

BUDOWA OFERTY INWESTYCYJNEJ I JEJ PROMOCJA KLUCZEM DO POZYSKANIA INWESTORÓW W GMINIE

WAŻNE INFORMACJE O SZKOLENIU:

Ciągły rozwój infrastruktury komunikacyjnej w naszym kraju oraz dobra koniunktura gospodarcza to szansa dla wielu gmin na pozyskanie inwestorów na terenach, które do tej pory wydawały się mało atrakcyjne pod tym kątem. Sami inwestorzy również coraz częściej przychylnie spoglądają nie tylko w kierunku wielkich aglomeracji miejskich, gdzie grunty są drogie, a o pracowników trudno, ale właśnie w kierunku mniejszych ośrodków miejskich oraz gmin wiejskich. Widząc ten trend coraz więcej gmin tworzy ofertę inwestycyjną i stara się przyciągnąć inwestorów, aby stworzyć miejsca pracy, a także zwiększyć dochód gminy. Czasy ofert inwestycyjnych rozumianych jako broszura wychwalająca piękno przyrody oraz mapka gminy z kilkoma zdjęciami prezentującymi najszerszą drogę oraz największy zakład produkcyjny już dawno minęły. Proponowane szkolenie to odpowiedź na potrzeby zgłaszane przez samorządowców i inwestorów.

CELE I KORZYŚCI:

- Zrozumienie jak gospodarczo wykorzystać potencjał endogeniczny gminy w podnoszeniu atrakcyjności inwestycyjnej.
- Systemowe wdrożenie standardów pozyskania inwestorów. Osiągnięcie wysokiego poziomu obsługi inwestorów i przedsiębiorców zainteresowanych realizacją nowych inwestycji na terenie gminy. Budowa kultury organizacyjnej urzędu i jednostek podległych.
- Efektywne inwestowanie środków finansowych w promocję gminy. Definiowanie grupy docelowej inwestorów. Dobór narzędzi komunikacji budujących relacje z inwestorem. Jak wygląda dobrze przygotowana oferta inwestycyjna?
- Implementowanie promocji jako integralnego modułu procesów inwestycyjnych.
- Reagowanie na korzyści, które niesie ze sobą renomowany inwestor. Jak przyciągnąć go do regionu, gminy? Jak zachęcać inwestorów do inwestowania w naszej gminie?
- Uzyskanie informacji nt. technik negocjacji z inwestorem.

PROGRAM:

1. **Oferta inwestycyjna - wzorce.** Dostępne wytyczne jak tworzyć ofertę inwestycyjną, a nawet jak ją skutecznie promować.
2. **Wiedza – edukacja pracowników – musisz wiedzieć JAK.** Internet – miejsce, gdzie najefektywniej można promować ofertę inwestycyjną gminy. Istotne jest korzystanie z narzędzi monitorowania rynku: raporty, analiza popytu i konkurencyjności, plany internacjonalizacji przedsiębiorstw w UE, analiza danych z portali branżowych, współpraca z instytucjami otoczenia biznesu, współpraca z innymi samorządami.
3. **Aktualizacja – interaktywność.** Portal inwestycje.pl. Inne portale umożliwiające promocję terenów inwestycyjnych.

4. **Budowa kultury organizacyjnej urzędu i jednostek podległych a dialog z inwestorami.** Na czym polega więc budowanie kultury organizacyjnej?
5. **Pozyskanie dużego inwestora – wzrost atrakcyjności inwestycyjnej regionu, gminy.** Efekt Kuli śnieżnej. Przykłady. Nowe możliwości dla kooperantów.
6. **Współpraca z mediami.** Możliwości pokazania zalet i oferty inwestycyjnej regionu, gminy.
7. **Definiowanie grupy docelowej inwestorów. Kogo chcemy do siebie sprowadzić?** Strategia rozwoju gminy a plan rozwoju gospodarczego – jak ułożyć priorytety rozwojowe? Potencjalne grupy inwestorów krajowych i zagranicznych - branże.
8. **Budowanie ekosystemu gospodarczego we współpracy z innymi samorządami – ponadlokalne formy współpracy.** Formy współpracy. Budowa ponadlokalnej marki gospodarczej.
9. **Jak zachęcać inwestorów do inwestowania w naszej gminie?** Kluczowe elementy procesu pozyskiwania inwestorów, na które wpływ mają władze lokalne i regionalne: dobrze przygotowana oferta inwestycyjna, zaangażowanie i profesjonalizm samorządów, kluczowi partnerzy, wizerunek medialny (public relations), marketing twarzy (personal branding), marka miejsca (znak rozpoznawczy, wartości, cechy szczególne, marketing wartości, brandig), marketing terytorialny, współpraca lokalna, regionalna i międzynarodowa, targi, kongresy, konferencje, wizyty studyjne i wydarzenia specjalne, referencje dotychczasowych inwestorów.
10. **Gospodarcze wykorzystanie potencjałów endogenicznych gminy – podnoszenie atrakcyjności inwestycyjnej gminy.** Synergiczne opracowanie mapy atutów gminy. Gospodarcze wykorzystanie infrastruktury i oferty kulturalnej, sportowej oraz walorów przyrodniczych gminy. Budowa kapitału społecznego – poprawa efektywności zarządzania gminą. Rozwój organizacji pozarządowych. Integracja i współpraca z sąsiadującymi samorządami. Komercjalizacja wiedzy. Innowacje społeczne. Internacjonalizacja.
11. **Podnoszenie kwalifikacji mieszkańców we współpracy z inwestorem.** Dualność kształcenia dzieci i młodzieży. Organizacja praktyk studenckich. Oferta szkoleń, kursów.
12. **Techniki negocjacji z inwestorem.** Gra mieszanych motywacji. Formuła negocjacji (cele, ustępstwa, zasada Titanica, teoria stołu do ping-ponga, zasada poszerzenia Toru, dobijanie targu).
13. **Estetyka – efektywność – ocena materiałów promocyjnych.**

ADRESACI:

Kadra zarządzająca JST oraz pracownicy wydziałów: inwestycji, obsługi inwestora, promocji marketingu, PR, komunikacji oraz rzecznicy prasowi w jednostkach samorządu terytorialnego, instytucjach kultury, jednostkach oświatowych oraz stowarzyszeniach i fundacjach.

PROWADZĄCA:

metodolog, ekspert ds. planowania strategicznego rozwoju. Autorka wielu opracowań strategicznych dla biznesu, samorządów i organizacji pozarządowych. Specjalizuje się w strategiach rozwoju, public relations, brandingu, internacjonalizacji i modelach biznesowych. Wykładowca, coach w obszarze zarządzania rozwojem społeczno-gospodarczym, komercjalizacji wiedzy, innowacjach społecznych, CSR. Posiada interdyscyplinarne doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej oraz nadzorowaniu działalności spółek akcyjnych. Koordynator projektów współpracy B+R+JST. Od 12 lat prowadzi działalność gospodarczą w branży rozwojowej, doradca ds. rozwoju i promocji przedsiębiorstw, gmin, organizacji pozarządowych. Autorka albumów biograficznych i wydawnictw promocyjnych m.in. Lubelskie. Człowiek i Przestrzeń, 50 lat Mostostal Puławy.

Budowa oferty inwestycyjnej i jej promocja kluczem do pozyskania inwestorów w gminie.



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



20 lipca 2021 r.

Szkolenie w godzinach 10:00-14:00



Cena regularna: 310 zł netto/os. Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

CENA zawiera:

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line,
materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej,
certyfikat ukończenia szkolenia,
możliwość konsultacji z trenerem.

**DANE DO
KONTAKTU:**

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej Ośrodek Regionalny w Zielonej Górze
al. Niepodległości 16/9, 65 – 048 Zielona Góra
tel. 68 453 22 09, e-mail: szkolenia.zg@frdl.org.pl,

DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

Nazwa i adres nabywcy
(dane do faktury)

Nazwa i adres odbiorcy

NIP

Telefon

1. Imię i nazwisko uczestnika,
stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

2. Imię i nazwisko uczestnika,
stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

Oświadczam, że szkolenie dla ww. pracowników jest kształceniem zawodowym finansowanym w całości lub co najmniej 70% ze środków publicznych (proszę zaznaczyć właściwe)

TAK ☐ NIE ☐

Proszę o certyfikat w formie:

Elektronicznej ☐ e mail.....

Proszę o przesłanie faktury na adres mailowy:

Dokonanie zgłoszenia na szkolenie jest równoznaczne z zapoznaniem się i zaakceptowaniem regulaminu szkoleń Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej zamieszczonym na stronie Organizatora www.zg.frdl.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

Wypełnioną kartę zgłoszenia należy przesłać poprzez formularz zgłoszenia na www.zg.frdl.pl lub mailem na adres szkolenia.zg@frdl.org.pl do 14 lipca 2021 r.

UWAGA Liczba miejsc ograniczona. O udziale w szkoleniu decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenie na szkolenie musi zostać potwierdzone przesłaniem do Ośrodka karty zgłoszenia. Brak pisemnej rezygnacji ze szkolenia najpóźniej na trzy dni robocze przed terminem jest równoznaczny z obciążeniem Państwa należnością za szkolenie niezależnie od przyczyny rezygnacji. Płatność należy uregulować przelewem na podstawie wystawionej i przesłanej FV.

Podpis osoby upoważnionej _____