



Pakiet szkoleniowy „c-basic”

Pakiet szkoleniowy „c-basic” skierowany jest do firm na początkowym etapie rozwoju. Pakiet ten składa się z trzech bloków tematycznych.

Pierwszy blok poświęcony jest zagadnieniom związanym z Marketingiem i Sprzedażą.

Celem szkolenia „Skuteczny Marketing” jest dostarczenie uczestnikom narzędzi, wiedzy i umiejętności do marketingowego zarządzania firmą obejmujące: misję działania firmy, fundamenty marketingu, przewagi konkurencyjne w małej firmie.

Ponadto szkolenie obejmować będzie również zagadnienia związane z coraz bardziej popularnymi i skutecznymi portalami społecznościowymi. Pokazane zostaną możliwości, jakie dają media społecznościowe. Szkolenie ma na celu pokazać uczestnikom jak powinna wyglądać strona internetowa, aby była wizytówką firmy. Ponad to, jakie obowiązują standardy oraz gdzie jest miejsce na kreację i eksperyment. Poruszane będą również zagadnienia z zakresu pozycjonowania tj. być albo nie być w Internecie. Szkolenie to również kilka słów o kampanii reklamowej oraz PR w Internecie, czyli o wciąż rosnącym rynku i potężnych możliwościach.

W trakcie szkolenia „Zarządzanie sprzedażą i efektywna obsługa klienta” uczestnicy pozyskają wiedzę z zakresu: praktycznych aspektów zarządzania procesem sprzedaży oraz skutecznej sprzedaży tj. badanie potrzeb klientów oraz techniki sprzedaży. Zdobędą również umiejętności efektywnej prezentacji handlowej.

Drugi blok dotyczy zagadnień dotyczących umiejętności interpersonalnych.

Szkolenie „Efektywność osobista” porusza zagadnienia z zakresu efektywnego zarządzania czasem, organizacji pracy, autoprezentacji, prowadzenia spotkań oraz budowanie autorytetu i wywieranie wpływu. Celem niniejszego szkolenia jest dostarczenie jego uczestnikom wiedzy i praktycznych umiejętności dotyczącej organizacji pracy własnej i współpracowników. Szkolenie to pozwoli również zidentyfikować trudności i wypracować rozwiązania w czasowym planowaniu zadań. W trakcie warsztatów uczestnicy zdobędą również umiejętności z zakresu norm tworzenia relacji oraz świadomego kreowania własnego wizerunku.

Trzeci blok pakietu „c-basic” poświęcony jest szeroko pojętym finansom w firmie i obejmuje takie zagadnienia jak: wprowadzenie do finansów przedsiębiorstw, zasady współpracy z biurem rachunkowym, optymalizacja podatkowa w mikro-firmie, zarządzanie przepływami pieniężnymi.



BLOK I Marketing i Sprzedaż

Skuteczny Marketing

1. **Fundamenty marketingu – podstawy marketingu dla małych firm.**
 - a) Ewolucja koncepcji marketingu.
 - b) Produkt – określenie zalet i korzyści, jakie dostarcza grupie docelowej.
 - c) Promocja – korzyści, jakich można się spodziewać dzięki działaniom promocyjnym.
 - d) Cena - skuteczne strategie cenowe dostosowane do rynku i produktu.
 - e) Dystrybucja - najefektywniejszy sposób dotarcia z produktem do klienta.
 - f) Personel – rola i znaczenie czynnika ludzkiego w procesie sprzedaży.
2. **Strategia marketingowa – skąd idziemy i dokąd zmierzamy.**
 - a) Analiza SWOT – Mocne strony, Słabe strony, Szanse i zagrożenia.
 - b) Filary strategii – gdzie szukać.
 - c) Cechy dobrej strategii.
 - d) Zarządzanie strategiczne.
 - e) Kalendarz działań marketingowo – sprzedażowych.
3. **Oferta handlowa – zwiększenie sukcesu sprzedażowego.**
 - a) Architektura produktu/usługi.
 - b) 3 najważniejsze cechy materiałów handlowych – CZK.
 - c) Etapy tworzenia oferty handlowej.
 - d) Najczęściej spotykane błędy w ofertach handlowych

IV. Działania promocyjne – jak można zwiększyć sprzedaż

Nowe media

1. Cele promocji.
2. Mechanizmy promocyjne.
3. Cechy skutecznej promocji.
4. Serwis internetowy / landing page - ABC webusability .
5. Ocean Google - SEO+SEM.
6. E-marketing - display, rich media, kampania reklamowa w Internecie Reklama w Internecie?
7. E-Public Relations PR w Internecie to 90% PR-u w ogóle... przesada czy faktyczny stan?
8. Social Media - blogi, mikroblogi, społeczności, Facebook, Google Plus, Twitter i reszta świata... na poważnie o blogowaniu i blogerach, a także ćwierkaniu i mobilnych checkinach.

Zarządzanie sprzedażą i efektywna obsługa klienta

1. Zarządzanie sprzedażą

- a) Definicja procesu sprzedaży,
- b) Definicja procesu obsługi klienta,
- c) Standardy obsługi klienta,
- d) Trójkąt satysfakcji klienta.

2. Efektywna obsługa klienta

- a) Typy klientów,
- b) Etapy sprzedaży osobistej,
- c) Prezentacja handlowa: techniki sprzedaży-elementy komunikacji interpersonalnej.
- d) Wpływ społeczny –podstawowe techniki.

BLOK II – Efektywność osobista

Efektywne zarządzanie czasem i organizacja pracy

1. **Organizacyjne i osobiste pojęcie czasu:** indywidualne predyspozycje, a efektywność w planowaniu, samoorganizacji i zarządzaniu sobą w czasie,
2. **Typowe problemy związane z czasem:** zaległości i opóźnienia; zakłócenia w planowaniu hierarchii zadań; nieporządek i czynności nie lubiane - nawyki.
3. **Priorytety w organizacji zadań:** techniki i narzędzia; zasada Pareto, Prawo Parkinsona, Reguła 60/40; hierarchia zadań i określanie priorytetów; sprawy pilne / ważne - Matryca Eisenhowera.
4. **Organizowanie czynności zawodowych:** organizacja stanowiska pracy; nowe metody organizacji działań.
5. **Planowanie:** płaszczyzny i poziomy planowania; celowość i planowanie; planowanie strategiczne, długofalowe, interwałowe i ad hoc w pracy zawodowej.
6. **Identyfikacja zadań i dostępnych zasobów:** rekonstrukcja zakresu kluczowych obowiązków i priorytetyzacja zadań.
7. **Efektywne zarządzanie obowiązkami:** delegowanie, jako kompetencja.

Autoprezentacja i prowadzenie spotkań, budowanie autorytetu i wywieranie wpływu

1. **Kreowanie wizerunku i tworzenie kultury organizacyjnej firmy:** misja, strategia charakterystyka firmy.
2. **Společne korzyści z autoprezentacji: budowanie relacji; techniki wpływu społecznego.**
3. **Natura i motywy autoprezentacji:** elementy własnego wizerunku; budowanie i podtrzymywanie poczucia własnej wartości; autoprezentacja autentyczna, fałszywa i wybiórcza; kultura wyglądu zewnętrznego.
4. **Mowa ciała:** kontrola wywieranego wrażenia i nieświadoma autoprezentacja; ugruntowanie ciała, gesty i sposób poruszania się; operowanie przestrzenią.
5. **Zawodowy savoir-vivre:** prowadzenie spotkań, odpraw, narad, konferencji; przyjmowanie gości i interesantów; prowadzenie rozmów telefonicznych.
6. **Savoir-vivre na co dzień:** powitania, przedstawianie się, ukłony, życzenia, toasty, kondolencje, wizytówki, prezenty, itp.
7. **Wystąpienia publiczne:** psychologiczne bariery; podstawy retoryki.

BLOK III – Finanse

1. **Wprowadzenie do finansów przedsiębiorstw.**
 - a) Analiza i ocena sytuacji finansowej przedsiębiorstwa.
 - b) Krótkoterminowe decyzje finansowe.
 - c) Struktura majątku i kapitału w przedsiębiorstwie.
 - d) Zmienność wartości pieniądza w czasie.
 - e) Zarządzanie kosztami w firmie.
 - f) Finansowanie działalności bieżącej przedsiębiorstwa.
2. **Zasady współpracy z biurem rachunkowym.**
 - a) Wymiana informacji pomiędzy przedsiębiorcą a biurem rachunkowym.
3. **Optymalizacja podatkowa w mikro-firmie.**
 - a) Ustalenie celów przedsiębiorstwa w świetle zarządzania podatkami.
 - b) Instrumenty zarządzania podatkami.
 - c) Tarcze podatkowe.
 - d) Strategie podatkowe.
4. **Zarządzanie przepływami pieniężnymi.**
 - a) Płynność w zarządzaniu firmą.
 - b) Formy rachunku przepływów pieniężnych.
 - c) Wartość decyzyjna rachunku przepływów pieniężnych.