



... Autentyczność wynika z radości robienia rzeczy, które kocha się robić .  
Bo nie jest ważne to jak wypadniesz w oczach innych, ważne jest to ile dasz z siebie innym ...

Dorota Deląg

### **Z wykształcenia jestem Aktorką, z doświadczenia Dziennikarką, z zamiłowania Trenerką i Mentorką.**

Mam ponad dwudziestoletnie doświadczenie w pracy zawodowej na scenie oraz w telewizji. Pracując w zespołach teatralnych czy telewizyjnych nauczyłam się jak ważna jest dyscyplina wewnętrzna, oraz szacunek do widza. Improwizacja, Interpretacja, szukanie kontekstu czy ćwiczenie pamięci to tylko niektóre z technik, które wykorzystuję w pracy podczas warsztatów. Współtworzyłam projekty autorskie dla stacji telewizyjnych, prowadziłam programy na żywo, przygotowywałam reportaże. Znam mechanizm tworzenia treści od podszewki. Najbliższy był mi zawsze drugi człowiek, ciekawość Kim jest?

W pracy dziennikarskiej najbardziej interesował mnie proces dochodzenia do przyczyny, dlatego tak bardzo lubiłam prowadzić wywiady z gośćmi na antenie. Ta ciekawość ludzi i ich wyborów życiowych tworzyła niezwykłą historię. Umiejętności słuchania to mój dar, ciekawość świata i ludzi doprowadziła mnie do momentu w moim życiu zawodowym, w którym postawiłam na wartości: Autentyczność, Wiarygodność, Radość, Kreatywność. Projekt szkoleniowy jest moim autorskim projektem, którego głównym celem jest odkrycie siebie.

### **Co to znaczy ?**

Przede wszystkim poznanie swoich słabych strony, jeśli wiemy KIM jesteśmy to mamy ogromne szansę zdobyć to co chcemy Nie ma ludzi idealnych, ale świadomie możemy kreować swój wizerunek publiczny i mieć przez to realny wpływ na swoje życie zawodowe.

Projekt szkoleniowy z Wystąpień Publicznych i Autoprezentacji, oparty jest na technikach aktorskich stworzonych przez Lee Strasberga i Konstantina Stanisławskiego.  
Korzystam również z technik EFT – w celu uwolnienia stresu i negatywnych emocji podczas wystąpień  
Prowadzę indywidualne konsultacje Personal Brand, Autoprezentacji oraz Elevator Pitch.

### **Co oferuję**

Wiedzę, jak zbudować inspirujący przekaz dla Odbiorców, który uaktywni ich do działania.  
Komfort podczas występów, mniej stresu więcej radości.  
Skuteczną komunikację.

Jeśli chcemy przekonać innych do swoich racji, przekazać wiedzę, zainspirować, wcielamy się w rolę Nadawcy, stając w centrum uwagi narażeni jesteśmy na stres.  
Najważniejszym czynnikiem minimalizującą stres jest wiedza.

### **Wiem, że najważniejszy jest Odbiorca i jego komfort.**

Szacunek do Odbiorcy to podstawowy element gwarantujący komfort Nadawcy podczas występów.

Wiem, że trema jest zawsze i będzie z nami niezależna od doświadczenia, pytanie jak sobie z nią radzimy i czy potrafimy wykorzystać tą energię.

Wiem, że trzeba mówić syntetycznie, logicznie tak aby zmieścić się z komunikatem w trzy minuty tzw. złote trzy minuty. Wiem, jak przygotować się do występu publicznego i nie chodzi tylko o techniki mowy, a o inspirację, bo właśnie w niej kryje się radość z wystąpień publicznych.

## Warsztat dla Liderów

*...Ten ten kto myśli że przewodzi, a nie znajduje nikogo kto by za nim podążał jest wyłącznie spacerowiczem...*

Liderzy pełnią bardzo ważną funkcję w organizacji, a zakres ich obowiązków jest bardzo szeroki. Umiejętność budowania spójnych komunikatów jest jedną z najważniejszych kompetencji. Drugą ważną kompetencją jest budowanie wiarygodnego wizerunku. Trzecią kompetencją jest umiejętność zaprezentowania się. Każda z tych kompetencji związana jest z **Marką Osobistą**.

1. Jaką marką jesteś ?
2. Jaką marką chcesz być ?

Warsztat dzięki któremu nauczysz się JAK :

- Stworzyć matrycę swojej marki
- Konstruować spójny komunikat oparty na świadomym wykorzystaniu wiedzy o swoim Idealnym kliencie
- Skutecznie przedstawić swoje racje klientom, czy współpracownikom.
- Autoprezentacja – spójny wizerunek

We współczesnym świecie biznesu naszym najważniejszym zadaniem jest promowanie marki. Wszyscy jesteśmy dyrektorami generalnymi własnych firm JA - Sp. z o.o, nie określa nas opis stanowiska, nie sprowadzamy się tylko do niego.

Stanowisko dyrektora generalnego firmy Ja Sp. z o.o. zobowiązuje Nas do rozwijania samego siebie, promowania siebie i podejmowania działań, które zapewnią Nam stabilną pozycję.

Marka może być słaba lub silna. Silna wywiera wpływ na innych, motywuje, inspiruje, jest obiektem pożądania. Natomiast słaba nie budzi zainteresowania.

Marka to również wyobrażenie innych o nas i to właśnie wyobrażenie ma ogromny wpływ na nasze zawodowe i prywatne relacje. Warto więc poświęcić trochę czasu na uświadomienie sobie, jaką marką chcemy być, jak ją zbudować, jak zarządzać wizerunkiem, tak aby wywołać porządne przez nas wrażenie.

Profesjonalny wizerunek to pojęcie znacznie szersze niż odpowiedni wygląd czy zachowanie. To przede wszystkim umiejętność i spójna komunikacja z ludźmi na wielu różnych płaszczyznach. Przez tę komunikację człowiek jasno określa, kim jest, dokąd zmierza i co może zaoferować innym. Branding personalny wykracza poza sferę zawodową, gdyż sukces zawodowy ma duże przełożenie na życie osobiste.

### Czego potrzebuje silna marka osobista ?

Autentyczność

Autentyczność jest niezbędna do zbudowania silnej marki osobistej. Nie chodzi tu więc o zmianę swojej osobowości, czy odgrywanie roli osoby, którą chcielibyśmy być, a nie jesteśmy. Autentyczność polega na poszukiwaniu odpowiedzi, co wyróżnia mnie od innych i powoduje, że jestem postrzegany jako ktoś wyjątkowy.

Wyróżnik

Wyróżniająca, szczególna cecha powinna być ważna i przydatna dla innych, aby byli nią zainteresowani. Należy odpowiedzieć sobie na kilka istotnych pytań:

- Co oferuję innym?
- Co mam dla nich ważnego, wartościowego, dobrego?
- Dlaczego robię, to co robię ?

## **Cele**

- Strategiczne budowanie komunikacji – wizja,
- Stworzenie matrycy skutecznego brandu – Tagline i Logline marki,
- Techniki sprzedażowe – storytelling – emocje sprzedają , fakty informują,
- Umiejętność budowania komunikatów w spójny i przekonujący sposób – technika oparta na trójkącie komunikacyjnym,
- Opracowanie portretu Idealnego Klienta,
- Stworzenie spójnego UPS- co odróżnia Cię od konkurencji,
- Dotarcie do Idealnego Klienta – budowanie komunikatów korzyści.

## **Założenia programowe**

Wszystko zaczyna się od pytania

### **Dlaczego?**

Inspiruj i motywuj ludzi przez inspiracje

Możemy osiągnąć zdecydowanie więcej jeśli każde nasze przedsięwzięcie będziemy zaczynać od postawienia sobie pytania dlaczego?

**Co?** Każda firma i organizacja dobrze wie co robi. Co jest łatwe do zidentyfikowania

**Jak?** Niektóre firmy i niektórzy ludzie wiedzą jak to robią

**Dlaczego?** Tylko nieliczni ludzie i nieliczne firmy są w stanie jasno powiedzieć dlaczego robią to co robią

### **Wszystko zaczyna się od klarowności.**

Trzeba dokładnie wiedzieć dlaczego robi się to co się robi, ludzie nie kupują tego co robisz lecz dlaczego to robisz. A jeżeli Ty sam nie wiesz dlaczego robisz to co robisz to skąd inni mają to wiedzieć.

Jeśli szef firmy nie potrafi jasno wyartykułować dlaczego firma istnieje, w kategoriach niezwiązanych z jej produktami to jak może oczekiwać od pracowników, że będą wiedzieli dlaczego mają przychodzić do pracy.

### **Jeśli już wiesz dlaczego pozostaje kwestia jak to zrobisz**

Wszystko co mówisz i wszystko co robisz powinno świadczyć o tym w co wierzysz, samo dlaczego jest tylko zbiorem przekonań i niczym więcej.

**Autentyczność** oznacza dokładnie to, że twój złoty krąg jest zrównoważony a to z kolei oznacza że naprawdę wierzysz we wszystko co mówisz i robisz i nieważne jest czy zarządzasz firmą czy jesteś pracownikiem.

Aby odnieść sukces niekoniecznie trzeba być autentycznym ale bez autentyczności niemożliwe jest sukces długotrwały.