

Skuteczna komunikacja w zarządzaniu zespołem – kompendium narzędzi managerskich

Cel biznesowy

Poprawa i wzmocnienie komunikacji w firmie dla efektywnego i etycznego komunikowania się i budowania relacji. Relacje w firmie bezpośrednio przekładają się na atmosferę, jakość i warunki pracy. To z kolei wpływa na komunikowanie się i relacje z klientami, i postrzeganie naszej firmy przez klientów. Komunikacja i relacje w firmie bezpośrednio wpływają na komunikację z aktualnymi i nowymi klientami oraz na podniesienie sprzedaży.

Cel edukacyjny

Szkolenie z zakresu komunikacji ma za zadanie przede wszystkim uczyć prawidłowej, sprawczej i etycznej komunikacji co bezpośrednio przekłada się na relacje w firmie i poza nią. Uświadomienie pracowników na temat sposobów i technik precyzyjnego komunikowania się, różnic jakie są pomiędzy ludźmi w związku z postrzeganiem rzeczywistości, naszymi przekonaniami, wartościami, emocjami jakie ma każdy człowiek. To sprawia, że rozumieją, że każdy jest inny, że różnice w komunikacji wynikają z różnych światopoglądów a nie z tego, że inni robią na złość. Przybliżenie takich zjawisk jak „moja racja”, „ocena”, „moja prawda”, postawa w prowadzeniu relacji wnosi nową świadomość na ten temat i uczy nieemocjonalnego komunikowania się pomiędzy ludźmi.

Grupa docelowa

Szkolenie kierowane jest do wszystkich osób pracujących w firmie.

Prowadzący

Grzegorz Zięba

W firmie szkoleniowej Power Me Up Sp. z o.o. pełni obowiązki CEO i jest jej założycielem, i współwłaścicielem. Prowadzi wykłady i szkolenia z zakresu komunikacji, rozwoju osobistego, przemówień publicznych. Odpowiada także za strategię firmy, dobór współpracujących z firmą trenerów oraz za merytoryczny dobór materiału merytorycznego do prowadzonych szkoleń i wystąpień.

Certyfikowany neurolingwista (Instytut NLP Andrzeja Batki), Master Time Line Therapy i Master Coach NLP (Coaching Division of the American Board of NLP). W działaniach coachingowych, terapeutycznych i szkoleniowych wykorzystuje wybrane narzędzia z zakresu NLP, Time Line Therapy i Storytellingu. Od wielu lat prowadzi programy mentoringowe i szkolenia motywacyjne dla międzynarodowych korporacji, średnich i małych przedsiębiorstw oraz osób prywatnych.

Od 7 lat ściśle związany z branżą szkoleniową. Doradza klientom i szkole głównie z zakresu komunikacji i relacji międzyludzkich. Swoje doświadczenie zdobył między innymi współpracując z firmą MS Team Mariusza Szuby prowadząc szkolenia i coachingi z zakresu szeroko rozumianej komunikacji interpersonalnej oraz międzyludzkiej. W roku 2017 założył firmę szkoleniową Power Me Up Sp. z o.o., której głównym obszarem działania są szkolenia z komunikacji, indywidualne i grupowe procesy coachingowe, przemówienia publiczne i mentoringowe, wyjazdy dla firm i osób prywatnych.

Liczba godzin usługi: 20

Cena szkolenia / os.

7 000,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

Skuteczna komunikacja w zarządzaniu zespołem – kompendium narzędzi managerskich

Ramowy program usługi:

Dzień pierwszy:

1. Mapa nie jest terenem - Model postrzegania świata

- Każdy z nas żyje w oddzielnej rzeczywistości i porozumiewa się sobie tylko znanym językiem.
- Jeżeli chcesz do niego dotrzeć, poznaj go.
- Filtry wpływające na różnice między ludźmi: wartości, przekonania, doświadczenia, odczytywanie
- Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Cel usługi

Szczegółowe informacje o usłudze

linii czasu, metaprogramy, generalizacje, usunięcia, zniekształcenia, lingwistyka, dobór słów

2. Raport

Warsztaty

- Technika budowania nici porozumienia z drugą osobą w czasie rozmowy
- Techniki budowania raportu

- Warsztat - ćwiczenia budowania raportu.

- Podstawowa umiejętność prowadzenia negocjacji.

3. Kotwice

- Rodzaje kotwic

- Technika wprowadzenia w pozytywny, wybrany stan emocjonalny.
- Pozbycie się negatywnego stanu emocjonalnego

- Warsztat:

- Zakładanie kotwic emocjonalnych, kinestetycznych
- Ćwiczenia zakładania kotwic zasobów
- Zdejmowanie negatywnych kotwic emocjonalnych

4. Kanały komunikacji

- Kanały komunikacji między ludźmi.
- Rozpoznawanie w czasie rozmowy i świadoma komunikacja z ich użyciem

- Kanał Video

- Predykaty

- Świadome wykorzystanie w komunikacji międzyludzkiej
- Kanał Audio

- Predykaty

- Świadome wykorzystanie w komunikacji międzyludzkiej
- Kanał kinestetyczny

- Predykaty

- Świadome wykorzystanie w komunikacji międzyludzkiej

Dzień drugi:

1. Komunikacja w oparciu o wartości człowieka

- 8 sposobów myślenia i motywacji ludzkich zachowań dla odpowiedniego ich zrozumienia i

wykorzystania w komunikacji

2. Najważniejsze sposoby myślenia i motywowania ludzkich zachowań. Omówienie każdego sposobu

myślenia:

- przetrwanie

- plemię
- wojownik
- system
- przedsiębiorca
- inni
- wolna jednostka
- turkus

3. Test określający poziomy wartości w obszarze „życie”.

Wypełnienie testu

Analiza

Wskazanie interwencji dla podniesienia jakości własnego stanu emocjonalnego

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Jakie umiejętności wyniesiesz ze szkolenia?

- poznasz 9 sposobów myślenia i wartościowania decyzji

- nauczysz się identyfikować poziom wartości rozmówcy i dopasowywać do niego sposób

porozumiewania się

- nauczysz się sprawnej, motywującej i etycznej komunikacji z innymi

- nauczysz się rozpoznawać z jakim typem rozmówcy masz doczytania

- dowiesz się z czego wynikają różnice w postrzeganiu rzeczywistości pomiędzy ludźmi aby

wyeliminować spory i emocjonalne relacje

- jak w czasie rozmowy nie dać sobą manipulować

- co zrobić, by komunikacja pomiędzy pracownikami była etyczna i efektywna

- jak być w najlepszym stanie emocjonalnym, by efektywnie kierować rozmową, negocjacją, relacją

- poznasz 3 sposoby/ techniki radzenia sobie ze swoim stanem emocjonalnym aby być w jak najlepszej

jakości w pracy

Skuteczna komunikacja w zarządzaniu zespołem – kompendium narzędzi managerskich

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Mapa nie jest trenerem-model postrzegania świata	1 dzień	08:00	11:00	3:00
2	Raport	1 dzień	11:00	13:00	2:00
3	Kotwice emocjonalne	1 dzień	13:00	15:00	2:00
4	Kanały komunikacji	1 dzień	15:00	18:00	3:00
5	Komunikacja w oparciu o wartości	2 dzień	08:00	11:00	3:00
6	Najważniejsze sposoby myślenia i motywowania ludzkich zachowań. Omówienie każdego sposobu myślenia cz. 1	2 dzień	11:00	13:00	2:00
7	Najważniejsze sposoby myślenia i motywowania ludzkich zachowań. Omówienie każdego sposobu myślenia cz. 2	2 dzień	13:00	15:00	2:00
8	Test określający poziomy wartości w obszarze „życie”.	2 dzień	15:00	16:00	1:00
9	Omówienie testów	2 dzień	16:00	17:00	1:00
10	Test określający poziomy wartości w obszarze „biznes’ i raport	2 dzień	17:00	18:00	1:00

Reklama w social mediach z realizacją strategii promocji oraz budową lejki sprzedaży

Cel biznesowy

Uzyskanie wiedzy z zakresu narzędzi reklamowych w serwisie Facebook i Instagram, w celu polepszenia swoich działań marketingowych, a tym samym zwiększenie swojej sprzedaży.

Cel edukacyjny

Celem projektu jest: poznanie specyfiki polskiego i światowego rynku social media; poznanie wielu narzędzi Facebooka i ich potencjału; zdobycie wiedzy pozwalającej na realizowanie mierzalnych i efektywnych kampanii społecznościowych przekładających się na realizację celów wizerunkowych i sprzedażowych organizacji; uzyskanie umiejętności niezbędnych do skutecznego wykorzystania możliwości jakie dają portale społecznościowe takich jak efekt skali, czy polubienia; pozyskanie wiedzy jak efektywnie wykorzystać social media we współczesnych procesach komunikacyjnych; Jak budować skuteczne przekazy reklamowe podnoszące efektywność działań. Uczestnik dowie się jak tworzyć kampanie marketingowe w mediach społecznościowych oraz budować lejki sprzedaży. Uczestnik będzie umiał w właściwy sposób określić cele marketingowe, dobrać właściwe formaty reklam dla określonych grup odbiorców. Uczestnik podniesie swoje kompetencje w zakresie budowania strategii kampani reklamowej.

Grupa docelowa

- Dla Menadżerów działów Marketingu, którzy chcą nauczyć się działań reklamowych wykorzystując narzędzie Facebook Ads.
- Dla Przedsiębiorców i Menadżerów, którzy zawiedli się na współpracy z agencją odpowiedzialną za obsługę kampanii reklamowej Facebook Ads i chcą dowiedzieć się, na co zwracać uwagę następnym razem i jak liczyć efektywność kampanii reklamowej Facebook Ads
- Dla Specjalistów z działów marketingu szukających nowych, efektywnych kanałów promocji swoich produktów lub usług.
- Dla wszystkich, którzy chcą prowadzić kampanie reklamowe na Facebooku.
- Dla wszystkich, którzy chcą poszerzyć wiedzę i kompetencje w zakresie reklamy na Facebooku.
- Dla pracowników działów handlowych, którzy szukają nowych możliwości dotarcia do nowych klientów lub partnerów biznesowych.

Prowadzący

Marcin Janowski

Od 8 lat jest związany z branżą Public Relations. Doradza moim klientom jak wykorzystać social media w działaniach wizerunkowych, sprzedażowych i rekrutacyjnych. Swoje doświadczenia zdobywał w agencji OX Media, gdzie zajmował się tworzeniem strategii komunikacji w mediach społecznościowych dla klientów agencji. Od 2010 roku prowadzi własną agencję public relations Space PR, która oprócz tradycyjnych działań w zakresie PR-u, specjalizuje się w działaniach PR w Internecie kładąc nacisk przede wszystkim na komunikację w social media.

W agencji SPACE PR odpowiada - za strategię oraz obsługę klientów agencji. Wybrani klienci agencji: Branża Medyczna: Szpital św. Łukasza w Bielsku-Białej, Szpital Pod Bukami, Klinika Galena, Inter-Med, Branża Automotyw: Inter-Welm autoryzowany Dealer: Audi, Skoda, VW, British Car - Autoryzowany Dealer Jaguar, LandRover, Nexteer, Carlex Design, PickupDesign inne branże: Opta Frames, Entelo - Dobrze Krzesło, Modular System.

Od 2009 roku jest wykładowcą na uczelniach oraz konferencjach m.in. w 2012 roku miał przyjemność być prelegentem na Europejskim Forum Gospodarczym Małych i Średnich Przedsiębiorstw w Katowicach, gdzie miał 2 godzinne wystąpienie na temat WEB-marketingu. Prowadzi szkolenia z zakresu Social Media dla biznesu, Facebook Ads, LinkedIn. Jako konsultant z zakresu komunikacji w mediach społecznościowych szkolił pracowników działów marketingu i public relations m.in Centrum Nauki Kopernik, AutoDesk, Kopalnia Soli w Wieliczce, Sodexo, Entelo Sp. z o.o, agencja MoMa

Marketing, Sfera Group, Instytut Publico, Buszman Sp. z o.o. Communications Consulting Research Strategies. Wspólnie z T-mobile brał udział w projekcie Śniadania Biznesowe z Tmobile, Vantis Holding. Od 2010 roku jestem członkiem Polskiego Stowarzyszenia Public Relations a od maja 2015 przewodniczącym śląskiego oddziału PSPR.

Liczba godzin usługi: 16

Cena szkolenia / os.

5 600,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

Reklama w social mediach z realizacją strategii promocji oraz budową lejków sprzedaży

Ramowy program usługi:

Dzień 1

1. Wprowadzenie do social media: statystyki

- Konsument vs Prosument.
- Social Media na świecie.
- Social Media w Polsce
- Potencjał Facebooka:
- Facebook w Polsce.
- Edgerank – co nam daje.
- Inne narzędzia Facebooka: Dark Post, Booty Facebooka, Facebooka Audience Optimizations, Facebook Live, Facebook Graph.

2. Strategia kampanii reklamowej:

- Główne założenia strategii reklamowej.
- Jak określić cele reklamowe.
- Określenie grupy docelowej kampanii.
- Content Marketing – jak wybrać odpowiedni Content dostosowany do celu i grupy odbiorców kampanii.
- Facebook jako narzędzie reklamowe:
- Podstawy Facebook Ads – jak założyć konto reklamowe.
- Dostępne formaty reklamowe – charakterystyka, jak dobrać właściwy format reklamowy do celów kampanii.
- Narzędzia re-marketingowe (pixel facebooka, pixel konwersji).

3. Influencers on Facebook:

- Jak znaleźć potencjalnych odbiorców kampanii reklamowej.
- Statystyki grup odbiorców.
- Niestandardowe grupy odbiorców.
- Jak wykorzystać bazę mailingową, telefoniczną w kampaniach reklamowych.

4. Facebook Ads.1:

- Jak stworzyć kampanie reklamową?
- Facebook Ads Manager
- Facebook Power Editor.
- Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.
- Q&A.

Dzień 2

5. Facebook Ads.2 – Warsztaty:

- Reklamy w dostępnych formatach reklamowych.
- Przygotowanie grafik – dostosowanych do formatów reklamowych.
- Reklamy zgodne z regulaminem Facebooka.
- Kampania reklamowa na Instagram.

6. Facebook Insights – analityka facebooka.

- Narzędzie Facebook Insights – dla Fan Page'y.
- Analityka Kampanii Reklamowej.
- Pixel Facebooka.
- Q&A
- Podsumowanie szkolenia

7. Instagram:

- Reklama Instagram
- Nowe trendy Instagram
- Q&A
- Podsumowanie szkolenia

8. Indywidualne konsultacje

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnicy dowiedzą się:

- jak określić cele reklamowe;
- jak prowadzić kampanie na Facebooku i instagramie;
- Jakie kanały w mediach społecznościowych warto wykorzystać w komunikacji marketingowej;
- Jakie funkcjonalności w poszczególnych mediach społecznościowych pozwolą im na realizację założonych celów biznesowych i komunikacyjnych;
- Jak dobrać właściwy format reklamowy do celów kampanii.

Uczestnicy nabędą umiejętności:

- Tworzenia zintegrowanych strategii komunikacji w social mediach;
- Określenia grupy docelowej kampanii;
- Pozyskiwania nowych klientów przy wykorzystaniu mediów społecznościowych.

Uczestnicy rozwiną kompetencje z zakresu e-marketingu.

Reklama w social mediach z realizacją strategii promocji oraz budową lejków sprzedaży

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Wprowadzenie do social media: statystyki	1 dzień	09:00	10:00	1:00
2	Potencjał Facebooka	1 dzień	10:00	11:00	1:00
3	Przerwa	1 dzień	11:00	11:15	0:15
4	Strategia kampanii reklamowej	1 dzień	11:15	12:00	0:45
5	Facebook jako narzędzie reklamowe	1 dzień	12:00	12:45	0:45
6	Przerwa obiadowa	1 dzień	12:45	13:45	1:00
7	Influencers on Facebook	1 dzień	13:45	15:15	1:30
8	Przerwa	1 dzień	15:15	15:30	0:15
9	Facebook Ads.1	1 dzień	15:30	17:00	1:30
10	Facebook Ads.2 - Warsztaty	2 dzień	09:00	11:00	2:00
11	Przerwa	2 dzień	11:00	11:15	0:15
12	Facebook Insights - analityka Facebooka	2 dzień	11:15	12:45	1:30
13	Przerwa obiadowa	2 dzień	12:45	13:45	1:00
14	Instagram	2 dzień	13:45	15:15	1:30
15	Przerwa	2 dzień	15:15	15:30	0:15
16	Konsultacje	2 dzień	15:30	17:00	1:30

Metody radzenia sobie ze stresem

Cel biznesowy

Celem biznesowym szkolenia jest poprawa efektywności pracowników poprzez minimalizację wpływu stresu wynikającego z wykonywanych obowiązków. Główne obszary zmian: podjęcie świadomych działań redukujących stres, wykorzystanie technik relaksacyjnych, usprawnienie komunikacji w zespole i metod współpracy w trakcie zadań, wdrożenie narzędzi treningu mentalnego w sytuacji stresogennej. Skuteczne zastosowanie proponowanych metod i narzędzi pozwoli poszczególnym jednostkom pracować w sposób bardziej wydajny. Jednocześnie pomoże pracownikom uniknąć potencjalnych błędów w wykonywaniu swoich zawodowych obowiązków, które mogłyby wynikać z nadmiaru bodźców destabilizujących homeostazę organizmu i zmniejszających koncentrację.

Cel edukacyjny

Cele edukacyjne warsztatu związane z wiedzą, umiejętnościami oraz postawą Uczestników i służące poprawie jakości życia to: określenie, czym jest stres i jakie skutki wywołuje w odniesieniu do różnych obszarów życia zawodowego, identyfikacja stresorów w środowisku zawodowym i szukanie efektywnych strategii radzenia sobie z nimi, pozyskanie informacji o metodach pozwalających rozładowywać stres na poziomie poznawczym, emocjonalnym oraz fizycznym, wykorzystanie w praktyce metod redukowania napięcia, stresu oraz likwidowania przyczyn związanych ze sferami – psychiczną i fizyczną funkcjonowania człowieka, opanowanie podstawowych technik relaksacyjnych (oddechowych, wizualizacyjnych i pracy z ciałem) przydatnych podczas sytuacji stresujących, uświadomienie osobistej odpowiedzialności za swój stres, czyli zwiększenie odpowiedzialności za własne reakcje i działania, zwiększenie motywacji do stałego i konsekwentnego rozwoju nawyków będących podstawą równowagi emocjonalno-psychicznej, zainspirowanie do poszerzania wiedzy w obszarze przeciwdziałania nadmiernemu stresowi i dbałości o zdrowy styl życia.

Grupa docelowa

Szkolenie kierowane jest do przedsiębiorców, właścicieli firm, kadr menedżerskich, pracowników działów sprzedaży oraz wszystkich osób zagrożonych efektem wypalenia zawodowego.

Prowadzący

Tomasz Markowski

Konsultant, Trener Biznesu i Menedżer. Przedsiębiorca – freelancer. Twórca programów szkoleniowych dla zespołów sprzedażowych. Specjalista w rozwijaniu kompetencji społecznych w obszarze sprzedaży, obsługi Klientów oraz komunikacji wewnętrznej w zespołach.

Od początku kariery zawodowej zajmował się sprzedażą w relacji B2B oraz B2C w branżach IT oraz sektorze finansowym. Od 11 lat prowadzi własną działalność w zakresie rozwoju kompetencji miękkich (sprzedaż, komunikacja biznesowa) i jednocześnie zarządza zespołem doradców Klienta w branży ubezpieczeniowej. Jest autorem podręcznika dla osób wdrażających się do zawodu: „Sprzedaż doradczą”. Prowadził szkolenia dla przedsiębiorców oraz Klientów korporacyjnych w różnych branżach – m. in. finanse, GSM. Przeprowadził ponad 800 dni szkoleń oraz warsztatów kompetencyjnych z zakresu: - budowania relacji, - komunikacji w biznesie, - sprzedaży doradczej, - obsługi Klienta, - wywierania wpływu, - typologii osobowości, - zarządzania sobą w czasie, - budowanie kompetencji menedżerskich. Współtworzył procesy rekrutacyjne w ramach Assessment Centre i pełnił rolę asesora.

Kompetencje wykorzystywane w pracy trenerskiej rozwijał podczas kursów trenerskich (m.in. DOOR oraz Pracownia Psychologiczna Elżbiety Sołtys). Umiejętności związane z prowadzeniem procesów coachingowych rozwijał w trakcie warsztatów Jacka Rozenka oraz prowadząc sesje coachingowe menedżerów sprzedaży. Główne obszary pracy trenerskiej i coachingowej: Prowadzi szkolenia biznesowe rozwijające kompetencje Konsultantów, Doradców Klienta, Menedżerów dla firm prywatnych – w tym szkolenia z zakresu Train The Trainers. Rozwój kompetencji menedżerskich jest oparty na własnych doświadczeniach w budowaniu zespołu Doradców Klienta. Swoją pracę opiera na podstawowych umiejętnościach związanych z wyznaczaniem celów, delegowaniem i monitorowaniem zadań oraz motywowaniem pracowników. Czynn timeruje nad rozwojem kompetencji pracowników poprzez coaching menedżerski i mentoring. Specjalizuje się w tematach: techniki sprzedaży, negocjacje, obsługa klienta, sztuka zadawania pytań, relacje interpersonalne, metody radzenia sobie ze stresem, tworzenie prezentacji i wystąpienia biznesowe.

Liczba godzin usługi: 16

Cena szkolenia / os.

4 960,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

Metody radzenia sobie ze stresem

Ramowy program usługi:

Dzień pierwszy:

Moduł 1: Inauguracja warsztatu.

- Wprowadzenie do tematu.
- Przedstawienie celów i zakresu warsztatu.
- Określenie celów biznesowych i indywidualnych oraz grupy do pracy podczas szkolenia i w przyszłości.
- Kontrakt – ustalenie zasad pracy podczas zajęć.

Moduł 2: Wprowadzenie do zagadnienia.

- Jakie są zdrowotne konsekwencje występowania długotrwałego stresu?
- Określenie kluczowych stresorów w sytuacji pracy.
- Rozbudzenie automotywacji, chęci rozwoju w obszarze zarządzania stresem.
- Analiza poszczególnych czynników stresogennych w odniesieniu do Modelu Obszaru Wpływu.
- Jakie działania już podejmuję, a jakie mogę podjąć działając w swojej sferze wpływu?
- Zebranie dobrych praktyk do wykorzystania w rzeczywistości zawodowej Uczestników.

Moduł 3: Autodiagnoza i decyzyjność.

- Autodiagnoza – badanie podatności na stres wraz z omówieniem wyników
- Kwestia odpowiedzialności za stres – występowanie i radzenie sobie z nim

Moduł 4: Strategie radzenia sobie ze stresem.

- Przegląd modeli radzenia sobie ze stresem – psychologiczne mechanizmy obronne.
- 3 modele „copingu” wraz z oceną ich skuteczności.
- Możliwość zastosowania określonych strategii w poszczególnych sytuacjach zawodowych.

Dzień drugi:

Moduł 5: 4 filary.

- Zmiana sposobu widzenia siebie i świata.
- Zarządzanie emocjami w pracy.
- Techniki relaksacyjne.
- Radzenie sobie z sytuacjami kryzysowymi w pracy.

Moduł 6: Pozostałe metody radzenia sobie ze stresem:

- 4 etapy pracy z problemem (4 kluczowe pytania).
- Oszukaj swój umysł – podejmij działanie i wyłącz myślenie.
- Oddzielenie się w czasie, jedna rzecz naraz.
- 3 kroki – dane, pogodzenie się i działanie.

Moduł 7: Komunikacja interpersonalna a stres i działanie w stanie wzburzenia.

- Zakłócenia w komunikacji.
- Pozycje percepcyjne.
- Praca w zespole i konflikt.
- Asertywność i planowanie pracy.

Moduł 8: Przestań się zamartwiać i zacznij żyć:

- Czy pojawianie się stresu może być wynikiem doświadczeń z przeszłości?
- Zamartwianie się i jego wpływ na funkcjonowanie jednostki
- Action Plan – 5C
- Podsumowanie warsztatu.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

- Usystematyzują swoją wiedzę na temat stresu w pracy, przyczyn oraz skutków.
- Poprawią wydajność i efektywność swojej pracy dzięki świadomości rozpoznaniu sytuacji stresogennych.
- Zwiększą satysfakcję z pracy i zaangażowanie w ramach swoich zadań dzięki obniżonemu poziomowi stresu.
- Zmniejszą ryzyko wystąpienia wypalenia zawodowego i spadku motywacji
- Rozwiną świadomość swoich reakcji stresowych, aby skutecznie przeciwdziałać negatywnym konsekwencjom stresu.
- Wezmą odpowiedzialność za proaktywne podejście do sytuacji stresowych i szukanie konstruktywnych sposobów poradzenia sobie z trudną sytuacją.
- Podejmą kroki przeciwdziałające negatywnym konsekwencjom reakcji stresowych.
- Będą zmotywowani do poprawy swojego dobrostanu psychofizycznego poprzez poznanie i przeciwiczenie metod i technik umożliwiających obniżenie napięcia wywołanego negatywną reakcją na stres.
- Dostrzegą możliwość redukcji napięcia i ograniczenia negatywnego wpływu stresorów.

Metody radzenia sobie ze stresem

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Inauguracja warsztatu	1 dzień	08:30	09:30	1:00
2	Wprowadzenie do zagadnienia	1 dzień	09:30	11:30	2:00
3	Autodiagnoza i decyzyjność	1 dzień	11:30	13:30	2:00
4	Strategie radzenia sobie ze stresem	1 dzień	13:30	16:30	3:00
5	4 filary	2 dzień	08:30	10:30	2:00
6	Pozostałe metody radzenia sobie ze stresem	2 dzień	10:30	12:30	2:00
7	Komunikacja interpersonalna a stres i działanie w stanie wzburzenia	2 dzień	12:30	14:30	2:00
8	Przestań się zamartwiać i zacznij żyć	2 dzień	14:30	16:30	2:00

Strategiczne tworzenie i zarządzanie własnymi projektami

Cel biznesowy

Umiejętność tworzenia własnych projektów i doprowadzaniu ich do finalizacji jest kluczową kompetencją biznesową w dzisiejszych czasach. Każdy projekt ma swoją specyfikę, na którą nakładają się jeszcze zasoby jego twórcy, zatem zarządzanie nim nie jest ani łatwe ani proste. Istnieją jednak pewne zasady, które można zastosować i zrealizować projekt z sukcesem. Warsztaty mają na celu podniesienie umiejętności i kompetencji w zakresie tworzenia oraz skutecznego zarządzania własnymi projektami.

Cel edukacyjny

Edukacyjnym celem szkolenia jest przedstawienie zasad budowania oraz realizacji własnymi projektami. Uczestnicy poprzez przybliżenia znajomości determinant wpływających na podejmowane przez nich decyzje, będą w stanie zdiagnozować punkty zapalne w swoich działaniach, przez które nie zawsze efekty końcowe podejmowanych projektów są satysfakcjonujące. Celem edukacyjnym będzie również pokazanie w jaki sposób należy efektywnie zarządzać sobą w czasie, wzbudzać i podnosić własną efektywność i sprawczość działania.

Grupa docelowa

Szkolenie jest skierowane do wszystkich osób pracujących w firmie.

Prowadzący

Anna Nitkiewicz-Jankowska

dr nauk ekonomicznych z zakresu Zarządzania i Ekonomiki Usług, Trener marki osobiste, Trener profesjonalnej obsługi klienta, twórczyni i manager projektu Silna Marka Hotelu, właścicielka firmy Premium Personal Branding, twórczyni projektu Akademii Marki Osobistej. Działania szkoleniowe, budowanie strategii działania w firmach i dla osób prywatnych na wysokich stanowiskach. Dodatkowo ukończony półroczny kurs Master Business Training w Rowińska Business Coaching: Budowanie zespołów marzeń, Asertywność, Budowanie pewności siebie, 7 zasad zarządzania sobą w czasie. Certyfikowany Revenue Manager. Profesjonalny Event Manager.

Liczba godzin usługi: 16

Cena szkolenia / os.

5 760,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

Strategiczne tworzenie i zarządzanie własnymi projektami

Ramowy program usługi:

Dzień pierwszy:

Moduł I: Czym jest zarządzanie strategiczne?

- Cechy działania zorganizowanego
- Zarządzanie strategiczne w praktyce
- Cechy dobrej organizacji działań
- Bodźce motywacyjne wpływające na kierowanie ludźmi/sobą

Moduł II. Determinanty naszej decyzyjności

- Czynniki wpływające na nasze działanie
- Istota podejmowania decyzji - dynamika procesu decyzyjnego
- Fazy podejmowania decyzji
- Trudne decyzje i ich złożoność

Moduł III. Zarządzanie sobą w czasie

- Audyt wewnętrznego zarządzania sobą w czasie na podstawie posiadanego potencjału
- Asertywność jako warunek skuteczności
- Dobra organizacja to umiejętność stawiania właściwych celów
- Matryca Eisenhower-a
- Zasady zarządzania sobą w czasie

Dzień drugi:

Moduł IV. Projekt jako złożone działania w jednym celu

- Rodzaje projektów własnych
- Cechy projektów
- Umiejętność wyboru priorytetów - zależność działań

Moduł V. Na czym polega zarządzanie projektami?

- Cechy zarządzania projektem
- Funkcje zarządzania projektem
- Płaszczyzny zagrożeń projektu i jak je unikać
- Zarządzanie jakością - cykl Deminga

Moduł VI. Zarządzanie własnymi projektami w praktyce

- Zasady planowania
- Kalendarz jako podstawowe narzędzie planowania
- Narzędzia do zarządzania projektami zespołowymi
- Technika produktywności w realizacji projektów
- Jak poradzić sobie z prokrastynacją czyli nie będę już odkładać nic na potem
- Samomotywacja nie jest potrzebna jeśli znasz swoje dlaczego?
- Sposoby na skuteczne i szybkie realizowanie własnych projektów

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnik pozna:

- Cechy dobrej organizacji działania
- Czynniki wpływające na podejmowane decyzje
- Fazy podejmowania decyzji
- Zasady efektywnego zarządzania sobą w czasie
- Rodzaje projektów i ich specyfikę
- Techniki wpływające na efektywność
- Narzędzia do planowania i zarządzania projektami złożonym

Uczestnik będzie potrafił:

- Zapanować nad negatywnymi czynnikami wpływającymi na efektywność działania
- Rozłożyć trudne decyzje na czynniki pierwsze co ułatwi ich wyeliminowanie
- Zdiagnozować płaszczyznę zagrożeń w realizacji projektu
- Wyznaczać priorytetowa działania we własnych projektach

Uczestnik nabeździe umiejętności:

- Podejmowania trudnych decyzji
- Poszukiwania rozwiązań sytuacji trudnych
- Wdrażania w życie cyklu zarządzania jakością Deminga

Strategiczne tworzenie i zarządzanie własnymi projektami

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Moduł I: Czym jest zarządzanie strategiczne?	1 dzień	09:00	10:30	1:30
2	Przerwa kawowa	1 dzień	10:30	10:45	0:15
3	Moduł II. Determinanty naszej decyzyjności	1 dzień	10:45	13:00	2:15
4	Przerwa obiadowa	1 dzień	13:00	14:00	1:00
5	Moduł III. Zarządzanie sobą w czasie	1 dzień	14:00	17:00	3:00
6	Moduł IV. Projekt jako złożone działania w jednym celu	2 dzień	09:00	10:30	1:30
7	Przerwa kawowa	2 dzień	10:30	10:45	0:15
8	Moduł V. Na czym polega zarządzanie projektami?	2 dzień	10:45	13:00	2:15
9	Przerwa obiadowa	2 dzień	13:00	14:00	1:00
10	Moduł VI. Zarządzanie własnymi projektami w praktyce	2 dzień	14:00	17:00	3:00

Sprzedaż doradcza metodą SPIN

Cel biznesowy

Celem biznesowym jest podniesienie kompetencji sprzedażowych uczestników oraz zwiększenie ich efektywności w pracy z Klientem. Dokładna analiza potrzeb Klienta, lepsze zrozumienie jego oczekiwań oraz sytuacji, a następnie precyzyjne określenie konsekwencji braku dostępu do produktu lub usługi, pomoże sprzedawcom podnieść jakość składanych ofert i zwiększyć prawdopodobieństwo sprzedaży.

Cel edukacyjny

W obszarze wiedzy, umiejętnościami oraz postawy warsztat zrealizuje poniższe cele edukacyjne. Uczestnicy poznają metodę sprzedaży naturalnej opartej o nieinwazyjną rozmowę z Klientem. Poznają przykłady pytań do każdego z etapów oraz dowiedzą się, jaki skutek może przynieść właściwy dobór pytań. Uczestnicy nauczą się zadawać właściwe pytania, we właściwym momencie i we właściwy sposób. Wdrożą w swój warsztat kompetencyjny umiejętność zamiany pytań zamkniętych na otwarte oraz zadawanie pytań zgodne z kontekstem. Uczestnicy nauczą się sprawnie poruszać i korzystać z narzędzia, które pomoże im przeprowadzić Klienta przez proces decyzyjny. Uczestnicy będą zmotywowani do korzystania w sposób etyczny z nowonabytych umiejętności. Będą chcieli doskonalić swoje kompetencje i rozwijać swój warsztat umiejętności.

Grupa docelowa

Szkolenie kierowane jest do przedsiębiorców, właścicieli firm oraz osób pełniących rolę sprzedawców, handlowców.

Prowadzący

Tomasz Markowski

Konsultant, Trener Biznesu i Menedżer. Przedsiębiorca – freelancer. Twórca programów szkoleniowych dla zespołów sprzedażowych. Specjalista w rozwijaniu kompetencji społecznych w obszarze sprzedaży, obsługi Klientów oraz komunikacji wewnętrznej w zespołach.

Od początku kariery zawodowej zajmował się sprzedażą w relacji B2B oraz B2C w branżach IT oraz sektorze finansowym. Od 11 lat prowadzi własną działalność w zakresie rozwoju kompetencji miękkich (sprzedaż, komunikacja biznesowa) i jednocześnie zarządza zespołem doradców Klienta w branży ubezpieczeniowej. Jest autorem podręcznika dla osób wdrażających się do zawodu: „Sprzedaż doradcza”. Prowadził szkolenia dla przedsiębiorców oraz Klientów korporacyjnych w różnych branżach – m. in. finanse, GSM. Przeprowadził ponad 800 dni szkoleń oraz warsztatów kompetencyjnych z zakresu: - budowania relacji, - komunikacji w biznesie, - sprzedaży doradczej, - obsługi Klienta, - wywierania wpływu, - typologii osobowości, - zarządzania sobą w czasie, - budowanie kompetencji menedżerskich. Współtworzył procesy rekrutacyjne w ramach Assessment Centre i pełnił rolę asesora.

Kompetencje wykorzystywane w pracy trenerskiej rozwijał podczas kursów trenerskich (m.in. DOOR oraz Pracownia Psychologiczna Elżbiety Sołtys). Umiejętności związane z prowadzeniem procesów coachingowych rozwijał w trakcie warsztatów Jacka Rozenka oraz prowadząc sesje coachingowe menedżerów sprzedaży. Główne obszary pracy trenerskiej i coachingowej: Prowadzi szkolenia biznesowe rozwijające kompetencje Konsultantów, Doradców Klienta, Menedżerów dla firm prywatnych – w tym szkolenia z zakresu Train The Trainers. Rozwój kompetencji menedżerskich jest oparty na własnych doświadczeniach w budowaniu zespołu Doradców Klienta. Swoją pracę opiera na podstawowych umiejętnościach związanych z wyznaczaniem celów, delegowaniem i monitorowaniem zadań oraz motywowaniem pracowników. Czynnie pracuje nad rozwojem kompetencji pracowników poprzez coaching menedżerski i mentoring. Specjalizuje się w tematach: techniki sprzedaży, negocjacje, obsługa klienta, sztuka zadawania pytań, relacje interpersonalne, metody radzenia sobie ze stresem, tworzenie prezentacji i wystąpienia biznesowe.

Liczba godzin usługi: 16

Cena szkolenia / os.

4 400,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

Sprzedaż doradcza metodą SPIN

Ramowy program usługi:

Dzień pierwszy:

Moduł 1: Inauguracja zajęć.

Wprowadzenie do tematu.

- Przedstawienie celów i zakresu warsztatu.
- Kontrakt – ustalenie zasad pracy podczas zajęć.

Moduł 2: Co jest ważne w sprzedaży – a co kluczowe?

- Proces sprzedaży i jego etapy.
- Kompetencje i predyspozycje – czy są wrodzone, czy jednak możliwe do wypracowania?
- Autodiagnoza kompetencji sprzedażowych.

Moduł 3: Pytania zamknięte i otwarte.

- Generator pytań – nasz mózg.
- Edukacja i jej efekty w życiu dorosłym.
- Praca z pytaniami od ogółu do szczegółu.
- Zamiana pytań z zamkniętych na otarte
- Pytania kontekstowe.

Moduł 4: Kontekst – pytania sytuacyjne.

- Cel zadawanych pytań.
- Korzyści z etapu kontekstowej analizy sytuacji Klienta.
- Baza użytecznych pytań sytuacyjnych.

Dzień drugi:

Moduł 5: Kłopot – pytania o problemy Klienta.

- Cel zadawanych pytań.
- Korzyści z etapu rozmowy o problemach Klienta.
- Baza użytecznych pytań.

Moduł 6: Konsekwencje – pytania o implikacje problemów Klienta.

- Cel zadawanych pytań.
- Korzyści z etapu rozmowy o konsekwencjach braku produktu lub usługi dla Klienta.
- Baza użytecznych pytań.

Moduł 7: Korzyść – pytania naprowadzające na rozwiązanie.

- Cel zadawanych pytań.
- Korzyści z etapu zadawania pytań naprowadzających.
- Baza użytecznych pytań.

Moduł 8: Action plan.

- Action plan uczestników.
- Podsumowanie warsztatu.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnicy szkolenia:

- Usystematyzują swoją wiedzę na temat procesu sprzedaży i budowania relacji z Klientem.
- Pozną metodę sprzedaży naturalnej SPIN.
- Nauczą się zadawać użyteczne pytania, zgodne z kontekstem, które otwierają rozmowę i proces udzielania informacji przez Klienta.
- Wdrożą w swój warsztat sprzedażowy umiejętność prowadzenia rozmowy za pomocą pytań.
- Przekonają się do wartości rozmowy pozbawionej założeń i domysłów co do drugiej osoby lub sytuacji.
- Będą zmotywowani do korzystania z nowego narzędzia i wdrażania go w swoją pracę z Klientami.

Sprzedaż doradcza metodą SPIN

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Inauguracja zajęć - temat, cele i zasady	1 dzień	08:30	09:30	1:00
2	Kłopot - pytania o problemy Klienta	1 dzień	08:30	10:30	2:00
3	Kontekst - pytania sytuacyjne	1 dzień	14:30	16:30	2:00
4	Co jest ważne w sprzedaży - a co kluczowe?	2 dzień	09:30	10:30	1:00
5	Konsekwencje - pytania o implikacje problemów Klienta	2 dzień	10:30	12:30	2:00
6	Pytania zamknięte i otwarte	2 dzień	10:30	14:30	4:00
7	Korzyść - pytania naprowadzające na rozwiązanie	2 dzień	12:30	15:30	3:00
8	Action plan uczestników	2 dzień	15:30	16:30	1:00

Fundamenty skutecznej sprzedaży

Cel biznesowy

Zysk; wsparcie procesu sprzedaży, przygotowanie do rozmowy z klientem z uwzględnieniem osobowości klienta, jego potrzeb; budowa przewagi konkurencyjnej na podstawie różnych czynników; czerpanie korzyści z poprawnie budowanych relacji biznesowych; utrzymanie długotrwałych relacji z klientem; sposoby na radzenie sobie czynnikami, które dekoncentrują i demotywią t.j.z presją i krytyką; utrzymanie długofalowych relacji z klientem; prowadzenie negocjacji przynoszącej korzyść obu stronom; zwiększenie motywacji; efektywność podejmowanych działań sprzedażowych

Cel edukacyjny

Przygotowanie do rozmowy z klientem; umiejętność przeprowadzenia procesu sprzedaży zakończonego zamknięciem; budowanie długotrwałych relacji biznesowych, które mogą być jednym z wyznaczników przewagi konkurencyjnej; umiejętność dobierania odpowiedniej argumentacji, na podstawie typu osobowości Klienta; poznanie sposobów na radzenie sobie z obiekcjami Klienta; dobór najskuteczniejszych metod radzenia sobie z krytyką i związanym z nią stresem; umiejętność negocjacji dającej obustronną satysfakcję.

Grupa docelowa

- Pracownicy sił sprzedaży
- Menedżerowie zajmujący się sprzedażą bądź uzgodnieniami z Klientami
- Wszyscy, którzy chcą znacząco zwiększyć skuteczność własną i zespołów

Prowadzący

Marcin Juchniewicz

Psycholog, mówca motywacyjny, trener, coach. Członek Polskiego Towarzystwa Psychologicznego oraz Stowarzyszenia Konsultantów i Trenerów Zarządzania MATRIK. Podróżnik – głównie rejon Ameryki Południowej oraz Środkowej, aktor, pomysłodawca i współtwórca cyklu warsztatów łączących psychologię z wyzwaniem dnia codziennego: „Komunikacja bez tajemnic”, „Zarządzanie sobą w zmiennym środowisku”, „Miejski Survival”. Specjalista ds. procesów grupowych, komunikacji wpływu oraz rozwoju osobistego. Przewodniczący komisji egzaminacyjnej Trainers Essential Skills, wykładowca Francuskiego Instytutu Zarządzania na studiach MBA.

Na przestrzeni ostatnich lat przeprowadził ponad 400 szkoleń dla organizacji na rynku polskim oraz zagranicznym a także przeprowadził ponad 1 000 godzin indywidualnych sesji coaching'owych. Podczas realizowanych szkoleń najwyższą uwagę przykład do potrzeb i oczekiwań Klientów przekazując uczestnikom użyteczne narzędzia z zakresu omawianego tematu. Odznacza się wysokimi umiejętnościami organizacyjnymi, trenerskimi oraz komunikacyjnymi. Zawsze dba o komfort psychologiczny uczestników i pełną realizację postawionych celów szkoleniowych.

Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego, Wydział Psychologii, specjalizacja: psychologia stosowana. Ukończył także Studium Coachingu organizowane przez Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Kurs Trenerów Zarządzania, przeprowadzony przez Stowarzyszenie Konsultantów i Trenerów Zarządzania MATRIK. Odbył Szkolenie z zakresu: „Rozwiązywanie trudnych sytuacji menedżerskich”, przeprowadzone przez Stowarzyszenie Konsultantów i Trenerów Zarządzania „MATRIK” oraz „Master of NLP” organizowane przez Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Liczba godzin usługi: 18

Cena szkolenia / os.

6 300,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

Fundamenty skutecznej sprzedaży

Ramowy program usługi:

Dzień I

- Przygotowanie do spotkania
- Budowanie relacji z Klientem / sprzedaż relacyjna
- Rozpoznawanie potrzeb Klienta
- Argumentacja / prezentacja / przekonywanie

Dzień II

- Negocjacje warunków kontraktu
- Radzenie sobie z obiekcjami
- Finalizacja transakcji
- Follow up – działania potransakcyjne

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

- Umiejętność utrzymania długofalowej, obustronnie korzystnej relacji handlowej
- Łatwość w rozpoznawaniu typu osobowości Klienta i uwzględnianie tej wiedzy podczas
- negocjacji
- Biegłość w rozpoznawaniu potrzeb Klienta
- Uzyskanie informacji niezbędnych do przygotowania argumentacji oraz ewentualnej reakcji na
- obiekcje.
- Łatwość w radzeniu sobie z niechęcią do współpracy
- Umiejętność radzenia sobie z krytyką, presją i manipulacją

Fundamenty skutecznej sprzedaży

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Przygotowanie do rozmowy z Klientem.	1 dzień	09:00	10:00	1:00
2	Ustalenie celu rozmowy- to przekłada się na wyższą determinację podczas samej sprzedaży.	1 dzień	10:00	11:30	1:30
3	Budowanie dobrego, niebanalnego kontaktu z Klientem, który może odróżnić go od konkurentów.	1 dzień	11:30	12:00	0:30
4	Budowanie długofalowej, obustronnie korzystnej relacji handlowej.	1 dzień	12:00	12:30	0:30
5	Rozpoznawanie i uwzględnianie w negocjacjach typu osobowości Klienta.	1 dzień	12:30	13:00	0:30
6	Przerwa obiadowa	1 dzień	13:00	14:00	1:00
7	Uczynienie z dobrej relacji przewagi konkurencyjnej.	1 dzień	14:00	15:30	1:30
8	Rozpoznawanie potrzeb Klienta.	1 dzień	15:30	17:00	1:30
9	Uzyskanie informacji niezbędnych do przygotowania argumentacji oraz ewentualnej reakcji na obiekcje.	1 dzień	17:00	18:30	1:30
10	Prezentowanie oferty poprzez pokazywanie korzyści w odniesieniu do potrzeb i typu Klienta.	2 dzień	09:00	11:00	2:00
11	Radzenie sobie z niechęcią do współpracy, zastrzeżeniami, trudnymi "zagrywkami".	2 dzień	11:00	12:00	1:00
12	Radzenie sobie z presją i manipulacją.	2 dzień	12:00	13:00	1:00
13	Przerwa obiadowa	2 dzień	13:00	14:00	1:00
14	Radzenie sobie z uzasadnionymi reklamacjami.	2 dzień	14:00	15:30	1:30
15	Zamykanie sprzedaży, negocjowanie warunków transakcji w sposób dający jak największą satysfakcję obydwu stronom.	2 dzień	15:30	17:30	2:00

Modele i narzędzia efektywnej sprzedaży

Cel biznesowy

Program szkoleniowy pozwoli Tobie dotrzeć do nowych klientów Twojego biznesu, co pozwoli na zwiększenie ilości klientów i możliwości zwiększenia przychodu. Szkolenie pozwoli na wypracowanie standardów i modeli zwiększających efektywność w obszarach planowania i zarządzania sprzedażą. Dzięki takim rozwiązaniom firma będzie w stanie zwiększyć swoją sprzedaż oraz rentowność biznesu już o kilka procent w przeciągu pierwszego miesiąca. Główny cel to usystematyzowanie podejścia sprzedażowego, zbudowanie kontrolowanego procesu dotarcia i sprzedaży, dzięki czemu organizacja będzie w stanie w sposób skalowany zwiększać swoje zyski.

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest zapoznanie uczestnika ze skutecznymi technikami sprzedaży, uzyskanie umiejętności efektywnej analizy swojego potencjału sprzedażowego, zbudowanie mapy potrzeb wybranych grup docelowych. Szkolenie ma na celu wypracowanie u uczestników podejścia do sprzedaży jako do procesu zbudowania lejka sprzedaży uwzględniającego: grupę docelową, narzędzia pozyskiwania kontaktów, prezentację produktu oraz zamknięcie sprzedaży. Uczestnicy naberą umiejętność profilowania swoich potencjalnych klientów, budowania skutecznych komunikatów sprzedażowych oraz rozpoznawania źródeł oporów w podjęciu decyzji sprzedażowej. Uczestnik wypracuje również swój unikatowy model sprzedażowy w oparciu o swój potencjał mocnych stron i swoje indywidualne predyspozycje.

Grupa docelowa

Szkolenie kierowane jest od wszystkich osób działających na rynku sprzedażowym.

Prowadzący

Mirosław Ziętkowski

Przedsiębiorca, trener, konsultant, doradca, specjalista biznesu. Ekspert z trzydziestoletnią aktywnością zawodową w obszarze sprzedaży i budowy struktur. Przeprowadził setki profesjonalnych szkoleń sprzedażowych oraz seminariów motywacyjnych. Specjalizuje się w doradztwie strategicznym dla firm, budowaniu zespołów i grup sprzedażowych, rozwijaniu umiejętności menadżerów sprzedaży, wdrażaniu systemów planowania i monitoringu codziennych aktywności, budowaniu relacji i komunikacji. Lubi sprzedaż, zna jej mechanizmy oraz specyfikę i rozumie ją. Jego kariera rozpoczęła się już w wieku 21 lat. Przeszedł ścieżkę kariery od sprzedawcy produktów ubezpieczeniowych, do doradcy zarządów międzynarodowych korporacji. Od 10 lat aktywnie pracuje również na rynku rosyjskim, był współtwórcą ogromnego sukcesu sprzedażowego największej, państwowej firmy rosyjskiej z sektora ubezpieczeń i finansów.

W branży MLM zbudował strukturę ponad 25.000 klientów w tym ponad 3000 to partnerzy biznesowi. Prowadził własną firmę dystrybucyjną w której łączny wygenerowany obrót, to ponad 150 mln zł i ponad 14.000 pozyskanych klientów. Jego szkolenia przyciągają słuchaczy z całego świata, do tej pory w jego wykładach wzięło udział ponad 38.000 słuchaczy w Polsce i za granicą. Posiada ogromne doświadczenie oraz wiedzę i umiejętności na temat sprzedaży, wie jak należy działać i czego nie wolno robić, aby osiągnąć zaplanowane cele. Jako sportowiec z ponad 20-letnim stażem, odnoszący sukcesy jako wielokrotnie medalowany złotem zawodnik w siatkowej piłce plażowej (w tym medale w Pucharze Polski), założyciel stowarzyszeń aktywizujących młodzież w sporcie, doświadczony trener w biznesie współpracujący z międzynarodowymi firmami, oferuje poparte przykładami, sprawdzone rozwiązania dotyczące umiejętności mentalnych w dochodzeniu do założonych celów. Aktualnie wdraża mechanizmy treningu mentalnego w poniższych organizacjach: • Radomka Radom – wiceprezes i trener mentalny klubu • Vienna Insurance Group – trener mentalny kadry zarządzającej oraz grup sprzedażowych • VTB Insurance – trener grup sprzedażowych • RGS Russia Insurance – coaching indywidualny. • Leclerc Polska – trener mentalny menadżerów najwyższego szczebla • Polski Instytut Audytów Energetycznych – trener mentalny kadry zarządzającej • Kampania Odpał Umysł – aktywizacja młodzieży gimnazjalnej w sporcie, rozwijanie pasji do aktywności fizycznej w miejsce używek • Stowarzyszenie Zarolukujemy Radom – prezes inicjatywy, mającej na celu pobudzenie ducha sportu, rywalizacji i współdziałania

Od dziesięciu lat z powodzeniem działa na rynku rosyjskim. Współpraca biznesowa dotyczy w szczególności obszarów sprzedaży i rozwoju struktur konsumentko-sprzedażowych. W 2006 roku, wraz z piątką specjalistów z Polski, został zaproszony do zbudowania kanału dystrybucji dla największej firmy ubezpieczeniowej w Rosji – Rosgosstrah. Rosgosstrah to holding wchodzący w skład pierwszej dwudziestki największych rosyjskich firm, który zatrudnia ponad 40 tys. pracowników. W latach 2008-2009 pracował na stanowisku Dyrektora do spraw rozwoju w firmie „KAPITAL”. Dzięki odpowiedniemu wdrożeniu systemów sprzedaży spółka odnotowała 30% wzrost obrotów, pomimo dotkliwego kryzysu w 2008 roku. Obecnie współpracuje z wieloma przedsiębiorstwami, którym pomaga w zdobywaniu rosyjskiego rynku. Pracuje również jako konsultant i doradca dla rosyjskich firm. • Prowadzi szkolenia dla rosyjskich sieci MLM • Jest współwłaścicielem moskiewskiej spółki Best Collagen • Prowadzi wykłady dla studentów • Zna doskonale specyfikę i uwarunkowania rosyjskiego rynku • Zna Rosjan i ich mentalność • Zna biegle język rosyjski w mowie i piśmie • Jest członkiem Polskiego Klubu Biznesu przy Ambasadzie Polski w Moskwie

Liczba godzin usługi: 20

Cena szkolenia / os.

7 000,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

Modele i narzędzia efektywnej sprzedaży

Ramowy program usługi:

Dzień I:

1. Filozofia sprzedaży
2. Czym jest sprzedaż
3. Czym sprzedaż nie jest
4. Sprzedaż - sztuka czy rzemiosło?
5. Sprzedaż jest najważniejsza
6. Jakość osobowości - czy można bez niej sprzedawać?
7. Standardy sprzedaży - co to jest i kto je określa?
8. Planowanie - Jaki plan taki kram-czyli synergia oczekiwań i możliwości
9. Monitoring aktywności i rezultatów - ręka na pulsie
10. Segmentacja rynku - kwalifikacja klientów - Syndrom Pana Stefana
11. Zamknięty krąg sprzedaży - sprzedaż - jak gra na fortepianie
12. Proces sprzedaży - charakterystyka poszczególnych elementów oraz zajęcia praktyczne
13. Lista i klasyfikacja klientów „JAK WYBUDUJESZ TO PRZYJDA”

Dzień II:

1. Przygotowanie - sekrety i specyfika
2. Kontakt
3. Poziom relacji
4. Analiza potrzeb
5. Sztuka zadawania pytań
6. Dopasowanie oferty
7. Prezentacja
8. Odpowiedzi na trudne pytania
9. Finalizacja kontraktu
10. Rekomendacje
11. Współpraca

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

W czasie zajęć uczestnicy podzieleni na grupy. Osoby są przypadkowo dobierane do grup. W czasie dwóch dni szkolenia grupy zdobywają punkty za aktywność i zaangażowanie.

Oczekiwane rezultaty:

- wzrost ilości klientów oraz przychodu
- zdobycie informacji i kompetencji sprzedażowych
- podwyższenie kwalifikacji i umiejętności
- zbudowanie pozytywnej atmosfery wśród zespołu
- wzrost umiejętności i rozwoju własnego

Uczestnik uporządkuje swoje podejście do sprzedaży, świadomie zacznie budować procesy sprzedażowe, dzięki czemu zwiększy jakość i efektywność swojej pracy.

Modele i narzędzia efektywnej sprzedaży

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Filozofia sprzedaży	1 dzień	08:00	11:00	3:00
2	Planowanie - jaki plan taki kram - czyli synergia oczekiwań i możliwości	1 dzień	11:00	14:00	3:00
3	Segmentacja rynku - kwalifikacja klientów - Syndrom Pana Stefana Zamknięty krąg sprzedaży - sprzedaż - jak gra na fortepianie Proces sprzedaży - charakterystyka poszczególnych elementów oraz zajęcia praktyczne	1 dzień	14:00	16:00	2:00
4	Lista i klasyfikacja klientów „JAK WYBUDUJESZ TO PRZYJDĄ”	1 dzień	16:00	18:00	2:00
5	Kontakt Poziom relacji	2 dzień	08:00	11:00	3:00
6	Analiza potrzeb Sztuka zadawania pytań dopasowanie oferty	2 dzień	11:00	14:00	3:00
7	Prezentacja odpowiedzi na trudne pytania finalizacja kontraktu	2 dzień	14:00	16:00	2:00
8	Warsztaty w grupach z wykorzystaniem i uwzględnieniem wcześniej omawianych zagadnień	2 dzień	16:00	18:00	2:00

Sztuka prezentacji biznesowych i wystąpień publicznych

Cel biznesowy

Celem biznesowym warsztatu jest udoskonalenie umiejętności prowadzenia prezentacji biznesowych oraz wystąpień publicznych Uczestników. Dzięki nowym kompetencjom będą świadomie, skutecznie i profesjonalnie budować swoją markę osobistą wykorzystując narzędzia autoprezentacji. Efektywne wystąpienie publiczne ma na celu pozyskanie nowych Klientów, zwiększenie obrotów firmy i stabilizację pozycji rynkowej przedsiębiorcy.

Cel edukacyjny

W obszarze wiedzy, umiejętnościami oraz postawy warsztat zrealizuje poniższe cele edukacyjne. Uczestnicy dowiedzą się, jakie są kluczowe elementy wpływają na ich pozytywny i profesjonalny wizerunek w roli mówcy. Pozną skuteczne narzędzia pracy, takie jak struktura wypowiedzi, mimika, gestykulacja. Dowiedzą się również, jak radzić sobie w trudnych sytuacjach i poznają radzenia sobie ze stresem. Uczestnicy nauczą się profesjonalnie prezentować siebie w roli przedsiębiorcy, mówić o swojej firmie oraz jej produktach i usługach. Wdrożą w swój warsztat kompetencji świadome wykorzystanie elementów mowy niewerbalnej dla wzmocnienia przekazu słownego. Uczestnicy nauczą się dokonywać interakcji z publicznością i wywierać wpływ w zamierzonym przez siebie celu. Uczestnicy będą zmotywowani do wykorzystywania narzędzi oraz potencjału swoich kompetencji do budowania spójnego i profesjonalnego wizerunku siebie i swojego przedsiębiorstwa. Będą zainspirowani do poszukiwania i pogłębiania swojej wiedzy na temat wystąpień publicznych.

Grupa docelowa

Szkolenie kierowane jest do przedsiębiorców, właścicieli firm oraz osób pełniących rolę sprzedawców, handlowców.

Prowadzący

Tomasz Markowski

Konsultant, Trener Biznesu i Menedżer. Przedsiębiorca – freelancer. Twórca programów szkoleniowych dla zespołów sprzedażowych. Specjalista w rozwijaniu kompetencji społecznych w obszarze sprzedaży, obsługi Klientów oraz komunikacji wewnętrznej w zespołach.

Od początku kariery zawodowej zajmował się sprzedażą w relacji B2B oraz B2C w branżach IT oraz sektorze finansowym. Od 11 lat prowadzi własną działalność w zakresie rozwoju kompetencji miękkich (sprzedaż, komunikacja biznesowa) i jednocześnie zarządza zespołem doradców Klienta w branży ubezpieczeniowej. Jest autorem podręcznika dla osób wdrażających się do zawodu: „Sprzedaż doradcza”. Prowadził szkolenia dla przedsiębiorców oraz Klientów korporacyjnych w różnych branżach – m. in. finanse, GSM. Przeprowadził ponad 800 dni szkoleń oraz warsztatów kompetencyjnych z zakresu: - budowania relacji, - komunikacji w biznesie, - sprzedaży doradczej, - obsługi Klienta, - wywierania wpływu, - typologii osobowości, - zarządzania sobą w czasie, - budowanie kompetencji menedżerskich. Współtworzył procesy rekrutacyjne w ramach Assessment Centre i pełnił rolę asesora.

Kompetencje wykorzystywane w pracy trenerskiej rozwijał podczas kursów trenerskich (m.in. DOOR oraz Pracownia Psychologiczna Elżbiety Sołtys). Umiejętności związane z prowadzeniem procesów coachingowych rozwijał w trakcie warsztatów Jacka Rozenka oraz prowadząc sesje coachingowe menedżerów sprzedaży. Główne obszary pracy trenerskiej i coachingowej: Prowadzi szkolenia biznesowe rozwijające kompetencje Konsultantów, Doradców Klienta, Menedżerów dla firm prywatnych – w tym szkolenia z zakresu Train The Trainers. Rozwój kompetencji menedżerskich jest oparty na własnych doświadczeniach w budowaniu zespołu Doradców Klienta. Swoją pracę opiera na podstawowych umiejętnościach związanych z wyznaczaniem celów, delegowaniem i monitorowaniem zadań oraz motywowaniem pracowników. Czynnie pracuje nad rozwojem kompetencji pracowników poprzez coaching menedżerski i mentoring. Specjalizuje się w tematach: techniki sprzedaży, negocjacje, obsługa klienta, sztuka zadawania pytań, relacje interpersonalne, metody radzenia sobie ze stresem, tworzenie prezentacji i wystąpienia biznesowe.

Z wykształcenia psycholog, Uniwersytet Humanistycznospołeczny Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej na wydziale zamiejscowym w Katowicach, Społeczna Psychologia Biznesu.

Liczba godzin usługi: 16

Cena szkolenia / os.

4 400,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

Ramowy program usługi:

Dzień pierwszy:

Moduł 1: Inauguracja zajęć.

- Wprowadzenie do tematu, cele i zakres merytoryczny warsztatu.
- Kontrakt na przebieg i zasady pracy podczas warsztatu.
- Kontrakt na model oraz zasady udzielania wspierającej informacji zwrotnej.

Moduł 2: Tworzenie indywidualnej autoprezentacji.

- Różne modele i struktury autoprezentacji.
- Prezentacje publiczne.

Moduł 3: Mowa ciała.

- Komunikacja niewerbalna, mimika i gestykulacja.
- Podstawowe zasady wykorzystania przestrzeni.

Moduł 4: Prezentacja autorskiego projektu / produktu.

- Struktura wypowiedzi.
- Model 3 x P.
- Zasady budowania wypowiedzi czytelnej dla odbiorców.

Dzień drugi:

Moduł 5: Sztuka wywierania wpływu.

- Zasady i techniki wywierania wpływu.
- Wywieranie wpływu na siebie
- Wywieranie wpływu na innych

Moduł 6: Metody radzenia sobie w trudnych sytuacjach.

- Eliminowanie dystraktorów.
- Radzenie sobie z trudnym uczestnikiem.

Moduł 7: Finałowe prezentacje Uczestników.

- Prezentacje + informacja zwrotna.
- Podsumowanie warsztatu.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnicy szkolenia:

- Usystematyzują swoją wiedzę na temat roli mówcy oraz narzędzi, którymi dysponują.
- Stworzą zindywidualizowaną prezentację swojej firmy / zawodu / stanowiska i będą mogli ją wykorzystać podczas spotkań biznesowych oraz konferencji i targów.
- Nauczą się wykorzystywać elementy mowy niewerbalnej dla wzmocnienia siły swojego przekazu.
- Nauczą się budować swoją wypowiedź w ustrukturyzowany sposób, który ułatwia odbiorcom zrozumienie przekazu.
- Poznają zasady tworzenia profesjonalnej prezentacji.

Sztuka prezentacji biznesowych i wystąpień publicznych

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Inauguracja, kontrakt, zasady zajęć	1 dzień	08:30	10:30	2:00
2	Tworzenie indywidualnej autoprezentacji	1 dzień	10:30	13:30	3:00
3	Mowa ciała	1 dzień	13:30	15:30	2:00
4	Prezentacja autorskiego projektu / produktu	1 dzień	15:30	16:30	1:00
5	Sztuka wywierania wpływu	2 dzień	08:30	11:30	3:00
6	Metody radzenia sobie w trudnych sytuacjach	2 dzień	11:30	14:30	3:00
7	Finałowe prezentacje Uczestników	2 dzień	14:30	16:30	2:00

(Nie) emocjonalna strategia komunikacji silnego oraz skutecznego menadżera/lidera

Cel biznesowy

Poprawa i wzmocnienie komunikacji w firmie dla (nie)emocjonalnego i etycznego komunikowania się i budowania relacji. Relacje w firmie bezpośrednio przekładają się na atmosferę, jakość i warunki pracy. To z kolei wpływa na komunikowanie się i relacje z klientami, i postrzeganie naszej firmy przez klientów. (Nie)emocjonalna komunikacja a raczej odpowiednio emocjonalna komunikacja i relacje w firmie bezpośrednio wpływają na komunikację z aktualnymi i nowymi klientami a finalnie na podniesienie sprzedaży. Menadżer/lider zespołu posiadający umiejętność (nie)emocjonalnej komunikacji staje się bardziej skuteczny i potrafi wzmocnić efektywność zespołu, za czym idą osiągnięte przez przedsiębiorstwo/organizację efekty.

Cel edukacyjny

Szkolenie z zakresu (nie)emocjonalnej komunikacji ma za zadanie przede wszystkim uczyć prawidłowej, sprawczej i etycznej komunikacji co bezpośrednio przekłada się na relacje w firmie i poza nią. Uświadomienie pracowników na temat sposobów i technik precyzyjnego (nie)emocjonalnego komunikowania się, różnic jakie są pomiędzy ludźmi w związku z postrzeganiem rzeczywistości, naszymi przekonaniami, wartościami, emocjami jakie ma każdy człowiek. To sprawia, że rozumieją, że każdy jest inny, że różnice w komunikacji wynikają z różnych światopoglądów a nie z tego, że inni robią na złość. Przybliżenie takich zjawisk jak „moja racja”, „ocena”, „moja prawda”, postawa w prowadzeniu relacji wnosi nową świadomość na ten temat i uczy (nie)emocjonalnego komunikowania się pomiędzy ludźmi. Lider zespołu czy menadżer to taka osoba, która bezwzględnie winna posiadać nie tylko znajomość wykorzystania w przewodzeniu zasad (nie)emocjonalnego komunikowania, budowania pewności siebie, swojej marki ale ma niejako etyczny obowiązek posiadania praktycznych umiejętności budowania (nie)emocjonalnej strategii swojej silnej pozycji. Usługa pozwoli nauczyć się zasad skutecznej komunikacji, zasad skutecznego menadżera. Dzięki przećwiczenym technikom, uczestnicy szkolenia posiadają umiejętności swobodnego formułowania komunikatu, dzięki któremu ich skuteczność będzie zdecydowanie większa. Nauczenie się panowania nad emocjami, pozwoli na swobodę podejmowania lepszych decyzji, co będzie miało bezpośrednie przełożenie na umiejętność zarządzania stresem, konfliktem i zespołem.

Grupa docelowa

Przedsiębiorcy, menadżerowie, osoby prowadzące zespoły pracownicze, osoby piastujące wysokie i/lub odpowiedzialne i/lub samodzielne stanowiska.

Prowadzący

Anna Nitkiewicz-Jankowska

dr nauk ekonomicznych z zakresu Zarządzania i Ekonomiki Usług, Trener marki osobiste, Trener profesjonalnej obsługi klienta, autorka Akademii Marki Osobistej, autorka i manager projektu Silna Marka Hotelu, właścicielka firmy Premium Personal Branding. Działania szkoleniowe, budowanie strategii działania w firmach i dla osób prywatnych na wysokich stanowiskach. Dodatkowo ukończony półroczny kurs Master Business Training w Rowińska Business Coaching: Budowanie zespołów marzeń, Asertywność, Budowanie pewności siebie, 7 zasad zarządzania sobą w czasie. Certyfikowany Revenue Manager. Profesjonalny Event Manager.

Doświadczenia zawodowe zdobywała przez ostatnie 18 lat między innymi na stanowisku nauczyciela akademickiego na kilku uczelniach (Uniwersytet Śląski, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa w Katowicach, Wyższą Szkołą Teologiczno-Humanistyczną p.k. w Nysie, Akademią Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wyższą Szkołą Biznesu w Dąbrowie Górniczej) oraz prowadząc własną działalność gospodarczą w zakresie szkoleń i doradztwa. Na salach szkoleniowych i wykładowych spędziła ponad 8 tys godzin. Współpracowała w zakresie prowadzenia szkoleń i warsztatów z Akademią Osiągnięć, Leadership & Developmen Group, Europejskim Centrum Edukacyjno-Szkoleniowym „Vademecum”. Opracowywała strategię rozwoju marki firm m.in. z branży prawniczej, marketingowej, gastronomicznej, kosmetycznej, szkoleniowej, młm, hotelarskiej, medycznej, produkcyjnej. Budowała struktury sprzedażowe w systemach MLM, prowadziła mentoring i coaching dla liderów zespołów sprzedażowych. W strukturach zarządu budowała i współprowadziła grupy biznesowe oraz stowarzyszenia. Dodatkowe doświadczenia zdobyła jako: prezes grupy BNI, wiceprezes Stowarzyszenia Tyskie Szpilki Biznesu., dyrektor sprzedaży w firmie Mary Kay. Autorka licznych prac, współautorka opracowań strategii marketingowych oraz autorka książki „Strategia marki osobistej...” (2016). Obecnie dodatkowo buduje struktury sprzedażowe i prowadzi grupy systemem mentoringowym jako menadżer w Vantis Holding.

Kompetencje wykorzystywane w pracy trenerskiej rozwijała w: Akademii Osiągnięć, Leadership Developmen, Europejskim Centrum Edukacyjno-Szkoleniowym „Vademecum” - Trener Marki Osobistej, Własne otwarte oraz zamawiane szkolenia z zakresu: Budowania marki osobistej, Zarządzania sobą w czasie, Planowania, Strategii marki osobistej, Budowania pewności siebie, Budowania zespołów, Asertywność, Profesjonalnej obsługi klienta praca m.in. z takimi markami jak PKP, Siemens, Geldbach Polska S.A. i ponad 300 klientów indywidualnych.

Grzegorz Zięba

W firmie szkoleniowej Power Me Up Sp. z o.o. pełnię obowiązki CEO i jestem jej założycielem, i współwłaścicielem. Prowadzę wykłady i szkolenia z zakresu komunikacji, relacji, rozwoju osobistego, przemówień publicznych. Odpowiadam także za strategię firmy, dobór współpracujących z firmą trenerów oraz za merytoryczny dobór materiału merytorycznego do prowadzonych szkoleń i wystąpień.

Certyfikowany neurolingwista (Instytut NLP Andrzeja Batki), Master Time Line Therapy i Master Coach NLP (Coaching Division of the American Board of NLP), Trener, Storyteller. W działaniach coachingowych, terapeutycznych i szkoleniowych wykorzystuje wybrane narzędzia z zakresu NLP, Time Line Therapy i Storytellingu. Od wielu lat prowadzę programy mentoringowe i szkolenia motywacyjne dla międzynarodowych korporacji, średnich i małych przedsiębiorstw oraz osób prywatnych.

Od 7 lat ściśle związany z branżą szkoleniową. Doradzam klientom i szkolę głównie z zakresu komunikacji i relacji międzyludzkich. Swoje doświadczenie zbierałem między innymi współpracując z firmą MS Team Mariusza Szuby prowadząc szkolenia i coachingi z zakresu szeroko rozumianej komunikacji interpersonalnej oraz międzyludzkiej. W roku 2017 założyłem firmę szkoleniową Power Me Up Sp. z o.o., której głównym obszarem działania są szkolenia z komunikacji, indywidualne i grupowe procesy coachingowe, przemówienia publiczne i mentoringi, wyjazdy dla firm i osób prywatnych.

Liczba godzin usługi: 16

Cena szkolenia / os.

4 400,00 zł

Maksymalny poziom dofinansowania UE = 80%

(Nie) emocjonalna strategia komunikacji silnego oraz skutecznego menadżera/lidera

Ramowy program usługi:

Dzień pierwszy:

I moduł: Filtry rzeczywistości

- Filtry rzeczywistości i ich wpływ na postrzeganie świata oraz komunikowanie się
- Czynniki zewnętrzne i wewnętrzne wpływające na filtry rzeczywistości
- Jak rozpoznać i zapanować nad czynnikami zaburzającymi nasze postrzeganie rzeczywistości?
- Wpływ filtrów rzeczywistości na rolę menadżera/lidera

II moduł: Anatomia emocji

- Co to jest emocja?
- Jakie emocje odczuwamy?
- Dynamika stanu emocjonalnego.
- Mikroekspresje - pierwszy sygnał stanu emocjonalnego.
- Zarządzanie stanem emocjonalnym czyli co zrobić by emocje nas wspierały.
- Emocje a mowa ciała jako element wspierający naszą pozycję menadżera/lidera.
- Związek między emocjami, postawą, działaniem, skutecznością i pozycją lidera.

III moduł: Emocje a wartości

- 8 najważniejszych sposobów myślenia i emocje im towarzyszące.
- Postawy emocjonalne i sposoby komunikacji, i budowania relacji. Czyli co powinieneś wiedzieć aby nie sabotować relacji z drugim człowiekiem i świadomie wspierać komunikację z innymi?
- Jak zbudować strategię działania, komunikacji zgodnie z wartościami i być silnym menadżerem/liderem?
- Zasady budowania Kodeksu Honorowego opartego na emocjach i wartościach.

IV moduł: Poczucie się (naj)lepiej

- Czyli 7 technik eliminowania negatywnego stanu emocjonalnego, aktywowania pozytywnego
- stanu, zarządzania emocjami.
- Zarządzasz emocjami czy może to emocje rządzą tobą?
- Jak wyłączyć negatywne emocje aby mieć pełny dostęp do świadomego myślenia i do swoich
- zasobów wspierających działanie.
- 7 technik zarządzania stanem emocjonalnym.
- Diagnoza elementów wpływających na pewność siebie w działaniu.
- Zasady budowania pewności siebie.

V moduł: Świadomość emocjonalna

- Emocje a nasza świadomość.
- 17 stanów świadomości według Mapy Poziomów Świadomości Dr Davida R. Hawkinsa.
- Jakie emocje odpowiadają jakiej świadomości? Co to oznacza?
- Boostery samopoczucia.
- Siła i Moc w codziennym życiu każdego z nas.
- Czym jest świadomość w naszym życiu?

VI moduł: Strategia skutecznego Menadżera/Lidera

- Jak zbudować realną i skuteczną strategię działania?
- Co wpływa na naszą opinię Menadżera/Lidera - elementy wpływające na markę osobistą.
- Dobór odpowiednich narzędzi komunikacji.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnicy szkolenia

- Pozną najważniejsze sposoby myślenia i wartościowania decyzji
- Nauczą się identyfikować poziom wartości rozmówcy i dopasowywać do niego sposób porozumiewania się
- Nauczą się sprawnej, motywującej i etycznej komunikacji z innymi
- Nauczą się rozpoznawać z jakim typem rozmówcy mają do czynienia
- Dowiedzą z czego wynikają różnice w postrzeganiu rzeczywistości pomiędzy ludźmi aby wyeliminować spory i emocjonalne relacje
- Nabędą umiejętności jak w czasie rozmowy nie dać sobą manipulować
- Zdobędą wiedzę, co zrobić, by komunikacja pomiędzy pracownikami była etyczna i efektywna
- Pozną techniki jak być w najlepszym stanie emocjonalnym, by efektywnie kierować rozmową, negocjacją, relacją na pozycji menadżera/lidera
- Pozną skuteczne sposoby/ techniki radzenia sobie ze swoim stanem emocjonalnym aby być w jak najlepszej jakości w pracy
- Nauczą się uwalniać negatywne emocje
- Zdiagnozują czynniki wpływające na własne zachowania i stany emocjonalne
- Nabędą umiejętności kontroli mowy werbalnej i niewerbalnej podczas różnych stanów emocjonalnych
- Pozną zasady budowania Kodeksu Honorowego

Zdobędą wiedzę jak zbudować własną strategię silnego i skutecznego menadżera/lidera w oparciu o (nie)emocjonalną komunikację

(Nie) emocjonalna strategia komunikacji silnego oraz skutecznego menadżera/lidera

Harmonogram:

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	I moduł: Filtry rzeczywistości	1 dzień	09:00	11:15	2:15
2	Przerwa	1 dzień	11:15	11:45	0:30
3	II moduł: Anatomia emocji	1 dzień	11:45	14:00	2:15
4	Przerwa	1 dzień	14:00	14:45	0:45
5	III moduł: Emocje a wartości	1 dzień	14:45	17:00	2:15
6	IV moduł: Poczucie się (naj)lepiej	2 dzień	09:00	11:15	2:15
7	Przerwa	2 dzień	11:15	11:45	0:30
8	V moduł: Świadomość emocjonalne	2 dzień	11:45	14:00	2:15
9	Przerwa	2 dzień	14:00	14:45	0:45
10	VI moduł: Strategia skutecznego Menadżera/Lidera	2 dzień	14:45	17:00	2:15