# PROGRAM

**Tytuł: Artyści w biznesie. Jak przekładać kompetencje twórcze na język wartości rynkowej**

Prowadzący: dr Tomasz Ciesielski

Grupa: 10–12 osób

Termin: 12-13 czerwca 2025 , w godzinach od 10-17

Warszawa, Tamka 3 NIMiT

## Cele warsztatu:

- Rozpoznanie i badanie, jakie kompetencje artystyczne mogą być przydatne w różnych branżach biznesowych.

- Praktyczne mapowanie punktów styku między światem sztuki a sektorem biznesowym.

- Poznanie metody PEREBEL jako strategii budowania współpracy z firmami.

- Rozwinięcie języka korzyści i umiejętności dopasowania *value proposition* do potrzeb konkretnych klientów.

- Przećwiczenie tworzenia ofert, pozyskiwania kontaktów, budowania relacji i domykania współpracy.

## Program warsztatu:

### Dzień 1 – Rozpoznanie i pozycjonowanie

**1. Mapowanie kompetencji artystów w kontekście potrzeb rynku**  
Rozpoznanie i badanie, jakie kompetencje artystyczne mogą być przydatne w różnych branżach biznesowych. Uczestnicy analizują, w czym artyści mają przewagi nad innymi usługodawcami i poznają główne potrzeby i wyzwania firm.

**2. Metoda PEREBEL jako strategia budowania współpracy z firmami**  
Metoda oparta na procesowym podejściu do twórczości i iteracyjnym modelu współpracy. Case study: Orange.

**3. Biznes jako partner, nie widz**  
Zmiana podejścia do twórczości z perspektywy wartości artystycznych i estetycznych na profesjonalne kompetencje możliwe do wykorzystania w biznesie.

**4. Język wartości – jak mówić o tym, co robimy**Przetłumaczenie umiejętności artystów na kompetencje zrozumiałe dla biznesu wymaga odpowiednich strategii. Poznamy dobre przykłady i przećwiczymy wstępnie posługiwanie się językiem korzyści.

Pytania, na które odpowiemy:

- Jakie kompetencje artysty mogą być przydatne w biznesie?

- Jaką realną wartość mogę zaproponować konkretnej branży?

- Jak mówić o sobie, żeby być zrozumianym i docenionym przez firmy?

- Jak wyjść z pułapki „artysty wrażliwego” i stać się partnerem do współpracy?

### Dzień 2 – Praktyka i strategia

**1. Tworzenie oferty – co, jak i do kogo?**Uczestnicy przygotują realne oferty współpracy, dopasowane do wybranych sektorów. Zdefiniują unikalną wartość swojej propozycji, a następnie dopracują sposób jej komunikacji.

**2. Pozyskiwanie kontaktów i budowanie relacji**Praktyczne strategie zdobywania leadów, inicjowania rozmów i prowadzenia ich w kierunku współpracy. Przeanalizujemy cykl sprzedażowy i momenty decyzyjne po stronie firmy.

**3. Zamykanie współpracy – od wartości do kontraktu**Ćwiczenia z zakresu negocjacji, prezentowania oferty oraz reagowania na zastrzeżenia. Omówimy też rolę języka, narracji i prostoty komunikatu w procesie domykania współpracy.

**4. Testy i feedback – prezentacja własnej oferty lub pitchu**Każdy uczestnik będzie miał okazję zaprezentować swoją propozycję współpracy i otrzymać konstruktywny feedback od prowadzącego i grupy.

## Metody pracy:

- Studium przypadku (case study) – analiza współpracy z firmą Orange

- Narzędzia Customer Segmentation, Customer Experience oraz Value Proposition Design

- Elementy modelowania biznesowego

- Praca indywidualna i grupowa

- Warsztatowe formy prezentacji i feedbacku

## Prowadzący:

**Dr Tomasz Ciesielski** – trener, facylitator, badacz i reżyser. Od lat pracuje na styku sztuki, nauki i biznesu. Specjalizuje się w budowaniu autorskich programów rozwojowych dla liderów, innowatorów i zespołów projektowych. W pracy wykorzystuje metody zaczerpnięte z teatru, design thinking oraz badań jakościowych. Współpracował m.in. z firmami Orange, GMSynergy, ŁSSE, Zoulux i jednostkami samorządowymi oraz licznymi instytucjami kultury i uczelniami. Autor i realizator projektów artystyczno-badawczych w Polsce i za granicą.

Więcej na stronie

[AUTOPORTRET: Tomasz Ciesielski - taniecPOLSKA](https://taniecpolska.pl/krytyka/autoportret-tomasz-ciesielski/)