną ofertę i zapisz się → https://kfk.pl/szkolenie/event/product-management

Wygenerowano: 15.11.2026