



MY LIFE SP. Z O.O.



Efektywny Merchandising oraz Sprzedaż i Obsługa Klienta na Stoiskach Mięсно-Wędliniarskich i Owocowo-Warzywnych.

Numer usługi 2024/05/28/52635/2164362

📍 Murowana Goślina / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 02.09.2024 do 18.10.2024

7 527,60 PLN brutto

6 120,00 PLN netto

188,19 PLN brutto/h

153,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie dedykowane jest dla pracowników zajmujących stanowisko sprzedawcy i kierownika sklepu, którzy chcą zdobyć wiedzę dotyczącą aktywnej obsługi Klienta na stanowisku mięsno-wędliniarskim i owocowo-warzywnym.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	9
Data zakończenia rekrutacji	13-09-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	40
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa "Efektywny Merchandising oraz Sprzedaż i Obsługa Klienta na Stoiskach Mięsno-Wędliniarskich i Owocowo-Warzywnych" przygotowuje uczestników do efektywnego zarządzania i prezentacji produktów mięsnych, wędliniarskich oraz warzywno-owocowych w sklepach detalicznych. Uczestnicy nauczą się minimalizowania strat, optymalnego

przechowywania towarów oraz zwiększania sprzedaży poprzez zastosowanie zasad merchandisingu i profesjonalnej obsługi klienta.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik identyfikuje ogólną charakterystykę mięsa wołowego, wieprzowego i drobiowego oraz asortyment wędlin dostępnych na polskim rynku.</p>	<p>Wskazuje różnice między mięsem wołowym, wieprzowym i drobiowym.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Wymienia najpopularniejsze gatunki mięsa i wędlin dostępne na rynku.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Opisuje podstawowe właściwości smakowe i kulinarne różnych rodzajów mięsa i wędlin.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Wskazuje na różnice w przeznaczeniu kulinarnym poszczególnych rodzajów mięsa i wędlin.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik analizuje sposoby krojenia, formowania, przechowywania i terminy ważności różnych rodzajów mięsa i wędlin.</p>	<p>Opisuje techniki krojenia mięsa wołowego, wieprzowego i drobiowego.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Wyjaśnia zasady formowania mięsa i wędlin.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Wskazuje odpowiednie warunki przechowywania dla różnych rodzajów mięsa i wędlin.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Analizuje wpływ przechowywania na jakość i świeżość mięsa oraz wędlin.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik posługuje się wiedzą na temat zasady minimalizowania strat i ubytków w kategoriach mięsnych i wędliniarskich.</p>	<p>Identyfikuje główne przyczyny strat w produktach mięsnych i wędliniarskich.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Opisuje metody minimalizowania strat podczas krojenia i przechowywania.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Przedstawia sposoby monitorowania i kontrolowania jakości mięsa i wędlin.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Analizuje koszty związane ze stratami i ubytkami w produktach mięsnych i wędliniarskich.</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik charakteryzuje warzywa i owoce dostępne na rynku polskim, ich właściwości oraz techniki zachęcania klientów do zakupu mniej znanych gatunków.</p>	<p>Wymienia najpopularniejsze warzywa i owoce dostępne na rynku polskim.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Opisuje właściwości smakowe i odżywcze różnych warzyw i owoców.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Wyjaśnia metody zachęcania klientów do zakupu egzotycznych i mniej znanych gatunków warzyw i owoców.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Analizuje preferencje klientów dotyczące warzyw i owoców.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Przedstawia przykłady udanych kampanii promujących sprzedaż egzotycznych warzyw i owoców.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Opisuje podstawowe zasady merchandisingu.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik wyjaśnia zasady merchandisingu, w tym psychologię kolorów oraz zasady ekspozycji produktów mięsnych, wędliniarskich i warzywno-owocowych.</p>	<p>Wyjaśnia znaczenie psychologii kolorów w merchandisingu.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Przedstawia zasady tworzenia atrakcyjnych ekspozycji produktów.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Analizuje wpływ ekspozycji na zachowania zakupowe klientów.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik stosuje techniki krojenia, formowania i porcjowania różnych rodzajów mięsa oraz przechowuje je w optymalnych warunkach.</p>	<p>Identyfikuje najlepsze praktyki w ekspozycji produktów mięsnych, wędliniarskich i warzywno-owocowych.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Demonstruje prawidłowe techniki krojenia różnych rodzajów mięsa.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Formuje mięso w odpowiednie porcje do sprzedaży i konsumpcji.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Określa optymalne warunki przechowywania dla różnych rodzajów mięsa.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Sprawdza świeżość i jakość mięsa przed sprzedażą.</p>	<p>Test teoretyczny</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik minimalizuje straty i ubytki produktów mięsnych, drobiowych, wędliniarskich oraz warzywno-owocowych.</p> <p>Uczestnik zarządza przestrzenią sprzedażową, wykorzystując zasady merchandisingu i zarządzania kategorią.</p>	<p>Monitoruje stan zapasów i kontroluje rotację produktów.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Stosuje odpowiednie techniki przechowywania i zabezpieczania produktów przed zepsuciem.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Wykorzystuje metody minimalizacji odpadów podczas obróbki i przygotowania produktów.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Planuje układ stoiska zgodnie z zasadami merchandisingu.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Rozmieszcza produkty w sposób przyciągający uwagę klientów.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Stosuje zasady zarządzania kategorią do optymalizacji przestrzeni sprzedażowej.</p> <p>Wykorzystuje narzędzia i techniki wspomagające zarządzanie przestrzenią sprzedażową.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik tworzy atrakcyjne i zachęcające do zakupów ekspozycje produktów.</p>	<p>Projektuje ekspozycje produktów zgodnie z zasadami estetyki i funkcjonalności.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Wykorzystuje kolory, światło i elementy dekoracyjne do zwiększenia atrakcyjności stoiska.</p> <p>Ustawia produkty w sposób ułatwiający ich dostępność i widoczność dla klientów.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
	<p>Analizuje reakcje klientów na ekspozycje i wprowadza odpowiednie poprawki.</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik prowadzi rozmowy handlowe, zbiera informacje, przedstawia oferty oraz buduje i utrzymuje skuteczne relacje z klientami.	Przygotowuje się do rozmów handlowych poprzez zbieranie informacji o klientach.	Test teoretyczny
	Prezentuje oferty w sposób jasny i przekonujący.	Test teoretyczny
	Buduje długotrwałe relacje z klientami poprzez profesjonalną i uprzejmą obsługę.	Test teoretyczny
	Rozwiązuje problemy i odpowiada na obiekcje klientów w sposób efektywny.	Test teoretyczny
	Stosuje różne techniki komunikacyjne w zależności od sytuacji i typu klienta.	Test teoretyczny
Uczestnik komunikuje się efektywnie z klientami, dostosowując styl komunikacji do ich potrzeb.	Wykazuje empatię i zrozumienie wobec potrzeb i oczekiwań klientów.	Test teoretyczny
	Reaguje na zmieniające się potrzeby klientów, dostosowując swoje podejście.	Test teoretyczny
Uczestnik słucha klientów, wyławia kluczowe informacje oraz reaguje na ich potrzeby i obiekcje.	Zadaje pytania, aby lepiej zrozumieć potrzeby i oczekiwania klientów.	Test teoretyczny
	Odpowiada na obiekcje klientów w sposób przemyślany i profesjonalny.	Test teoretyczny
	Wykorzystuje zebrane informacje do dostosowania oferty do potrzeb klientów.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak

Program

Szkolenie ma charakter praktyczny i aktywizujący w celu wypracowania najkorzystniejszego podejścia oraz rozwiązań dla organizacji.

MIĘSO WOŁOWE I WIEPRZOWE

- Ogólna charakterystyka mięsa wołowego i wieprzowego
- Szczegółowe omówienie poszczególnych elementów półtuszy wołowej i wieprzowej: sposoby krojenia (formowania), przydatność kulinarna, warunki przechowywania i terminy ważności
- Minimalizowanie strat i ubytków w tej kategorii

MIĘSO DROBIOWE I WĘDLINY

- Ogólny asortyment drobiu i wędlin dostępnych na polskim rynku
- Możliwości wykorzystania pod względem kulinarnym i walory smakowe
- minimalizowanie strat i ubytków w tej kategorii
- Warunki przechowywania i terminy ważności
- Sposoby porcjowania

WĘDLINY

- Ogólny asortyment wędlin dostępnych na polskim rynku
- Wędliny grube – WĘDZONKI, „BLOKI”, „GARMAŻ”
- Wędliny cienkie – Do gotowania i Wędzone – na surowo
- Sposoby minimalizowania ubytków

MERCHANDISING

- Zasady merchandisingu. Specyfika stoiska mięsno-wędliniarskiego
- Psychologia kolorów

ZAGOSPODAROWANIE POWIERZCHNI W PŁASZCZYŹNIE PIONOWEJ W CHŁODNIACH

- Pułapki asortymentowe wpływające na ekspozycję towarów świeżych w sklepie/głębokość i szerokość
- Podział stref chłodni według intensywności sprzedaży,
- Ekspozycja pionowa – schemat blokowy w asortymencie mięs, wędlin i serów
- Kryteria doboru i ekspozycji towarów przy zastosowaniu ekspozycji pionowej
- Prezentacja pionowa grup towarowych – przykłady

JAK PRZYCIĄGNĄĆ WZROK KLIENTA I ZWIĘKSZYĆ OBRÓT NA MIĘSIE I WĘDLINACH?

- Sposoby oddziaływania na kupującego poprzez ekspozycję mięsa, wędlin
- Kolory, światło i „cienie” w ekspozycji mięsa, wędlin
- Sposoby zwiększania sprzedaży poprzez dostosowanie ekspozycji towarów do potrzeb klienta
- Jak w praktyce wykorzystać zasady rządzące zachowaniem klientów w sklepie
- Czym jest zarządzanie kategorią dla detalisty, praktyczne zastosowanie BLOKU KRZYŻOWEGO
- Jak w praktyce detalista może korzystnie dla siebie stosować zarządzanie kategorią – czyli jak zwiększyć obrót w subkategorii mięso, wędliny
- Jak wykorzystywać działania merchandisingowe dostawców unikając chaosu w chłodni

EKSPOZYCJA WARZYW I OWOCÓW W PRAKTYCE

- Podczas II części, która odbędzie się przy regale warzywno-owocowym i gondoli, Uczestnicy będą mogli sprawdzić w praktyce zdobytą wcześniej wiedzę w swoim codziennym miejscu pracy. Jeszcze raz przygotowują prawidłową i zachęcającą do zakupów ekspozycję, by uniknąć ewentualnych błędów w przyszłości.

TOWAROZNAWSTWO WARZYW I OWOCÓW

- Jakie warzywa i owoce są dostępne na rynku polskim, co je wyróżnia oraz jakie są ich właściwości

- Jak zachęcić klientów do zakupu mało znanych gatunków, pochodzących z egzotycznych krajów
- Pozytywne oraz nieprawidłowe przykłady ekspozycji warzyw i owoców
- Bloki asortymentowa w Kategorii Warzywa – Owoce
- Ułożenie Blokowe czy Liniowe, wady i zalety obu metod
- Oryginalna prezentacja produktów sezonowych, które zwiększą sprzedaż
- Przygotowywanie i eksponowanie promocji
- Przechowywanie poszczególnych warzyw i owoców w odpowiednich warunkach temperaturowych, prawidłowego ich łączenia lub izolowania od siebie na stoisku oraz bieżącej kontroli
- Minimalizacja strat
- Warunki przyjęcia towaru
- Warunki przechowywania
- Optymalne temperatury

PROCES SPRZEDAŻOWY

- Etapy współpracy z Klientami Firmy
- Oczekiwania Firmy, Przełożonego, Klientów wobec mojego stanowiska
- Cele i potrzeby moich Klientów
- Analiza moich Klientów
- Jak skutecznie budować relacje z Klientami
- Jestem reprezentantem firmy. Wszystko co robię, ma znaczenie

WIZYTA HANDLOWA

- Kluczowe etapy wizyty handlowej
- Przygotowanie + Informacje o Kliencie
- Cechy, Korzyści

ROZMOWA HANDLOWA

- Zbieranie informacji
- Argumentacja
- Prezentacja oferty
- Zamknięcia sprzedaży
- Pokonywanie obiekcji Klientów. Domykanie sprzedaży

NARZĘDZIA

- Określanie celów krótko i długo terminowych
- Słuchanie, uważność i słyszenie Klientów
- Kontrola emocji w procesie sprzedażowym
- Język korzyści, argumentacja perswazyjna
- Budowanie mocnej pozycji doradcy
- Jak docierać do osób decyzyjnych

ROZMOWY 1:1

- Pierwsza rozmowa z Klientem
- Budowanie relacji z Klientem
- Zbieranie informacji o Kliencie i jego potrzebach
- Wyjaśnianie, doradzanie, proponowanie
- Pokonywanie obiekcji
- Domykanie sprzedaży
- Rozmowa z „trudnym” Klientem

KOMUNIKACJA W SPRZEDAŻY

- Właściwy styl komunikacji – jak go wykorzystać
- Komunikacja w relacji z klientem – praktyczne wskazówki
- Techniki skutecznego słuchania i wyławiania informacji kluczowych
- Identyfikacja własnego stylu komunikacji
- Elementy komunikacji perswazyjnej w sprzedaży
- Język korzyści i skuteczna argumentacja oferty w praktyce
- Skuteczna oferta w praktyce

Walidacja

- Test kompetencyjny na bazie metodologii Sytuacyjnego Testu Decyzyjnego.
- Sesja pytań i odpowiedzi.

- Przedstawienie wyników walidacji.
- Wręczenie zaświadczeń oraz certyfikatów uczestnictwa. Zakończenie szkolenia

Liczba godzin usługi jest liczona według godzin zegarowych.

Program obejmuje teoretyczne wykłady, praktyczne ćwiczenia, studia przypadków oraz sesje dyskusyjne, zapewniając kompleksowe przygotowanie uczestników do efektywnego zarządzania i prezentacji produktów mięsnych, wędliniarskich oraz warzywno-owocowych w sklepach detalicznych

Walidacja efektów usługi odbędzie się z wykorzystaniem testu. Walidator jest autorem testu i nie będzie obecny fizycznie na szkoleniu, natomiast będzie weryfikował uzyskane wyniki testu przez uczestników.

Po usłudze rozwojowej uczestnik otrzyma zaświadczenie ukończenia szkolenia.

Ukończenie szkolenia rozumiane jest jako obecność na minimum 80% zajęć przewidzianych programem oraz zaliczenie testu z wynikiem pozytywnym.

Sala szkoleniowa spełnia warunki lokalowe oraz sprzętowe gwarantujące prawidłowe przeprowadzenie szkolenia tj. m.in. (stoły, krzesła, dostęp do sieci internetowej, flipchart, rzutnik multimedialny, laptop).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 28

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 28 Wprowadzenie do szkolenia	Marcin Grzelak	02-09-2024	10:00	11:00	01:00
2 z 28 MIĘSO WOŁOWE I WIEPRZOWE	Marek Cieślak	16-09-2024	09:00	10:00	01:00
3 z 28 Przerwa	Marek Cieślak	16-09-2024	10:00	10:15	00:15
4 z 28 MIĘSO DROBIOWE I WĘDLINY	Marek Cieślak	16-09-2024	10:15	12:00	01:45
5 z 28 Przerwa	Marek Cieślak	16-09-2024	12:00	12:30	00:30
6 z 28 WĘDLINY	Marek Cieślak	16-09-2024	12:30	14:00	01:30
7 z 28 MERCHANDISING	Marek Cieślak	16-09-2024	14:00	16:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 28 ZAGOSPODAROWANIE POWIERZCHNI W PŁASZCZYŹNIE PIONOWEJ W CHŁODNIACH	Marek Cieślak	17-09-2024	08:00	10:00	02:00
9 z 28 Przerwa	Marek Cieślak	17-09-2024	10:00	10:15	00:15
10 z 28 JAK PRZYCIĄGNAĆ WZROK KLIENTA I ZWIĘKSZYĆ OBRÓT NA MIĘSIE I WĘDLINACH?	Marek Cieślak	17-09-2024	10:15	12:00	01:45
11 z 28 Przerwa	Marek Cieślak	17-09-2024	12:00	12:30	00:30
12 z 28 EKSPOZYCJA WARZYW I OWOCÓW W PRAKTYCE	Marek Cieślak	17-09-2024	12:30	14:00	01:30
13 z 28 TOWAROZNAWSTWO WARZYW I OWOCÓW	Marek Cieślak	17-09-2024	14:00	16:00	02:00
14 z 28 PROCES SPRZEDAŻOWY	Magdalena Sekulska	16-10-2024	08:00	10:00	02:00
15 z 28 Przerwa	Magdalena Sekulska	16-10-2024	10:00	10:15	00:15
16 z 28 WIZYTA HANDLOWA	Magdalena Sekulska	16-10-2024	10:15	13:00	02:45
17 z 28 ROZMOWA HANDLOWA	Magdalena Sekulska	16-10-2024	13:00	16:00	03:00
18 z 28 NARZĘDZIA	Magdalena Sekulska	17-10-2024	08:00	10:00	02:00
19 z 28 Przerwa	Magdalena Sekulska	17-10-2024	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 28 NARZĘDZIA CD.	Magdalena Sekulska	17-10-2024	10:15	12:00	01:45
21 z 28 ROZMOWY 1:1	Magdalena Sekulska	17-10-2024	12:00	16:00	04:00
22 z 28 KOMUNIKACJA W SPRZEDAŻY	Magdalena Sekulska	18-10-2024	08:00	10:00	02:00
23 z 28 Przerwa	Magdalena Sekulska	18-10-2024	10:00	10:15	00:15
24 z 28 KOMUNIKACJA W SPRZEDAŻY CD.	Magdalena Sekulska	18-10-2024	10:15	13:00	02:45
25 z 28 Test kompetencyjny na bazie metodologii Sytuacyjnego Testu Decyzyjnego.	-	18-10-2024	13:00	14:00	01:00
26 z 28 Sesja pytań i odpowiedzi	Magdalena Sekulska	18-10-2024	14:00	15:00	01:00
27 z 28 Przedstawienie wyników walidacji.	Magdalena Sekulska	18-10-2024	15:00	15:30	00:30
28 z 28 Wręczenie zaświadczeń oraz certyfikatów uczenia się. Zakończenie szkolenia	Magdalena Sekulska	18-10-2024	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 527,60 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 120,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	188,19 PLN
Koszt osobogodziny netto	153,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Marek Cieślak

Posiada 16 lat doświadczenia w zarządzaniu sklepami spożywczymi o powierzchniach od 200 do 1000 m², specjalizując się w dziale owoce warzywa. Koncentruje się na zarządzaniu, realizacji celów sprzedażowych, maksymalizacji obrotów. Optymalizuje pracę, minimalizuje straty, zajmuje się zamówieniami, analizą sprzedaży oraz obsługą klienta.

Karierę rozpoczął jako pracownik sklepu spożywczego w firmie Eko. Po pół roku awansował do działu szkoleń, gdzie szkolił nowych kierowników teoretycznie i praktycznie. Był kierownikiem projektu Magazyn Centralny Owoce Warzywa, obsługując 250 sklepów Eko.

Brał udział w otwieraniu nowych placówek Eko, przygotowując odpowiednią ilość towaru na dział owoce warzywa. Szkolił pracowników i kadrę zarządzającą sieci Eko w zakresie owoców i warzyw. Przez 2,5 roku był kierownikiem regionu, odpowiadając za 12 sklepów.

Jako trener przeszkolił setki sprzedawców w sieci Eko. Przygotował materiały i przeszkolił personel sieci 35 sklepów Inter-Kram.

W ciągu ostatnich pięciu lat zdobył dodatkowe doświadczenie i kwalifikacje, które umocniły jego pozycję eksperta. W tym okresie pracował również jako konsultant dla kilku niezależnych sklepów spożywczych, pomagając im zoptymalizować procesy operacyjne i zwiększyć rentowność.

W ramach swojej roli trenera, w ciągu ostatnich pięciu lat, opracował i wdrożył nowoczesne programy szkoleniowe.

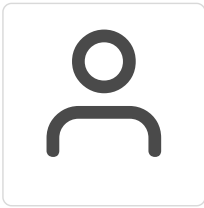
Posiada ponad 150-godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń o podanej tematyce dla osób dorosłych w ciągu ostatnich dwóch lat.



2 z 3

Magdalena Sekulska

Doświadczony i skuteczny menadżer z wieloletnią praktyką w obszarze zarządzania sprzedażą i zespołami pracowników. Od roku 1999 spełnia się zawodowo w sektorze B2B. Kompleksowo zarządza całością działań operacyjnych i strategią sprzedażową zarówno na terenie kraju jak i w obszarze eksportu (brand i marki własne). Nastawiona na wyniki, poszukiwanie nowych możliwości sprzedaży oraz budowanie spójnego i pozytywnego wizerunku firmy, tworzenie efektywnych relacji z partnerami biznesowymi. Na sali szkoleniowej dzieli się wiedzą praktyczną od 2009 roku. Jej szkolenia to profesjonalne, skuteczne i inspirujące do działania warsztaty. Specjalizuje się w zagadnieniach związanych z rozwijaniem umiejętności handlowo – biznesowych (techniki sprzedaży, zaawansowane negocjacje w sieciach handlowych), ze sprzedażą - profesjonalną obsługą klienta biznesowego (typologia klienta, sztuka prezentacji handlowej, budowanie relacji z klientem) oraz z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem. Ponadto, posiada ponad 120-godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń o podanej tematyce w ostatnich dwóch latach (24 miesiącach) wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia.



3 z 3

Marcin Grzelak

Urodzony w roku 1979 r. z wykształcenia jest magistrem zarządzania, trenerem biznesu i akredytowanym trenerem Insights Discovery – innowacyjnej metody przeprowadzania szkoleń. W latach 2001-2004 pełnił funkcje kierownicze w dużych firmach, aby następnie zająć się działalnością szkoleniową i przygotowywać do pracy przyszłą kadrę zarządzającą. Uzyskał szereg certyfikatów, potwierdzających kompetencje, w tym Międzynarodowy Certyfikat Trenerów Zarządzania. W 2011 roku założył firmę Warto Szkolić, która świadczy usługi szkoleniowe firmom i organizacjom w całej Polsce. Na swoim koncie ma prowadzenie wielu projektów szkoleniowych m.in. z zakresu efektywnej sprzedaży, obsługi klienta w punkcie handlowym, zarządzania zespołem, asertywności, efektywnej komunikacji, radzenia sobie ze stresem oraz rozwiązywania konfliktów. W 2019 roku zaprzestał działań na sali szkoleniowej aby skupić się na rozwoju firmy. Firma Warto Szkolić, której jest prezesem zatrudnia 20 stałych pracowników oraz współpracuje z blisko setką trenerów co pozwala świadczyć szeroki zakres usług. Z powodzeniem zarządza swoim zespołem, który z roku na rok się powiększa. Posiada ponad 5-letnie doświadczenie w prowadzeniu procesów mediacji, rozwiązywania konfliktów dla grup i organizacji, oraz świadczenia usług consultingowych z zakresu zarządzania konfliktami w organizacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzyma od organizatora materiały szkoleniowo - dydaktyczne w formie zeszytu uczestnika.

Informacje dodatkowe

Sala szkoleniowa spełnia warunki lokalowe oraz sprzętowe gwarantujące prawidłowe przeprowadzenie szkolenia tj. m.in. (stoły, krzesła, dostęp do sieci internetowej, flipchart, rzutnik multimedialny, laptop).

Adres

ul. Mostowa 3
62-095 Murowana Goślina
woj. wielkopolskie

Kontakt



Agata Stanisławska

E-mail agatastanislawska.mylife@startmail.pl

Telefon (+48) 577 850 777