

Doradztwo w zakresie projektowania kampanii wizerunkowych w mediach społecznościowych (Instagram, Facebook, Twitter) z uwzględnieniem kreowania personal brand.

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa doradcza
Podrodzaj usługi	Doradztwo
Dostępność usługi	Otwarta

Numer usługi	2019/05/26/17621/406388		
Cena netto	6 200,00 zł	Cena brutto	7 626,00 zł
Cena netto za godzinę	885,71 zł	Cena brutto za godzinę	1 089,43
Usługa z możliwością dofinansowania	Tak		
Liczba godzin usługi	7		
Termin rozpoczęcia usługi	2019-07-31	Termin zakończenia usługi	2019-07-31
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2019-05-26	Termin zakończenia rekrutacji	2019-07-30
Maksymalna liczba uczestników	1		
Kategoria główna KU	Zarządzanie i organizacja		
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0		

Czy usługa pozwala na zdobycie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	Nie
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	Nie
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	Tak

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu		Agencja Reklamowa NXT Tomasz Madejski	
Osoba do kontaktu	Grzegorz Szuba	Telefon	536 770 670
E-mail	g.szuba@nextday.pl		

Cel usługi

Cel biznesowy

S (Specific): Celem szczegółowym usługi jest indywidualne doradztwo w zakresie sztuki prezentacji własnej osoby i produktu oferowanego przez firmę. Efektywne prezentowanie, okoliczności prezentacji, sposoby przedstawienia produktu mają bezpośredni wpływ na skuteczność promocji i sprzedaży produktów i usług. Podczas doradztwa trener przedstawi wcześniej opracowane sposoby prezencji produktu, zwróci uwagę na najistotniejsze argumenty decydujące o zakupie usługi/produktu przez Klienta. M (Measurable): Udział w tej usłudze doradczej pozwoli na podniesienie poziomu sprzedaży poprzez profesjonalną prezentację oferowanych usług lub towarów. Dzięki udziałowi w tej usłudze doradczej nastąpi wzrost obrotów ze sprzedaży do 5% w skali 12 miesięcy od zakończenia usługi doradczej w stosunku do 12 miesięcy sprzed zakończonej usługi. A (Agreed): Celem uzgodnionym dla wszystkich stron jest: a) dla firmy szkoleniowej: podniesienie poziomu usług doradczych dla dedykowanej grupy zawodowej; b) dla przedsiębiorcy: dzięki uczestnictwu w usłudze doradczej nastąpi wzrost sprzedaży oferowanych towarów lub usług do 5% w skali 12 miesięcy od zakończenia usługi doradczej w stosunku do 12 miesięcy sprzed zakończonej usługi; c) dla uczestnika: wzrost poziomu wiedzy na temat sztuki prezentacji swojej osoby oraz oferowanych przez siebie towarów lub usług. R (Realistic): Celem realnym niniejszej usługi jest podniesienie poziomu sprzedaży oferowanych przez firmę towarów lub usług do 5% w skali 12 miesięcy od zakończenia usługi doradczej w stosunku do 12 miesięcy sprzed zakończonej usługi T (Time relation): Nabytą wiedzę uczestnik usługi doradczej może wdrożyć od razu po jej zakończeniu. Osiągnięcie wszystkich efektów, przy założeniu że decyzja o zmianie marki lub wizerunku zostanie podjęta, planowane jest na 12 miesięcy po zakończeniu usługi.

Cel edukacyjny

Wiedza 1. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu zależności między: myślą, emocją, zachowaniem, nawykiem i osobowością w kontekście prezentacji. 2. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu technik radzenia sobie ze stresem. 3. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu doboru technik prezentacji. 4. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu modelu indukcji, dedukcji i abdukcji. 5. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu planowania aktu prezentacji. 6. Uczestnik usługi doradczej nabędzie wiedzę z zakresu czynników wpływających na skuteczne prowadzenie prezentacji. Umiejętności 1. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego określenia zależności między: myślą, emocją, zachowaniem, nawykiem i osobowością w kontekście prezentacji. 2. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego radzenia sobie ze stresem. 3. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego doboru technik prezentacji. 4. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego zastosowania w praktyce modelu indukcji, dedukcji i abdukcji. 5. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego planowania aktu prezentacji. 6. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej nabędzie umiejętności dot. samodzielnego zdefiniowania czynników wpływających na skuteczne prowadzenie prezentacji. Kompetencje społeczne 1. Uczestnik po zakończonych sesjach w ramach usługi doradczej nabędzie kompetencje społeczne w zakresie prezentacji swojej osoby i usług lub towarów oferowanych przez siebie. 2. Uczestnik po zakończonych sesjach w ramach usługi doradczej nabędzie kompetencje społeczne w zakresie radzenia sobie ze stresem. 3. Uczestnik po zakończonych sesjach w ramach usługi doradczej nabędzie kompetencje społeczne w zakresie wystąpień przed audytorium.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

Usługa doradcza jest podzielona na sesje, podczas których prezentowana jest elementarna wiedza, jest ona następnie omawiana. Całość usługi doradczej podsumowana jest intensywnym warsztatem wraz z informacją zwrotną od doradcy.

Obszary wsparcia:

1. Określenie zależności między: myślą, emocją, zachowaniem, nawykiem i osobowością w kontekście prezentacji.
2. Radzenie sobie ze stresem.
3. Poznanie technik prezentacji.
4. Model indukcji, dedukcji i abdukcji.
5. Planowanie aktu prezentacji.
6. Czynniki wpływające na skuteczne przeprowadzenie prezentacji.

Wybrane, szczegółowe elementy doradztwa:

- Techniki prezentacyjne
- Wstęp – rozwinięcie – zakończenie
- Jak się zachowywać?
- Co robić ze wzrokiem, rękoma, głosem?
- Siedzieć, stać a może chodzić?
- Stres, czyli techniki radzenia sobie z negatywnymi emocjami
- Zasady używania pomocy wizualnych

- Co robić i mówić na początku oraz końcu spotkania?
 - Rady na koniec, czyli „coś” więcej niż podstawy
 - 5 sposobów na „mocne” rozpoczęcie prezentacji i wykreowanie pozytywnego nastawienia słuchaczy od pierwszej chwili wystąpienia
 - Jak najbardziej klarownie przeprowadzić słuchaczy przez swój tok myślenia
 - Techniki wzmacniające własną pewność siebie podczas trwania wystąpienia jako sposób na treść i stres
 - Zawsze jest jakieś „ale” – czyli jak radzić sobie i dyskutować z kontrargumentami i wątpliwościami od audytorium
 - Sposoby reagowania na prowokacje, zaczepki i manipulacje ze strony słuchaczy
 - „Szkola przetrwania” – czyli jak radzić sobie z trudnymi słuchaczami, którzy sprawiają kłopoty
 - Otoczenie – zasady przygotowania sali i pomocy prezentacyjnych w sposób wspierający
 - osiągnięcie celu (sala, pokój, stoły, krzesła, oświetlenie, sprzęt)
 - Przygotowanie prezentera – strój, uczesanie, świadomość własnej fizjologii, sposoby radzenia sobie z treścią
 - Werbalne i niewerbalne środki przekazu – Na co zwrócić szczególną uwagę?
 - Istota argumentacji
 - Rola interakcji z rozmówcą
-

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

1. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego określenia zależności między: myślą, emocją, zachowaniem, nawykiem i osobowością w kontekście prezentacji.
 2. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego radzenia sobie ze stresem.
 3. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego doboru technik prezencji.
 4. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego zastosowania w praktyce modelu indukcji, dedukcji i abdukcji.
 5. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego planowania aktu prezentacji.
 6. Uczestnik po zakończeniu usługi doradczej osiągnie efekty dot. samodzielnego zdefiniowania czynników wpływających na skuteczne prowadzenie prezentacji.
-

Grupa docelowa

Managerowie niskiego, średniego i wysokiego szczebla w organizacji, osoby zarządzające zespołem, kierownicy, dyrektorzy, właściciele firm.

Opis warunków uczestnictwa

Przed rozpoczęciem usługi doradczej, uczestnik otrzymuje testy kompetencyjne. Po ich wypełnieniu doradca diagnozuje obszary wymagające wsparcia dedykowanego.

Materiały dydaktyczne

Skrypt

Notatnik

Narzędzia wspierające kreatywne myślenie

Niezbędne narzędzia wspierające warsztat rozwojowy

Informacje dodatkowe

Po zakończonej usłudze uczestnik będzie miał możliwość indywidualnego doradztwa telefonicznego z doradcą przez okres miesiąca.

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	blok 1	2019-07-31	09:00	17:00	8:00

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Tomasz Madejski
Obszar specjalizacji	sprzedaż, handel, kampanie reklamowe, budowanie strategii marketingowej, budowanie wizerunku, psychologia sprzedaży, psychologia zachowań konsumenckich, personal brand, przywództwo, zarządzanie przedsiębiorstwem, podnoszenie efektywności przedsiębiorstwa, zarządzanie zasobami ludzkimi
Doświadczenie zawodowe	W branży jest od 15 lat. Od ponad 10 lat prowadzi agencję marketingową. Zatrudnia blisko 20 osób. Sama agencja to tysiące projektów, obsłużone setki firm, w tym m.in. Gothaer, Politan, Wojas, Wawel, Sobik, Mieszko, Intersport, Spomlek, Vattenfall, Virtu, Fundacja ING Dzieciom i wielu innych. Obecnie jest doradcą prezydenta ds. strategii rozwoju jednego ze śląskich miast. Stworzył i zrealizował z sukcesem 6 kampanii politycznych dla Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości. Jego działania skutkowały uzyskaniem mandatu przez kandydatów ubiegających się m.in. o miejsca w Sejmie, Senacie i Parlamencie Europejskim.
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	15 lat doświadczenia

Wykształcenie

Canadian International Institute, Harvard
Business School w Warszawie

Lokalizacja usługi

Adres:

**Prosta 135B
44-203 Rybnik, woj. śląskie**

Szczegóły miejsca realizacji usługi:

**Usługa realizowana jest na miejscu (piętro
pierwsze - winda w budynku).**

Warunki logistyczne:

Klimatyzacja, Wi-fi