

Skuteczny marketing w sprzedaży.

Usługa archiwalna

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 szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta

Numer usługi	2020/02/27/28950/536867		
Cena netto	3 022,00 zł	Cena brutto	3 022,00 zł
Cena netto za godzinę	188,88 zł	Cena brutto za godzinę	188,88
Usługa z możliwością dofinansowania	Tak		
Liczba godzin usługi	16		
Termin rozpoczęcia usługi	2020-04-25	Termin zakończenia usługi	2020-04-26
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2020-02-28	Termin zakończenia rekrutacji	2020-04-24
Maksymalna liczba uczestników	10		
Kategoria główna KU	Rozwój osobisty		
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0		
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	EGIDA Ubezpieczenia Daniel Kamiński		
Osoba do kontaktu	Michał Gumowski	Telefon	668360878
E-mail	michal@egidafinanse.pl		

Cel usługi

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest zapoznanie z różnymi modelami marketingu służącemu promocji marki firmy oraz samego sprzedawcy. Uczestnicy poznają formy promocji oraz budowania pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa w oparciu o najskuteczniejsze formy marketingu WIEDZA Uczestnicy dowiedzą się jak skutecznie inwestować środki finansowe oraz czas w taką promocję, która przynosi największe korzyści i jest najbardziej efektywna. Nabyta wiedza pozwoli nie tylko zaplanować akcję marketingową, nauczymy się również jak kontrolować poszczególne etapy pracy i jak wyciągać wnioski ze zdobytego doświadczenia. UMIEJĘTNOŚCI Uczestnicy szkolenia poznają formy marketingu i rodzaje marketingu, dowiedzą się jaki typ działań jest najskuteczniejszy przy ich profilu działalności. Dowiedzą się również jak zaplanować akcję marketingową oraz kontrolować jej etapy i wyciągać konstruktywne wnioski. Uczestnik szkolenia będzie potrafił zorganizować działania promocyjne swojej firmy w kierunku, który przyniesie największe korzyści. Będzie wiedział jak ocenić skuteczność akcji i dostosować się do powstałych zmiennych rynkowych. Nabyta wiedza pozwoli prowadzić skuteczne akcje marketingowe przy zminimalizowaniu nakładów finansowych KOMPETENCJE SPOŁECZNE Uczestnik nabydzie umiejętność pracy z Klientem poprzez budowę marki przedsiębiorstwa, dowie się jak wykorzystywać logo swojego przedsiębiorstwa do budowania zaufania wśród potencjalnych nabywców.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

1. Definicja marketingu : W tym punkcie celem będzie ukazanie uczestnikom różnych punktów widzenia w oparciu o obowiązujące na rynku definicje marketingu, istotne będzie aby uczestnicy zweryfikowali posiadaną wiedzę zapoznając się z teorią marketingu.
2. Zasady marketingowe : W tym punkcie omówimy z uczestnikami zasady zarządzania narzędziem marketingu w przedsiębiorstwie. Sprecyzujemy jakie działania trzeba podjąć w celu wypracowania skutecznej akcji marketingowej, jak ją kontrolować, modyfikować i wyciągać wnioski w trakcie trwania akcji. Uczestnicy nauczą się postrzegać strategię marketingową jako żywy organizm o który trzeba odpowiednio dbać i który potrafi być nieprzewidywalny.
3. Instrumenty i strategia marketingowa :To zagadnienie ma za zadanie uzbroić uczestników w

dobrane pod ich branże rodzaje marketingu, nauczą się budować strategię działań mającą na celu rozwinięcie marketingu w ich przedsiębiorstwach. Strategia ta zawierać w sobie będzie plan działań dobrany pod branżę oraz styl pracy uczestników szkolenia.

4. Opis dotychczasowych działań :Na tym etapie uczestnicy podzielą się swoimi doświadczeniami w zakresie marketingu, omówimy ich sukcesy i porażki. Wyciągniemy wnioski, które posłużą nam do budowania nowego planu działania w zakresie marketingu w ich przedsiębiorstwach.
 5. Rodzaje marketingu : Na tym etapie uczestnicy poznają najciekawsze trendy rynkowe, dowiedzą się jakie rodzaje marketingu sprawdzają się w poszczególnych branżach. Zbadamy skuteczność takich rodzajów marketingu jak SM Marketing, Marketing Szeptany, Marketing wirusowy i wiele innych.
 6. Badanie rynku pod kątem skuteczności: Zbudowane strategię oraz gotowe plany marketingowe przeniesiemy na teren pracy uczestników w celu zbadanie jego skuteczności i wprowadzenia ewentualnych korekt. Poszukamy też potencjalnych zagrożeń w realizacji założeń i zastanowimy się jak sobie z nimi poradzić.
 7. Ryzyko inwestycji w marketing: W tym punkcie uczestnicy poznają ryzyko z jakim wiąże się prowadzenia działań marketingowych. Dowiedzą się jakie mogą być skutki finansowe oraz społeczne przekładające się na odbiór potencjalnych Klientów.
 8. Zmiany do wprowadzenia: Na koniec każdy uczestnik podsumuje swoje postanowienia, omówi plan działania i wyrazi ewentualne obiekcje.
-

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Po szkoleniu, uczestnicy będą:

- znali definicję marketingu, poszerzą swoją wiedzę teoretyczną w tym zakresie co pozwoli im szerzej zagłębić się w zagadnienie i spojrzeć na to z różnych punktów widzenia,
 - znali rodzaje marketingu oraz ich skuteczność w różnych branżach,
 - potrafili prowadzić skuteczne akcje marketingowe, dobrane do ich profilu działalności, będą wiedzieli jak stworzyć spójny plan działania i zrealizować go zakładając wiele zmiennych,
 - wiedzieli jak dokonać autodiagnozy podczas prowadzenia akcji marketingowych dzięki czemu nie będą trwonić zasobów na nieskuteczne działania,
 - potrafi pracować z klientem poprzez budowę marki przedsiębiorstwa
 - potrafi wykorzystywać logo swojego przedsiębiorstwa do budowania zaufania wśród potencjalnych nabywców
-

Grupa docelowa

Szkolenie skierowane jest do osób:

- które chcą zdobyć teoretyczną wiedzę o marketingu oraz jego formach.
- chcą nauczyć się budować własną strategię marketingową.
- chcą wyróżnić się na tle konkurencji.

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Definicja marketingu	2020-04-25	09:00	11:00	2:00
2	Zasady marketingowe	2020-04-25	11:00	13:00	2:00
3	Instrumenty i strategia marketingowa	2020-04-25	13:00	15:00	2:00
4	Opis dotychczasowych działań	2020-04-25	15:00	17:00	2:00
5	Rodzaje marketingu	2020-04-26	09:00	11:00	2:00
6	Badanie rynku pod kątem skuteczności	2020-04-26	11:00	13:00	2:00
7	Ryzyko inwestycji w marketing	2020-04-26	13:00	15:00	2:00
8	Zmiany do wprowadzenia	2020-04-26	15:00	17:00	2:00

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Dominik Dorawa
Obszar specjalizacji	Szkolenia z zakresu : sprzedaży, marketingu, organizacji pracy, motywacyjne

Doświadczenie zawodowe	<p>13 lat doświadczenia. 04.2007 - 06.2007 PZU Życie SA w Olsztynie - Specjalista Administracyjny Nadzór nad procesem rejestracji klientów objętych programem ubezpieczeń grupowych, 07.2007 - 01.2008 PZU Życie SA w Olsztynie - Doradca Finansowy Zdobywanie nowych kontraktów finansowych, aktywna sprzedaż i obsługa klienta indywidualnego i biznesowego, czynne poszerzanie portfela klientów, telemarketing, 01.2008 - 09.2012 PZU Życie SA w Olsztynie - Menedżer Zespołu Sprzedażowego Koordynowanie pracą zespołu ponad 20-stu pośredników finansowych. Prowadzenie szkoleń, rekrutacja, asysty sprzedażowe, coaching, motywacja, sprzedaż własna, 09.2012 - obecnie Compensa TU SA VIG - Menedżer Grupy Agentów Współpraca z siecią Agencji Ubezpieczeniowych oraz Agencji Ogólnopolskich i Brokerów. Realizacja planów sprzedaży, budowanie pozytywnych relacji biznesowych z kluczowymi Partnerami, rekrutacja oraz wdrażanie nowych sprzedawców, prowadzenie szkoleń, sprzedaż własna.</p>
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	<p>12 lat doświadczenia. 01.2008 - 09.2012 PZU Życie SA w Olsztynie - Menedżer Zespołu Sprzedażowego Koordynowanie pracą zespołu ponad 20-stu pośredników finansowych. Prowadzenie szkoleń wewnętrznych : 280h 09.2012 - obecnie Compensa TU SA VIG - Menedżer Grupy Agentów Współpraca z siecią Agencji Ubezpieczeniowych oraz Agencji Ogólnopolskich i Brokerów. Realizacja planów sprzedaży, budowanie pozytywnych relacji biznesowych z kluczowymi Partnerami, rekrutacja oraz wdrażanie nowych sprzedawców, prowadzenie szkoleń - 340 h 02.2016 - obecnie Szkolenia na zlecenia innych firm szkoleniowych : 320 h Posiada referencję i certyfikaty wydane przez firmy szkoleniowe : Ipint, Aquadiver, Prawomaniacy, Egida Daniel Kamiński dla których prowadził podobne szkolenia.</p>
Wykształcenie	<p>2006 - 2009 Olsztyńska Szkoła Wyższa (Olsztyn) Wydział: Zdrowie Publiczne Stopień: licencjat</p>

Lokalizacja usługi

Adres:

**Feliksa Nowowiejskiego 9
10-900 Olsztyn, woj. warmińsko-
mazurskie**

Szczegóły miejsca realizacji usługi:

Warunki logistyczne:

Wi-fi