

Portfolio szkoleń firmy

Familia Szkolenia i Doradztwo

Słowo **Familia** w kilku różnych językach oznacza rodzinę.
I jest to istotna część filozofii współpracy z ludźmi jaka mi przyświeca.

Robert Siewak

Portfolio szkoleń

Zawartość

Wprowadzenie.....	3
Opisy szkoleń.....	4
A. Szkolenia menedżerskie.....	4
A.1. Umiejętności przywódcze.....	4
A.2. Motywowanie pracowników.....	4
A.3. Rola i zadania Coach'a.....	5
A.4. Prowadzenie rozmów rekrutacyjnych.....	5
A.5. Zarządzanie zmianą.....	5
A.6. Planowanie sprzedaży i zarządzanie czasem.....	6
A.7. Planowanie strategiczne.....	6
B. Szkolenia sprzedażowe.....	6
B.1. Szkolenie z procesu sprzedaży.....	6
B.2. Szkolenie z obsługi klienta.....	7
B.3. Warsztaty sprzedażowe dla zaawansowanych handlowców.....	7
B.4. Negocjacje.....	7
B.5. Telemarketing.....	8
C. Umiejętności uniwersalne.....	8
C.1. Umiejętności wywierania wpływu.....	8
C.2. Anatomia kłamstwa.....	8
C.3. Komunikacja.....	9
C.4. Kreatywność w zespole.....	9
C.5. Sprawne podejmowanie decyzji.....	9
C.6. Postępowanie ze stresem.....	9
C.7. Asertywne warsztaty.....	10
D. Specjalistyczne.....	10
D.1. Zarządzanie projektem.....	10
D.2. 5S.....	10
D.3. 5 WHY.....	11
D.4. INCOTERMS.....	11
D.5. Marketing szeptany.....	11
D.6. Zarządzanie ceną.....	11
E. Najczęściej stosowane metody szkoleniowe.....	11
F. Wybrani klienci.....	12

Wprowadzenie.

Każda organizacja ma swoje własne, niepowtarzalne potrzeby.

Szkolenie jest inwestycją w bardziej efektywne działanie firmy czy organizacji.

Poprawa efektywności odbywa się poprzez rozwój pracowników - uczestników szkolenia.

A my szanujemy inwestycje naszych klientów. Dlatego do sprawy szkoleń podchodzimy rzetelnie. W pierwszej fazie współpracy rozpoznajemy potrzeby firmy, aby klient otrzymał to, na czym mu zależy. Praktycznie nie oferujemy gotowych szkoleń, dlatego nasze szkolenia są;

- a. dopasowane do potrzeb naszego klienta,
- b. są interaktywne, co oznacza, że uczestnicy poruszają swoje codzienne problemy i w czasie szkolenia szukają ich rozwiązania,
- c. dostarczają aktualną wiedzę z zakresu psychologii i zarządzania oraz pokazują jak ją zastosować na co dzień,
- d. konkretną pomocą w codziennej pracy.

Nasz sposób współpracy polega na:

- diagnostyce potrzeb rozwojowych organizacji. Może odbywać się ona na podstawie własnej unikalnej metody (anonimowe badanie części lub całości organizacji). Najczęściej jednak przeprowadzane są wywiady z osobami decyzyjnymi,
- przedstawieniu projektu i uzyskaniu jego akceptacji przez osoby decyzyjne,
- wykonaniu szkoleń lub innych działań objętych projektem (np. wspólna praca),
- monitoring zmian umiejętności ewentualnie monitoring zmian efektywności,
- ewentualne konsultacje poszkoleniowe, zależnie od indywidualnych ustaleń.

Charakterystyka szkoleń:

Najważniejszą cechą oferowanych szkoleń jest silny nacisk na interaktywność - uczestnicy nie biorą tylko udziału w wykładzie, ale aktywnie uczestniczą w zajęciach.

- Dzięki temu sami dochodzą do rozwiązań i identyfikują się z nimi. Powoduje to ich zaangażowanie oraz chęć wypróbowania umiejętności nabytych na szkoleniu.
- Dlatego też optymalna wielkość grup szkoleniowej to 10-12 osób ze względu na interakcje występujące pomiędzy uczestnikami.
- Włączenie elementów gier i zabaw praktycznych jako elementu szkolenia lub tworzenia dobrych relacji w organizacji.

Przy projektowaniu programów szkoleniowych wykorzystujemy aktualną wiedzę zarówno z zakresu zarządzania jak i psychologii (np. NLP czy techniki wywierania wpływu).

Kontynuacja szkolenia w działaniu.

Szkolenie jest punktem wyjścia to procesu dalszego doskonalenia się pracownika. Na podstawie otrzymanych materiałów poszkoleniowych, uczestnicy są w stanie dokonać samooceny i ewentualnej zmiany swoich zachowań. W ten sposób, wypracowane przez siebie rozwiązania mogą sami wprowadzać w życie. Proces rozwijania umiejętności przez pracowników może być rozwijany jeszcze w dwojaki sposób. Nowe pomysły, trudności bądź ważne doświadczenia, mogą oni na własną prośbę skonsultować z trenerem. Kolejną formą pracy nad sobą jest Coaching, będący naturalną częścią oferty szkoleniowej.

Opisy szkoleń.

UWAGA. Przed przeprowadzeniem każdego szkolenia jest ono indywidualnie dopasowywane lub wręcz tworzone dla potrzeb zlecającej je organizacji, zmniejsza to zagrożenie, iż firmy otrzymają programy szkoleniowe niezupełnie pasujące do ich potrzeb. Stąd wszystkie poniższe opisy szkoleń opierają się do już wykonanych działań i mają charakter orientacyjny. Stąd końcowa zawartość szkolenia może się różnić od poniższych opisów.

A. Szkolenia menedżerskie.

Ta grupa szkoleń jest przeznaczona dla osób pracujących na stanowiskach menedżerskich odpowiedzialnych za efekty pracy zespołów.

A.1. Umiejętności przywódcze.

Szkolenie skierowane do osób kierujących zespołem pracowników.

Cel: Wzrost efektywności pracy zespołu poprzez umiejętność dopasowania stylu przywództwa do potrzeb pracownika.

Korzyści:

- *Grupowe zrozumienie istoty pracy zespołowej,*
- *Zrozumienie roli lidera i menedżera,*
- *Opanowanie koncepcji przywództwa sytuacyjnego,*
- *Przyswojenie i stosowanie stylów; instruującego, konsultującego, wspierającego i delegowania,*
- *Opanowanie sztuki dawania informacji zwrotnej,*
- *Nauka efektywnej pracy z zespołem poprzez wspieranie,*
- *Praktyczna umiejętność delegowanie uprawnień i zadań,*
- *Doskonalenie umiejętności planowania rozwoju własnego i zespołu.*

A.2. Motywowanie pracowników.

Dla osób kierujących grupami pracowników.

Cel: Uzyskanie wiedzy i umiejętności koniecznych do wypracowania i stymulowania wysokiej motywacji zespołu.

Korzyści:

- *Sprawniejsze realizowanie zadań,*
- *Stworzenie wizji rozwoju osobistego w kontekście organizacji,*
- *Stworzenie sprawnej działającego zespołu pracowników,*
- *Wzmocnienie poczucia własnej wartości i roli w firmie,*
- *Kształtowanie aktywnego podejścia do zadań,*
- *Wzrost satysfakcji z wykonywanej pracy,*
- *Zwiększenie grupowej i indywidualnej aktywności i konsekwencji w osiąganiu celów.*

To szkolenie może stanowić rozwinięcie szkolenia umiejętności przywódczy.

A.3. Rola i zadania Coach'a

Dla osób kierujących grupami pracowników i chcących ich rozwijać.

Cel: Wprowadzenie lub udoskonalenie tego systemu współpracy.

Korzyści:

- *Uzyskanie wiedzy na temat idei coachingu oraz korzyści płynących z jego stosowania.*
- *Poznanie warunków dobrze przeprowadzonego coachingu (podstawy komunikacyjne: nawiązanie kontaktu z pracownikiem, prawidłowe formułowanie informacji zwrotnych, precyzyjne określenie celów coachingu).*
- *Poznanie poszczególnych kroków rozmowy coachingowej.*
- *Doskonalenie umiejętności w zakresie tworzenia wizerunku idealnego coach'a.*

Szkolenie to jest uzupełnieniem uprzednio wypracowanego standardu zachowań zawodowych na danym stanowisku. Może też stanowić rozwinięcie szkolenia z kierowania ludźmi.

A.4. Prowadzenie rozmów rekrutacyjnych.

Dla personelu zajmującego się naborem nowych pracowników.

Cel: Nabycie i/lub rozwój umiejętności prowadzenia rozmowy rekrutacyjnej.

Korzyści:

- *Dostarczenie wiedzy merytorycznej, niezbędnej do przeprowadzania rozmów rekrutacyjnych,*
- *Nauczenie ustalania wzorca osoby oczekiwanej,*
- *Dostarczenie wiedzy o tworzeniu struktury wywiadu,*
- *Ćwiczenie praktyczne w prowadzeniu rozmów z kandydatami,*
- *Doskonalenie umiejętności właściwej interpretacji wypowiedzi,*
- *Nauka wykrywania kłamstwa podczas rozmowy, według praktyki agentów CIA,*
- *Nabycie umiejętności badania zgodności profilów kandydatów z wzorcem oczekiwanym.*

A.5. Zarządzanie zmianą.

Dla menedżerów oraz innych pracowników odpowiedzialnych za wprowadzanie zmian w organizacji.

Cel: Zrozumienie naturalnych reakcji na zmiany, opanowanie umiejętności wprowadzania zmian w organizacji.

Korzyści:

- *Analiza wprowadzenia zmiany na przykładzie wybranego case study,*
- *Uświadomienie psychologicznego podłoża naszej reakcji na zmiany,*
- *Przeprowadzenie analizy powodów oporu przed zmianą i sposoby ich przełamywania,*
- *Poznanie koncepcji skokowego rozwoju organizacji w oparciu o koncepcję Greinera,*
- *Praktyczne ćwiczenia w organizowaniu i kierowaniu przepływem informacji o zmianie,*
- *Nauka identyfikacji „mecenasów” zmiany,*
- *Wypracowywanie sposobów wprowadzania zmiany w oparciu o warsztat praktyczny.*

A.6. Planowanie sprzedaży i zarządzanie czasem.

Dwuetapowe szkolenie skierowane do osób pracujących w dziale sprzedaży pod istotną presją czasu.

Cel: Wzrost efektywności wykorzystania swojego czasu pracy oraz poprawa wyników poprzez ich profesjonalne planowanie.

Korzyści:

- *Wzrost efektywności pracy własnej,*
- *Wzrost efektywności oraz poprawa przewidywalności wyników,*
- *Rozwój umiejętności planowania zarządczego,*
- *Wzrost umiejętności analizowania wyników pracy własnej,*
- *Wzrost satysfakcji z własnej pracy,*
- *Wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań w podejściu do klientów.*

A.7. Planowanie strategiczne.

Szkolenia o różnym stopniu zaawansowania zależnie od potrzeb grupy. Jedno dające w łatwo przyswajalny sposób pojęcie o planowaniu strategii i podstawowych działaniach z tym związanych. Drugie dla bardziej zaawansowanych podczas którego pokazywane są wybrane metody analizy i planowania strategicznego.

Cel: Dostarczenie umiejętności uporządkowania lub wypracowania strategii w oparciu o posiadaną wiedzę o własnej firmie, rynku i otoczeniu z zastosowaniem wybranych narzędzi.

Korzyści:

- *Określenie sposobu działania firmy / organizacji,*
- *Nabycie umiejętności „przetłumaczenia” celów strategicznych na działania bieżące,*
- *Rozwój umiejętności planowania zarządczego,*
- *Wzrost umiejętności analizowania czynników działających na firmę / organizację,*
- *Określenie czynników, które mogą dodatkowo wzmocnić motywację pracowników.*
- *Możliwość wypracowania podstaw strategicznych własnej firmy / organizacji.*

B. Szkolenia sprzedażowe.

Ta grupa szkoleń jest przeznaczona dla pracowników prowadzących sprzedaż produktów i/lub usług dla klienta firmy. Dobór szkolenia odbywa się na podstawie analizy procesu sprzedaży występującego w danej firmie.

B.1. Szkolenie z procesu sprzedaży.

Przeznaczone dla samodzielnie pracujących handlowców.

Cel: Wykonanie procesu sprzedaży w sposób umożliwiający osiągnięcie założonych rezultatów.

Korzyści:

- *Dostarczenie wiedzy dotyczącej struktury procesu sprzedaży,*
- *Doskonalenie umiejętnego planowania,*
- *Umiejętności rozpoznawania rzeczywistych potrzeb klientów,*
- *Opanowanie technik zdobywania zaufania klienta,*
- *Opanowanie technik podtrzymywania kontaktu i usuwania barier komunikacyjnych,*
- *Efektywne prowadzenie rozmowy handlowej i odczytywanie sygnałów poza werbalnych,*
- *Umiejętność finalizowania transakcji,*
- *Przygotowanie handlowca do dokonywania samooceny i administrowania własną pracą.*

B.2. Szkolenie z obsługi klienta.

Przeznaczone dla sprzedawców w sklepach oraz innych punktach obsługi.

Cel: Uzyskanie profesjonalnego poziomu obsługi w punkcie sprzedaży.

Korzyści:

- *Doskonalenie umiejętności planowania,*
- *Umiejętności rozpoznawania potrzeb klientów,*
- *Opanowanie technik zdobywania zaufania klienta,*
- *Opanowanie technik podtrzymywania kontaktu,*
- *Znajomość typologii klientów i umiejętność dopasowywania się do nich,*
- *Nabywanie umiejętności postępowanie z trudnymi klientami,*
- *Efektywne prowadzenie rozmowy handlowej i odczytywanie sygnałów niewerbalnych,*
- *Umiejętność finalizowania transakcji.*

B.3. Warsztaty sprzedażowe dla zaawansowanych handlowców.

Adresowane do samodzielnie pracujących handlowców o co najmniej 2-letnim stażu.

Cel: Wzrost efektywności poprzez; znajdowanie rozwiązań problemowych sytuacji w procesie sprzedaży, wyrobienie kreatywnego podejścia do problemów.

Korzyści:

- *Pokazanie sprzedaży jako procesu o przewidywalnej strukturze w oparciu o „lejek sprzedaży”,*
- *Uzmysłowienie „wąskich gardeł” występujących w tym procesie,*
- *Wprowadzenie pojęcia asertywności i nauka pewnych zachowań z nim związanych,*
- *Nauka zaawansowanych metod komunikacyjnych z zakresu NLP,*
- *Nauka i praktyka wybranych technik wywierania wpływu,*
- *Wypracowanie wdrożenia tej wiedzy w codzienną praktykę.*

B.4. Negocjacje.

Dwuetapowe szkolenie skierowane do osób uczestniczących i/lub samodzielnie przeprowadzających negocjacje z klientem zewnętrznym.

Oba etapy mogą być wykonywane niezależnie od siebie.

Cel: Wzrost skuteczności przeprowadzanych negocjacji.

Korzyści:

- *Poszerzenie wiedzy dotyczącej faz negocjacji,*
- *Praktyczne ćwiczenie poszczególnych elementów procesu negocjacyjnego,*
- *Wprowadzenie i nauka stosowania wybranych technik wywierania wpływu,*
- *Udział „na żywo” w grze negocjacyjnej,*
- *Zapoznanie z różnymi „pułapkami” negocjacyjnymi,*
- *Nabywanie umiejętności analizy zachowań negocjatorów,*
- *Nabywanie umiejętności wypracowania strategii negocjacyjnej.*

B.5. Telemarketing.

Dla pracowników kontaktujących się z klientami firmy poprzez rozmowy telefoniczne.

Cel: Podniesienie efektywności kontaktów telefonicznych w obsłudze dotychczasowych oraz przy pozyskiwaniu potencjalnych klientów.

Korzyści:

- *Wzrost wiedzy na temat elementów komunikacji werbalnej,*
- *Nabycie umiejętności zainteresowania rozmówców współpracą,*
- *Rozwój umiejętności komunikacji słownej,*
- *Wzrost efektywności wpływu na innych poprzez rozmowy telefoniczne,*
- *Przekazanie wiedzy co należy mówić, a czego unikać w profesjonalnej rozmowie telefonicznej,*
- *Nabycie umiejętności tworzenia profesjonalnego obrazu firmy wśród aktualnych i potencjalnych klientów,*
- *Kształtowanie umiejętności aktywnego słuchania.*

C. Umiejętności uniwersalne.

Ta grupa szkoleń służy rozwojowi określonych umiejętności personalnych i jest przydatna na każdym stanowisku. Dobór tematyki szkoleń z tej grupy odbywa się na podstawie analizy oczekiwań lub deficytów zachowań występujących w organizacji.

C.1. Umiejętności wywierania wpływu.

Dla tych, którzy chcą podwyższyć umiejętności oddziaływania na zachowania innych.

Cel: Dostarczenie uczestnikom wiedzy i umiejętności dotyczących wpływania na innych.

Korzyści:

- *Dostarczenie wiedzy na temat komunikacji interpersonalnej,*
- *Rozwój umiejętności dawania prawidłowej informacji zwrotnej,*
- *Umiejętność wystąpień publicznych – autoprezentacja,*
- *Doskonalenie umiejętności dotyczących trudnych rozmów w zespołowych i indywidualnych,*
- *Empatia i asertywność,*
- *Nauka postępowania z trudnymi współpracownikami,*
- *Techniki manipulacji – jak je rozpoznać i jak się przed nimi bronić.*

C.2. Anatomia kłamstwa

Dla każdego, dla kogo elementem pracy jest dochodzenie do faktów. Szczególnie przydatne dla osób prowadzących rekrutacje i negocjacje, jako uzupełnienie umiejętności fachowych.

Cel: Nauczenie rozpoznawania zachowań mogących świadczyć o próbie świadomego wprowadzenia w błąd rozmówcy.

Korzyści:

- *Nauka rozróżnienia 3-ch rodzajów kłamstwa,*
- *Identyfikacja zachowań wskazujących na ryzyko wystąpienia kłamstwa,*
- *Poznanie zasad interpretacji danej osoby jako podwyższonego ryzyka wprowadzenia w błąd,*
- *Poznanie wybranych sposobów weryfikacji kłamstwa.*

C.3. Komunikacja.

Dla osób chcących poprawić jakość komunikacji wewnątrz i na zewnątrz organizacji.

Cel: Dostarczenie wiedzy i umiejętności związanych ze sprawnym wykorzystaniem zasad komunikacji w codziennej pracy.

Korzyści:

- o *Poszerzenie wiedzy na temat elementów komunikacji,*
- o *Doskonalenie umiejętności komunikacyjnych,*
- o *Nauka wybór sposobu komunikacji zależnie od wrażliwości rozmówcy ,*
- o *Techniki komunikacji – którą wybrać z punktu widzenia kryteriów skuteczności ,*
- o *Kształtowanie umiejętności aktywnego słuchania.*

C.4. Kreatywność w zespole.

Dla osób i organizacji chcących uzyskać wzrost efektywności i/lub przewagę konkurencyjną.

Cel: Rozwój kreatywnego podejścia do szukania nowych rozwiązań w pracy.

Korzyści:

- o *Uświadomienie powodów naturalnych barier kreatywności,*
- o *Wskazanie i przećwiczenie sposobów twórczego działania,*
- o *Rozwój kreatywności grupowej,*
- o *Uświadomienie efektu synergii oraz działania syndromu grupowego myślenia*
- o *Praca warsztatowa nad szukaniem nowych rozwiązań w codziennej pracy.*

C.5. Sprawne podejmowanie decyzji.

Dla pracowników na stanowiskach decyzyjnych.

Cel: Nauka sposobów podejmowania decyzji zależnie od ilości danych, kompetencji i relacji osobowych.

Korzyści:

- o *Ujednolicenie wiedzy uczestników zakresie rozumienia procesu decyzyjnego ,*
- o *Uświadomienie zależności pomiędzy szybkością odejmowania decyzji, a ich trafnością,*
- o *Wprowadzenie 3-ch różnych modeli decyzyjnych ,*
- o *Nauka racjonalnej analizy decyzyjnej,*
- o *Pokazanie roli intuicji podejmowaniu decyzji oraz ograniczeń modelu racjonalnego,*
- o *Nauka podejmowania decyzji w oparciu o czynniki otoczenia decydującego,*
- o *Pokazanie ryzyk w procesie decyzyjnym.*

C.6. Postępowanie ze stresem.

Dla każdego, kto zna to pojęcie.

Cel: Rozwój świadomości mechanizmów działania czynników stresu oraz wskazanie metod zmniejszania wpływu stresu na nasze życie.

Korzyści:

- o *Poznanie mechanizmu działania stresu,*
- o *Stres jako niespecyficzny czynnik chorobotwórczy i identyfikacja symptomów stresu,*
- o *Inteligentne postępowanie ze stresem:*
 - *Poznanie 3-ch podstawowych reakcji na stres,*
 - *Indywidualny test diagnozujący,*
 - *Przedstawienie zaleceń dla różnych typów reakcji na stres.*
- o *Opracowanie indywidualnych planów działań w celu redukcji wpływu stresu.*

C.7. Asertywne warsztaty.

Dla każdego, kto zna to pojęcie, ale nie do końca wie co się w nim zawiera.

Cel: Nabycie umiejętności postępowania w różnych sytuacjach z zachowaniem szacunku do siebie oraz innych osób.

Korzyści:

- *Poznanie koncepcji zachowań asertywnych,*
- *Przeanalizowanie zasad asertywności wprowadzonych przez jego propagatorów tej koncepcji,*
- *Zapoznanie się z technikami asertywnych zachowań oraz :*
- *Przetrenowanie ich w różnych zaaranżowanych sytuacjach,*
- *Przetrenowanie zmiany wzorca zachowania na bardziej efektywny,*
- *Nauka radzenia sobie z negatywną reakcją klienta.*

D. Specjalistyczne.

Jest to grupa szkoleń przygotowanych w ramach specyficznych potrzeb naszych klientów.

D.1. Zarządzanie projektem.

Uczy zarządzania projektami w organizacji – przeznaczone dla pracowników zaangażowanych w realizację projektów.

Cel: Nauka ról i odpowiedzialności projektowych. Zapoznanie się z możliwymi dokumentami projektowymi.

Korzyści:

- *Umożliwia wprowadzenie lub rozwinięcie zarządzania projektami w organizacji,*
- *Zapoznaje z narzędziami projektowymi, możliwymi do zastosowania przy planowaniu,*
- *Daje możliwość przyspieszenia planowanych zmian organizacyjnych.*

D.2. 5S

Dla wszystkich pracowników zainteresowanych praktycznym doskonaleniem siebie i swojego stanowiska pracy.

Cel: Nabycie umiejętności wdrożenia tego systemu w realia codziennej pracy.

Metoda 5S wywodzi się z filozofii zarządzania, która stawia za nadrzędny cel wizualną organizację stanowiska pracy, aby ułatwić identyfikację i eliminację marnotrawstwa, bazując na pomysłach pracowników. Prawdopodobnie słowa: Seiri, Seiton, Seiso , Seikeitsu, Shitsuke niewiele ci powiedzą, a są to kolejne etapy tej filozofii przetłumaczonej na praktyczne działania w ramach metody 5S. Oznaczają one kolejno; Sortowanie, Systematykę, Sprzątanie, Standaryzację i Samodyscyplinę.

Korzyści:

- *Poprawa wydajności pracy,*
- *Zmniejszenie kosztów działalności,*
- *Zwiększenie satysfakcji pracowników,*
- *Poprawa warunków pracy.*

D.3. 5 WHY

Pomocne dla osób na wszystkich stanowiskach kierowniczych.

Cel: Opanowanie efektywnej metody diagnostycznej pozwalającej na systemowe rozwiązanie problemu, a nie tylko „gaszenie pożarów”.

Twórcą tej metody diagnostycznej jest Sakichi Toyoda. W trakcie rozwoju metodologii przemysłowej metoda **5WHY** została szybko udoskonalona i wdrożona wewnątrz korporacji motoryzacyjnej Toyota. Jest to jeden z podstawowych składników decydujący o umiejętności radzenia sobie w problemowych sytuacjach. Jest narzędzie wywodzące się z koncepcji Kaizen (dobrej zmiany) i może być powiązana z systemem 5S.

D.4. INCOTERMS

Szkolenie z formuł handlu międzynarodowego, przeznaczone dla osób mających do czynienia z logistyką na poziomie międzynarodowym.

D.5. Marketing szeptany.

Szkolenie dla osób szukających alternatywnych form działań marketingowych w celu zdobycia przewagi konkurencyjnej.

D.6. Zarządzanie ceną.

Dla pracowników decydujących o ustalaniu cen detalicznych oraz ich sposobie komunikacji klientowi.

Cel: Dostarczenie wiedzy i umiejętności w zakresie posługiwania się ceną jako narzędziem stymulującym decyzyjność zakupową klienta.

Korzyści:

- Nauka różnych metod ustalania ceny,
- Zapoznanie się z funkcjami jakie pełni cena,
- Poznanie narzędzi polityki,
- 12 taktyk związanych z ceną,
- Zapoznanie się z mechanizmami behawioryzmu cenowego,
- Praktycznie przetrenowanie powyższych umiejętności.

E. Najczęściej stosowane metody szkoleniowe.

- Ćwiczenia praktyczne,
- Moderowane dyskusje,
- Wprowadzenia teoretyczne,
- Studia przypadków,
- Testy osobowościowe,
- Praca przed kamerą,
- Listy kontrolne czynności (*check-list*).

F. Wybrani klienci.

Adamed Sp. z o.o. – firma farmaceutyczna (oddział ukraiński, rosyjski i kazachski),
Astellas – koncern farmaceutyczny,
Brunswick Marines in Poland – międzynarodowy producent łodzi motorowych,
CEDC (Grupa Bols) – dystrybutor alkoholi,
Fiat Auto Poland – dział samochodów dostawczych,
Good Food S.A. – producent i dystrybutor branży spożywczej,
Grupa PSB S.A. – sieć sklepów oraz składów budowlanych („Mrówka” i „Profi”),
Jelfa S.A. (firma farmaceutyczna) (oddział polski i ukraiński),
Marcegaglia (międzynarodowa firma spedycyjna),
Milo (obecnie Lekkerland) – ogólnopolska firma dystrybucyjna,
Muzeum Wsi Lubelskiej - skansen
ORiSTO – fabryka mebli łazienkowych,
PGF (Polska Grupa Farmaceutyczna) (oddział polski i litewski),
Polpharma S.A. – polska firma farmaceutyczna,
Polkomtel S.A. (operator sieci mobilnej telefonii),
Provimi – Rolimpex S.A. (oddział polski i ukraiński),
Santo – Kazachska firma farmaceutyczna z udziałem Polpharmy,
SiM Spółka Inżynierów Sp. z o.o.,
Totalizator Sportowy S.A.,
WWŻ PROFI (producent żywności),
Wytwórnia mebli METRO – Augustów,
Wyższa Szkoła Policji w Szczytnie.