



Zarządzanie przedsiębiorstwem - sprzedaż i obsługa klienta jako kluczowe elementy determinujące sukces organizacji.

Numer usługi 2024/11/17/115086/2416092

4 400,00 PLN brutto
4 400,00 PLN netto
176,00 PLN brutto/h
176,00 PLN netto/h

KOMPLESOWE
USŁUGI KAMILA
SANOK



📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 25 h

📅 24.11.2024 do 27.11.2024

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

Sposób dofinansowania

wsparcie dla osób indywidualnych
wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

Grupa docelowa usługi

Grupą docelową szkolenia są:

- przedsiębiorcy chcący zwiększyć efektywność zarządzania w swojej organizacji,
- menedżerowie sprzedaży i obsługi klienta, kierownicy działów handlowych
- konsultanci biznesowi, którzy pragną doskonalić swoje umiejętności sprzedażowe i negocjacyjne,
- osoby które pragną zwiększyć swoją wiedzę w zakresie zarządzania firmą,
- menedżerowie sprzedaży i obsługi klienta, kierownicy działów handlowych,
- specjaliści ds. sprzedaży

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

23-11-2024

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

25

Cel

Cel edukacyjny

Rozwinięcie umiejętności skutecznego zarządzania procesami strategicznymi w organizacji. Szkolenie ma na celu wyposażyć uczestników w praktyczne narzędzia i umiejętności, które pozwolą na optymalizację procesów biznesowych, zwiększenie lojalności pracowników oraz klientów firmy co pozwoli na osiągnięcie lepszych wyników sprzedażowych w dłuższej perspektywie.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik charakteryzuje rolę sprzedaży i obsługi klienta w przedsiębiorstwie oraz rozpoznaje kluczowe wyzwania współczesnego rynku.</p>	<p>Uczestnik definiuje znaczenie i rolę sprzedaży i obsługi klienta w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa oraz uzasadnia ich wpływ na wyniki finansowe.</p> <p>Uczestnik identyfikuje i wyjaśnia kluczowe wyzwania rynku, takie jak zmieniające się oczekiwania klientów, digitalizacja i rosnąca konkurencja.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik buduje strategię sprzedażową dla swojej organizacji.</p>	<p>Uczestnik rozróżnia różne segmenty klientów oraz projektuje strategię sprzedażową z uwzględnieniem tych segmentów.</p> <p>Uczestnik tworzy ofertę wartości dla wybranych segmentów klientów, uzasadniając, w jaki sposób oferta spełnia specyficzne potrzeby.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik rozpoznaje motywacje zakupowe klientów oraz stosuje odpowiednie techniki negocjacyjne, radząc sobie z obiekcjami.</p>	<p>Uczestnik wyjaśnia psychologiczne aspekty procesu zakupowego oraz charakteryzuje czynniki wpływające na decyzje klientów,</p> <p>Uczestnik przeprowadza symulację negocjacji, skutecznie radząc sobie z obiekcjami klienta, stosując odpowiednie techniki negocjacyjne.</p> <p>Uczestnik definiuje i rozpoznaje motywacje zakupowe klientów, stosuje odpowiednie techniki</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik projektuje proces zarządzania relacjami z klientami, wykorzystując system CRM oraz buduje długoterminową lojalność klientów	Uczestnik korzysta z systemu CRM, monitorując i analizując dane dotyczące relacji z klientami	Test teoretyczny
	Uczestnik przedstawia plan działań mających na celu zwiększenie lojalności pracowników uwzględniając metody długofalowej obsługi klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik organizuje i nadzoruje pracę zespołu sprzedażowego, wykorzystując narzędzia do analizy efektywności oraz motywowania zespołu	Uczestnik tworzy plan delegowania zadań i motywowania zespołu sprzedażowego, z uwzględnieniem indywidualnych potrzeb pracowników	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik monitoruje wyniki sprzedażowe zespołu, analizując wskaźniki efektywności (KPI) i proponując działania naprawcze	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik trafnie definiuje kluczowe pojęcia i funkcje zarządzania.	Kursant definiuje funkcje, definicje zarządzania oraz kluczowe aspekty związane z organizacją.	Test teoretyczny
	Kursant kontroluje i wdraża działania naprawcze w organizacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Wszystkie efekty uczenia się będą wpisane do certyfikatu potwierdzającego uzyskanie kompetencji.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

W certyfikacie będzie wpisane, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

W certyfikacie będzie wpisane, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Program

Program szkolenia: "Zarządzanie przedsiębiorstwem - sprzedaż i obsługa klienta jako kluczowe elementy determinujące sukces organizacji".

Metoda pracy na szkoleniu to: **ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu.**

1. Filary zarządzania organizacją.

1.1 Wyznaczenie strategii firmy, misji i wizji organizacji

- **Czym jest zarządzanie, misja, wizja organizacji?**
 - Definicje i praktyczne przykłady zastosowania.
 - Kluczowe czynniki sukcesu organizacji.
- **Znaczenie strategii firmy:**
 - Dlaczego warto stworzyć strategię działania?
 - Przykłady efektywnych strategii w praktyce.

1.2 Wyznaczanie celów w oparciu o metodologię SMART

- **Tworzenie skutecznych celów SMART:**
 - Zasady i praktyki skutecznego planowania.
 - Case study: Dobre praktyki w innych organizacjach.

1.3 Funkcja kontrolna: Analiza stanu aktualnego a stan zakładany

- **Mini audyt organizacji:**
 - Jak przeprowadzić kontrolę procesu?
 - Tworzenie i wdrażanie planów naprawczych.

2. Wprowadzenie do zarządzania sprzedażą i obsługą klienta

2.1 Rola sprzedaży i obsługi klienta w przedsiębiorstwie

- Kluczowe wyzwania współczesnego rynku.
- Znaczenie integracji strategii sprzedaży i obsługi klienta w budowaniu przewagi konkurencyjnej.
- Badanie potrzeb u klienta

3. Zarządzanie zespołem sprzedaży

3.1 Rekrutacja i motywacja zespołu sprzedażowego

- Najlepsze praktyki budowania efektywnego zespołu.
- Jak motywować zespół, aby osiągał zamierzone cele?

3.2 Ustalanie celów sprzedażowych i ich monitorowanie

- Tworzenie realistycznych celów sprzedażowych.
- Narzędzia do monitorowania i analizy wyników zespołu.

3.3 Efektywne narzędzia raportowania

- Techniki analizy wyników sprzedażowych.
- Jak wykorzystać dane do podejmowania decyzji?

4. Proces sprzedażowy: Od pozyskiwania klienta po finalizację transakcji

4.1 Etapy procesu sprzedażowego

- Jak skutecznie zarządzać każdym etapem sprzedaży?

4.2 Budowanie relacji z klientem i identyfikacja jego potrzeb

- Techniki skutecznego budowania długoterminowych relacji.

4.3 Techniki prezentacji i negocjacji handlowych

- Wprowadzenie do nowoczesnych metod prezentacji produktów i negocjacji.

5. Skuteczna obsługa klienta jako element konkurencyjności firmy

5.1 Znaczenie obsługi klienta w budowaniu długoterminowych relacji

- Wdrażanie standardów obsługi klienta.
- Sposoby rozwiązywania trudnych sytuacji i reklamacji.

5.2 Narzędzia podnoszenia jakości obsługi klienta

- Analiza satysfakcji klienta.
- Metody szybkiego reagowania na potrzeby klientów.

6. Wykorzystanie narzędzi technologicznych w sprzedaży i obsłudze klienta

6.1 Systemy CRM (Customer Relationship Management)

- Jak wybrać i wdrożyć odpowiedni system CRM?
- Funkcje wspierające sprzedaż i obsługę klienta.

6.2 Automatyzacja procesów sprzedażowych i obsługi klienta

- Przegląd nowoczesnych narzędzi wspierających automatyzację.

7. Wykorzystanie kanałów cyfrowych i mediów społecznościowych w sprzedaży

7.1 Jak budować obecność firmy w sieci?

- Tworzenie strategii obecności w social mediach.
- Doskonalenie umiejętności komunikacyjnych w sieci.

7.2 Skuteczność działań w mediach społecznościowych

- Analiza efektywności działań online.
- Case study: Przykłady skutecznych kampanii.

Liczba godzin usługi jest liczona wg. godzin dydaktycznych (1 godzina dydaktyczna = 45 minut) - łącznie 25 godzin dydaktycznych w tym zajęcia teoretyczne 10 godz., zajęcia praktyczne 15 godz.

Na zakończenie szkolenia zostanie przeprowadzona walidacja nabytych efektów uczenia się (test teoretyczny oraz 2 zadania praktyczne przeprowadzone za pomocą narzędzi cyfrowych - trwająca 1 godzinę dydaktyczną).

Wymagany poziom obecności na zajęciach min. 80 % czasu szkoleniowego.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Filary zarządzania organizacją. Wyznaczenie strategii firmy, misji i wizji organizacji. Metody pracy: wykład, dyskusja.	kamila sanok	24-11-2024	08:00	10:00	02:00
2 z 16 Wyznaczanie celów w oparciu o metodologię SMART. Metody pracy wykład, rozmowa na żywo, chat, ankiety, współdzielenie ekranu	kamila sanok	24-11-2024	10:00	11:00	01:00
3 z 16 Przerwa.	kamila sanok	24-11-2024	11:00	11:15	00:15
4 z 16 Funkcja kontrolna: Analiza stanu aktualnego a stan zakładany. Metody pracy ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu.	kamila sanok	24-11-2024	11:15	13:00	01:45
5 z 16 Przerwa.	kamila sanok	24-11-2024	13:00	13:15	00:15
6 z 16 Zadania praktyczne: a) Budowa strategii organizacji b) wyznaczanie celów dla firmy. Metody pracy ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu.	kamila sanok	24-11-2024	13:15	15:00	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 16 Przykłady dobrych praktyk w organizacji w zakresie budowy strategii.	kamila sanok	24-11-2024	15:00	15:45	00:45
8 z 16 Wprowadzenie do zarządzania sprzedażą i obsługą klienta. Rola sprzedaży i obsługi klienta w przedsiębiorstwie. Metody pracy: wykład, rozmowa na żywo, chat.	kamila sanok	26-11-2024	16:30	19:00	02:30
9 z 16 Przerwa.	kamila sanok	26-11-2024	19:00	19:15	00:15
10 z 16 Zarządzanie zespołem sprzedaży. Rekrutacja i motywacja zespołu sprzedażowego. Ustalanie celów sprzedażowych i ich monitorowanie. Metody pracy: ćwiczenia, rozmowa na żywo, , współdzielenie ekranu.	kamila sanok	26-11-2024	19:15	21:00	01:45
11 z 16 Wykorzystanie narzędzi technologicznych w sprzedaży i obsłudze klienta. Metody pracy: ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu.	kamila sanok	26-11-2024	21:00	22:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 16 Proces sprzedażowy: Od pozyskiwania klienta po finalizację transakcji. Metody pracy ćwiczenia, rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu.	kamila sanok	27-11-2024	16:00	19:00	03:00
13 z 16 Przerwa.	kamila sanok	27-11-2024	19:00	19:15	00:15
14 z 16 Wykorzystanie kanałów cyfrowych i mediów społecznościowych w sprzedaży. metody pracy ćwiczenia, rozmowa na żywo.	kamila sanok	27-11-2024	19:15	20:30	01:15
15 z 16 Podsumowanie całego szkolenia.	kamila sanok	27-11-2024	20:30	21:00	00:30
16 z 16 Test końcowy - walidacja oraz 2 zadania praktyczne umożliwiające zaliczenie szkolenia. Metoda pracy: ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy.	-	27-11-2024	21:00	22:00	01:00

Cennik

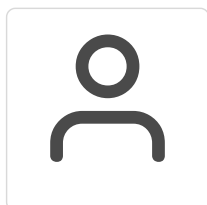
Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 400,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	176,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	176,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

kamila sanok

Kamila Sanok absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu. Podczas swojej drogi zawodowej pracowała jako dyrektor sprzedaży w Renault Polska sp. z o., oraz na stanowisku trenera wewnętrznego w sieci Renault, od 7 lat prowadzi swoją firmę consultingową. Bogate doświadczenie zawodowe (doświadczenie zawodowe jest zdobyte nie wcześniej niż 5 lat a kwalifikacje są nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą prowadzenia szkoleń). Ulubiony zakres tematyczny szkoleń to tematyka z zakresu:

- szkolenia z zakresu sprzedaży,
- warsztaty motywacji,
- budowania zespołu,
- szkolenie z social mediów,
- budowania wizerunku w sieci,
- organizacji i technik pracy,
- warsztaty praktyczne z zakresu doradztwa finansowego i sprzedażowego,
- szkolenia z tematyki związanej z pozyskaniem dofinansowania na rozwój firmy już istniejącej,
- środki pomocowe z funduszy europejskich, pożyczki z UE, projekt JEREMI
- prowadzenie autorskiego programu Akademia Trenera.

Przepracowała ponad 1000 godzin na sali szkoleniowej jej praca daje jej ogromną satysfakcję oraz radość.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje po szkoleniu następujące materiały / pomoce szkoleniowe:

- opracowane materiały edukacyjne -skrypt szkoleniowy w wersji papierowej,
- prezentacja która była wyświetlana podczas szkolenia
- pomoce dydaktyczne takie jak: literatura branżowa, raporty branżowe, książki

Informacje dodatkowe

Zwolnienie z VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (tekst jednolity Dz.U. z 2020r., poz. 1983).

Istnieje możliwość przygotowania szkolenia indywidualnie pod potrzeby uczestnika jesteśmy elastyczni w zakresie doboru tematyki oraz dogodnego terminu.

Warunki techniczne

MINIMALNE WYMAGANIA TECHNICZNE:

- Procesor 2-rdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany 4-rdzeniowy); - 2GB pamięci RAM

(zalecane 4GB)

- System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja) - Przeglądarka internetowa Google Chrome (zalecana), Mozilla Firefox lub Safari (zaktualizowane do najnowszej wersji)

- Stałe łącze internetowe o prędkości 1,5 Mbps (zalecane 2,5 Mbps z obrazem w jakości HD) - kamera, mikrofon oraz głośniki lub słuchawki - wbudowane lub zewnętrzne

Aplikacja Klikmeeting jest kompatybilna ze wszystkimi urządzeniami stacjonarnymi oraz mobilnymi (tj. laptop, tablet, telefon komórkowy)

Link do szkolenia zostanie przekazany uczestnikom drogą mailową najpóźniej w przeddzień rozpoczęcia szkolenia.

Dane dostępne do usługi zostaną opublikowane w karcie usługi nie później niż w przeddzień rozpoczęcia szkolenia.

Pomoc techniczna w trakcie szkolenia pod numerem telefonu 509 580 034

Kontakt



kamila sanok

E-mail dotacjedlapolski@wp.pl

Telefon (+48) 509 580 034