

Autorytet i wywieranie wpływu - sztuka perswazji i obrona przed manipulacją

Informacje o usłudze

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

Numer usługi	2019/10/21/7223/475553		
Cena netto	1 810,00 zł	Cena brutto	2 226,30 zł
Cena netto za godzinę	86,19 zł	Cena brutto za godzinę	106,01
Usługa z możliwością dofinansowania	Tak		
Liczba godzin usługi	21		
Termin rozpoczęcia usługi	2020-05-06	Termin zakończenia usługi	2020-05-08
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2019-10-21	Termin zakończenia rekrutacji	2020-05-04
Maksymalna liczba uczestników	15		
Kategoria główna KU	Rozwój osobisty		
Kategorie dodatkowe KU	Zarządzanie i organizacja		
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych		

Czy usługa pozwala na uzyskanie 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		Progress Project Sp. z o.o.	
Osoba do kontaktu	Joanna Sokół	Telefon	570003200
E-mail	joanna.sokol@progressproject.pl		

Cel usługi

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwój umiejętności budowania autorytetu i wywierania wpływu w relacjach ze współpracownikami, podwładnymi, klientami, poprzez uporządkowanie wiedzy i przećwiczenie umiejętności w trakcie szkolenia. Uczestnik dzięki szkoleniu rozwinie umiejętności potrzebne do budowania autorytetu i wywierania wpływu w dwóch kluczowych obszarach: Moralności i Merytoryki, będzie widział jak budować autorytet i przez to stawać się skuteczniejszym liderem i specjalistą w swojej dziedzinie zawodowej oraz w życiu prywatnym. Uczestnik zdobędzie również kompetencje społeczne tj.: umiejętność współpracy w zespole, umiejętność komunikowania się z podwładnymi, umiejętność aktywnego słuchania, umiejętność motywowania siebie i innych, umiejętności udzielania informacji zwrotnej, umiejętności udzielania pochwał i krytyki oraz umiejętność budowania relacji z innymi ludźmi.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

Dzień I - ta część szkolenia służy przedstawieniu technik, reguł i zasad obowiązujących w skutecznej komunikacji z drugim człowiekiem oraz zapoznaniu się z najczęściej występującymi „Przeszkodami komunikacyjnymi”, które wpływają na powstawianie sytuacji „trudnych” w kontakcie z drugim człowiekiem. Wywieranie wpływu na samego siebie, czyli słów też kilka o emocjach.

- Festiwal „Wywierania wpływu (Ćwiczenie - symulacja biznesowa)” - czyli każdy z uczestników, przekonuje każdego do swojej usługi, produktu, usługi, pomysłu, strategii, wizji!**
 - o współpraca vs rywalizacja. Emocje pozytywne i negatywne i ich wpływ na ludzi,
 - o czy warto manipulować innymi?

- myślenie strategicznie, czyli ... 3 lata później,
 - życie toczy się rundami. Tydzień później, miesiąc później, kwartał później... siedem lat później...
 - budowanie relacji B2B. Emocje wg Paula Ekmana i Daniela Golemana,
 - reguły wywierania wpływu wg Prof. Roberta Cialdiniego,
 - „otwarte karty” – analiza Festiwalu Wywierania wpływu, czyli kto przekonany został a kto nie i kluczowe pytanie: Dlaczego?
 - spojrzenie na sposób wywierania wpływu i odpowiedź na pytanie...
 - przekonałem/Przekonałam, bo ...?
 - nie udało mi się przekonać, bo...?
 - co mogłam/mogłem robić inaczej w trakcie symulacji biznesowej – „Festiwal Wywierania wpływu”.
- 2. Moduł. Symulacja Menedżerska wywieranie wpływu i komunikacja - „Zmiany w przedsiębiorstwie”: wprowadzi uczestników w realia „pewnego” przedsiębiorstwa, w czasach spowolnienia gospodarczego. Zarządzają oni niewielką firmą a ich zadaniem jest przetrwanie ostatnich dni tej trudnej dla firmy sytuacji. Dodatni wynik finansowy na koniec miesiąca oznacza realizację celu. Wynik ujemny zwiastuje bankructwo. Czas trwania: do 2 godzin:**
- gra w wyjątkowy dla siebie sposób zderza i ukazuje punkty widzenia osób zajmujących różne stanowiska w firmie. Pozwala poznać obawy i intencje wszystkich stron uczestniczących w ważnych procesach zmian w przedsiębiorstwie. W tak niełatwym okresie nie ma prostych rozwiązań i szybkich kompromisów. Liczy się umiejętność zarządzania ludźmi, delegowania zadań, skutecznej komunikacji i motywowania,
 - w jakie role uczestnicy wcielią się w trakcie gry? Uczestnicy w wyniku procesu rekrutacji, obejmą następujące stanowiska: Zarząd, Dyrektorzy, Kierownicy oraz Pracownicy. Podzieleni na cztery grupy pracowników, otrzymają swoje zadania i cele do realizacji,
 - uczestnicy po zakończeniu gry otrzymają indywidualny feedback od: trenera, od każdej z grup pracowniczych: Zarządu, Dyrektorów, Kierowników, Pracowników.

Dzień II. Autorytet. Kim dla mnie jest? Wymiana doświadczeń, pomiędzy uczestnikami szkolenia i trenerem.

1. Autorytet. Wzorzec. Lider. Czyli kto?

- dyskusja z uczestnikami szkolenia i porównanie z innymi, którym zadano pytanie: „Kim jest dla Ciebie autorytet?”,
- autorytet w świetle psychologii poznawczej, osobowości i społecznej:
 - rodzaje zachowań, postaw i sposobów komunikacji budujących aurę osoby z autorytetem.
- wywieranie wpływu na samego siebie, czyli słów też kilka o emocjach.

2. Kluczowe umiejętności niezbędne w budowaniu postawy osoby z autorytetem:

- zjednywanie ludzi,
- sztuka wywierania wpływu, jako elementy kreowania wizerunku,
- jakie cechy osobowości i temperamentu sprawiają, że ludzie postrzegają daną osobę, jako autorytet?
- od czego zależy autorytet?
- typy liderów i autorytetów,
- wartości, przekonania charakterystyczne dla liderów i osób z autorytetem.

3. Wizerunek autorytetu:

- pewność siebie i poczucie własnej wartości,
- charyzma – czy można się tego nauczyć?
- umiejętność wywierania wpływu i przekonywania do własnych poglądów,

- pokora, opanowanie, pogoda ducha, czyli emocje i nastawienie u liderów i osób z autorytetem.
4. **Ja jako lider, czyli koncepcja Poziomów Logicznych, wg Georga Batesona i jej zastosowanie w budowaniu autorytetu:**
- prezentacja Koncepcji Poziomów Logicznych,
 - wpływ poszczególnych poziomów na siebie i na system oraz analiza charakterystycznych i specyficznych problemów na styku poszczególnych poziomów,
 - poziom Pierwszy: Środowisko. Przegląd i analiza dostępnych zasobów i możliwości ich wykorzystania do realizacji celów biznesowych firmy,
 - poziom Drugi: Obserwowalne zachowania w konkretnym środowisku. Analiza zachowań własnych i planowanie zmian,
 - poziom Trzeci: Umiejętności. Przegląd kompetencji i umiejętności zawodowych niezbędnych do wywierania wrażenia lidera i osoby z autorytetem,
 - poziom Czwarty: Przekonania/Wartości Liderów. Wpływ przekonań na realizację celów biznesowych i na postrzeganie samego siebie jako osoby posiadającej autorytet,
 - poziom Piąty: Tożsamość. Charakterystyka i zdefiniowanie ról, zachowań, przekonań, sposobów funkcjonowania,
 - poziom Szósty: Misja. Analiza kierunku własnego rozwoju, zdefiniowanie i ustalenie strategicznych celów i zadań,
 - określenie i zdefiniowanie własnej roli, jako osoby posiadającej autorytet, na wszystkich Poziomach Logicznych – ćwiczenia indywidualne.

Dzień III. Wywieranie wpływu na innych. Psychologia poznawcza wg. Prof. Martina Seligmana.

1. **Wywieranie wpływu. Psychologia Poznawcza. Prof. Martin Seligmana. Hakerzy Umysłów.**
2. **Szukający dziury w całym, pesymistycznie nastawiony do oferty, wiecznie niezadowolony klient:**
 - jak i o czym myśli taki typ klienta?
 - techniki i sprzedaży pod ten typ klienta,
 - strategie budowania długofalowych relacji z tym typem klienta.
3. **Obiecujący przysłowiowe gruszki na wierzbie, „lejący wodę” i oderwany od rzeczywistości klient:**
 - jak i o czym myśli taki typ klienta?
 - techniki sprzedaży pod ten typ klienta,
 - strategie budowania długofalowych relacji z tym typem klienta.
4. **Zadufany w sobie, najmądrzejszy w całym mieście, nie liczący się z opinią z innych klient:**
 - sposoby rozkodowania stylu myślenia klienta, o powyższych cechach,
 - techniki sprzedaży pod ten typ klienta,
 - strategie budowania długofalowych relacji z tym typem klienta.
5. **Chwiejny niczym chorągiewka na wietrze, bez własnego zdania i opinii, czyli klient, który nie potrafi samodzielnie podjąć żadnej decyzji, bo nie ma pełnomocnictw:**
 - styl myślenia i postrzegania kontaktu, przez ten typ klienta,
 - techniki sprzedaży pod ten typ klienta,
 - strategie budowania długofalowych relacji z tym typem klienta.
6. **Egocentryczny, myślący tylko i wyłącznie o sobie samym, karierowicz, o osobowości narcystycznej, czyli klient, który wpatrzony jest tylko i wyłącznie w siebie:**
 - jak myśli taki typ klienta i jak do niego trafić,

- techniki sprzedaży pod ten typ klienta,
 - strategie budowania długofalowych relacji z tym typem klienta.
7. **Podejrzanie myślący o „dobru korporacji”, cwaniaczek i manipulator w jednej osobie, czyli klient w przebraniu „Matki Teresy”:**
- jak i co myśli taki typ klienta i jak go skutecznie przekonać,
 - techniki sprzedaży pod ten typ klienta,
 - strategie budowania długofalowych relacji z tym typem klienta.
8. **Styl Sortowania Informacji, odpowiedzialny motywację do podejmowania działań:**
- czteropolowa Matryca Nieświadomego Systemu Ocen,
 - zarządzanie Nieświadomym Systemem Ocen.
9. **Stworzenie 6 typów klientów w oparciu o Style Sortowania Informacji, i skonstruowanie najskuteczniejszych narzędzi, w postaci „autorskich” technik, mających na celu, finalizację sprzedaży i realizację planów sprzedażowych.**
10. **Połączenie zdobytych umiejętności z zakresu osobowości lidera, stylu komunikacji lidera, oraz zachowań niewerbalnych lidera, z poczuciem pewności siebie:**
- ćwiczenia, których głównym celem, będzie rozwinięcie umiejętności z zakresu komunikacji niewerbalnej, cechującej liderów, oraz wzmocnienie poczucia pewności siebie.
11. **Zagrożenia, czyli jak na pewno nie uda Ci się sprawiać wrażenia osoby z autorytetem:**
- pycha, czyli przeświadczenie, że jestem lepszy od innych,
 - słyszenie, ale nie słuchanie, czyli umiejętność zjednywania ludzi,
 - złudzenie onnipotencji – już nic więcej nie muszę, bo wiem wszystko,
 - raz tak, raz tak, czyli, po co być konsekwentnym,
 - etyka i moralność w biznesie – kodeks etyczny osoby z autorytetem.
12. **Rozwój umiejętności wspierających budowanie autorytetu:**
- umiejętności udzielania informacji zwrotnej,
 - umiejętności udzielania pochwał i krytyki,
 - umiejętność budowania relacji z innymi ludźmi.
13. **Analiza komunikacji niewerbalnej, charakterystycznej dla liderów:**
- ton głosu, tempo mówienia,
 - gesty, postawa ciała.
14. **Postawa ciała, ton głosu, charakterystyczne gesty i ich wpływ na nieświadomość osób, poddawanych tego typu wpływowi.**
15. **Połączenie zdobytych umiejętności z zakresu osobowości lidera, stylu komunikacji lidera, oraz zachowań niewerbalnych lidera, z poczuciem pewności siebie.**
16. **Ćwiczenia, których głównym celem, będzie rozwinięcie umiejętności z zakresu komunikacji niewerbalnej, cechującej liderów, oraz wzmocnienie poczucia pewności siebie:**
17. **Podsumowanie szkolenia:**
- główne wnioski - Key Learning Points,
 - wskazówki i rekomendacje dla dalszej praktyki,
 - indywidualny plan działania (Action Plan).

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Wiedza:

- wiedza z zakresu psychologii poznawczej oraz Psychologii wywierania wpływu,
- wiedza dotycząca działań budowania zaufania i autorytetu lidera i specjalisty,
- wiedza dotycząca znaczenia zaufania i wiarygodności w kategoriach konkretnych zachowań,
- wiedza dotycząca strategii budowania długofalowych relacji z różnym typem klienta,

Umiejętności:

- umiejętność budowania autorytetu i wywierania wpływu w dwóch kluczowych obszarach: Moralności i Merytoryki,
- umiejętność budowania autorytetu i stawania się skuteczniejszym liderem i specjalistą w swojej dziedzinie zawodowej oraz w życiu prywatnym,
- umiejętność stawania się autorytetem,
- umiejętność wykonania autodiagnozy – czym skutecznie buduję swój osobisty autorytet, a co powinienem poprawić?
- umiejętność wywierania wpływu i przekonywania do własnych poglądów.

Kompetencje społeczne:

- umiejętność współpracy w zespole,
- umiejętność komunikowania się z podwładnymi,
- umiejętność aktywnego słuchania,
- umiejętność motywowania siebie i innych,
- umiejętności udzielania informacji zwrotnej,
- umiejętności udzielania pochwał i krytyki,
- umiejętność budowania relacji z innymi ludźmi.

Grupa docelowa

Szkolenie skierowane jest do osób, które na co dzień zajmują się skuteczną komunikacją z drugim człowiekiem.

Opis warunków uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa w szkoleniu jest zebranie się minimalnej grupy 6 osób. W przypadku, gdy grupa się nie zbierze, wyznaczymy nowy termin szkolenia.

Materiały dydaktyczne

Segregator, skrypt szkoleniowy, notatnik, długopis.

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Zajęcia z przerwami	2020-05-06	10:00	17:00	7:00
2	Zajęcia z przerwami	2020-05-07	10:00	17:00	7:00
3	Zajęcia z przerwami	2020-05-08	09:00	16:00	7:00

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	ADAM GNYCH
Obszar specjalizacji	Praktyk sprzedaży, zarządzania, negocjacji, retoryki i erystyki oraz wywierania wpływu i perswazji.
Doświadczenie zawodowe	<p>Trener i konsultant Progress Project. Psycholog. Prezes Platformy Testów, oferującej rozwiązania HR dla biznesu. Występuje jako Ekspert w TVP2, TVN. Przez 15 lat przeprowadził ponad 3000 dni szkoleniowych, w których udział wzięło około 22000 pracowników największych korporacji. Programy szkoleń bazują na autorskim know-how, wypracowanym przez psychologów pełniących funkcję Głównych Specjalistów ds. Szkoleń w środowisku biznesowym Polskiej Telefonii Cyfrowej, gdzie Adam Gnych przepracował 9 lat na stanowisku Głównego Specjalisty ds. Szkoleń, tworząc m.in. wewnętrzną Akademię Menadżera oraz Akademię Negocjacji i Wywierania Wpływu. Następnie w Tikkurila Polska S.A. pełniąc funkcję Doradcy Członka Zarządu, budował Akademię Sprzedaży i Akademię Managera - Excellent Customer Service Academy oraz projektował programy motywacyjne dla Pionu Marketingu i Sprzedaży. Pracował jako Dyrektor Merytoryczny w firmach szkoleniowych, zarządzając zespołem trenerów i konsultantów. Ekspert w szkoleniach m.in. kadry menedżerskiej i działów handlowych z zakresu: negocjacje, zaawansowane techniki negocjacyjne, protokół negocjacyjny, język wywierania wpływu i perswazji, prawa perswazji, retoryki i erystyki.</p>

<p>Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług</p>	<p>Zajmuje się także coachingiem menedżerów, kształceniem trenerów wewnętrznych, doradzaniu wyższej i średniej kadry zarządzającej. Absolwent Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego (specjalizacja: stosowana psychologia społeczna). Absolwent wielu kursów i szkoleń posiadający dyplomy trenerskie sygnowane przez Polskie Towarzystwo Psychologiczne. Trener Wystąpień Publicznych, Absolwent Podyplomowych Studiów „Retoryka i Krytyka Praktyczna”, organizowanych przez Uniwersytet Warszawski. W ocenie uczestników treningów charakteryzuje się bogatym repertuarem proponowanych technik zawodowych, oraz przystępnym i efektywnym językiem przekazu dydaktycznego. Prowadził szkolenia między innymi dla: PGE, PGE Energia Jądrowa, PGE Elektrownia Bełchatów, Polpharma, Bayer, Torfarm, Mars, Samsung, Real, Tesco i wiele innych. Prowadził i prowadzi Akademię Managera – cykl ośmiu dwudniowych zjazdów, poprzedzonych analizą potrzeb szkoleniowych, ze strony zleceniodawcy jak i uczestników szkoleń, dla takich firm jak: Polska Telefonia Cyfrowa (obecnie T-Mobile), Sitech.</p>
<p>Wykształcenie</p>	<p>Absolwent studiów podyplomowych Retoryka i Krytyka Praktyczna – Instytut Badań Literackich Uniwersytet Warszawski. Słuchacz European Academy of Diplomacy. Członek Polskiego Towarzystwa Psychologicznego. Trener umiejętności psychospołecznych I stopnia, rekomendowany przez Polskie Towarzystwo Psychologiczne.</p>

Lokalizacja usługi

<p>Adres: al. Roździeńskiego 16 40-202 Katowice, woj. śląskie</p> <p>Szczegóły miejsca realizacji usługi: Hotel Novotel Centrum Katowice****</p>	<p>Warunki logistyczne: Klimatyzacja,Wi-fi</p>
--	--