

EXPERT KAMIL  
DREWNIK

## Szkolenie: Budowanie relacji z klientem, a marketing relacji. Projekt strategii sprzedaży oparty o relacje.

Numer usługi 2024/06/28/160614/2201214

📍 Elbląg / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 36 h

📅 07.08.2024 do 09.08.2024

7 200,00 PLN brutto

7 200,00 PLN netto

200,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupę docelową stanowią właściciele firm MŚP oraz ich pracownicy, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę z zakresu: budowania relacji z klientem, marketingu relacji, strategii sprzedaży opartej o relacje.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	7
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	36
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego wykorzystywania marketingu relacji w budowaniu relacji z klientem. Ponadto, uczestnik szkolenia zostanie przygotowany do wykorzystania komunikacji interpersonalnej oraz prawidłowego identyfikowania dylematów związanych ze strategią sprzedaży opartą na relacjach.

### Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik szkolenia rozróżnia kompetencje sprzedażowe.	Charakteryzuje kompetencje sprzedażowe.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia objaśnia czym jest marketing relacji.	Definiuje marketing relacji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia objaśnia cele marketingu relacji.	Definiuje cele marketingu relacji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia rozróżnia narzędzia marketingu relacji.	Wymienia narzędzia marketingu relacji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia objaśnia elementy marketingu relacji.	Wymienia elementy marketingu relacji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia definiuje wyzwania związane z marketingiem relacji.	Charakteryzuje wyzwania związane z marketingiem relacji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia omawia zarządzanie relacjami z klientami.	Charakteryzuje zarządzanie relacjami z klientami.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia wymienia przykłady działań z zakresu marketingu relacji.	Opisuje przykłady działań z zakresu marketingu relacji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia wymienia korzyści wynikające z marketingu relacji.	Charakteryzuje korzyści wynikające z marketingu relacji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia opisuje różnice między strategią sprzedaży, a marketingiem relacji.	Charakteryzuje różnice między strategią sprzedaży, a marketingiem relacji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia opracowuje model biznesowy własnego przedsiębiorstwa.	Bada model biznesowy własnego przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia tłumaczy różnice między modelem biznesowym, a strategią sprzedaży.	Wyjaśnia różnice między modelem biznesowym, a strategią sprzedaży.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia udziela odpowiedzi na kluczowe pytania w aspekcie sieci partnerskiej.	Odpowiada na kluczowe pytania w aspekcie sieci partnerskiej.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia opisuje rodzaje relacji z klientami, segmenty klientów i kanały dystrybucji.	Charakteryzuje rodzaje relacji z klientami, segmenty klientów i kanały dystrybucji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia wymienia przykłady skutecznych strategii sprzedaży i marketingu relacji.	Omawia przykłady skutecznych strategii sprzedaży i marketingu relacji.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik szkolenia objaśnia strukturę kosztów i źródła przychodów.	Omawia strukturę kosztów i źródła przychodów.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia dokonuje analizy preferencji klientów.	Bada preferencje klientów.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia posługuje się zarządzaniem relacjami z klientami.	Stosuje zarządzanie relacjami z klientami.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia omawia co czyni klienta atrakcyjnym.	Charakteryzuje co czyni klienta atrakcyjnym.	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, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się.

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

Tak, dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

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

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

## Program

### Zajęcia teoretyczne i praktyczne:

#### Dzień I

1. Czym są kompetencje sprzedażowe?
2. Czym jest marketing relacji?
3. Cele marketingu relacji.
4. Marketing relacji - narzędzia.
5. Przykłady skutecznych strategii sprzedaży i marketingu relacji.

6. Elementy marketingu relacji.

### Dzień II

1. Wyzwania związane z marketingiem relacji.
2. Zarządzanie relacjami z klientami.
3. Przykłady działań z zakresu marketingu relacji.
4. Korzyści wynikające z marketingu relacji.
5. Struktura kosztów źródła przychodów.
6. Różnice między strategią sprzedaży, a marketingiem relacji.

### Dzień III

1. Poznanie modelu biznesowego własnego przedsiębiorstwa.
2. Model biznesowy, a strategia sprzedaży.
3. Kluczowe pytania w aspekcie sieci partnerskie.
4. Rodzaje relacji z klientami, segmenty klientów i kanały dystrybucji.
5. Poznanie preferencji klientów.
6. Zarządzanie relacjami z klientami.
7. Co czyni klienta atrakcyjnym?

Szkolenie jest adresowane do właścicieli firm oraz pracowników zajmujących się marketingiem, mających kontakt z klientem.

#### Warunki organizacyjne:

Uczestnik szkolenia otrzyma na szkoleniu niezbędne materiały do wykonywania ćwiczeń: notatnik, długopis do robienia notatek, przemyśleń.

Maksymalna ilość osób w grupie 7.

W trakcie części praktycznej każdy etap trwa w zależności od umiejętności grupy.

Usługa jest realizowana w godzinach dydaktycznych.

Przerwy wliczone są w czas trwania usługi.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 23

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 23</b> Czym są kompetencje sprzedażowe?	Andrzej Michalczyk	07-08-2024	08:00	09:30	01:30
<b>2 z 23</b> Czym jest marketing relacji?	Andrzej Michalczyk	07-08-2024	09:30	11:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>3 z 23</b> Cele marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	07-08-2024	11:00	12:30	01:30
<b>4 z 23</b> Przerwa.	Andrzej Michalczyk	07-08-2024	12:30	13:00	00:30
<b>5 z 23</b> Marketing relacji - narzędzia.	Andrzej Michalczyk	07-08-2024	13:00	14:30	01:30
<b>6 z 23</b> Przykłady skutecznych strategii sprzedaży i marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	07-08-2024	14:30	15:30	01:00
<b>7 z 23</b> Elementy marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	07-08-2024	15:30	17:00	01:30
<b>8 z 23</b> Wyzwania związane z marketingiem relacji.	Andrzej Michalczyk	08-08-2024	08:00	09:30	01:30
<b>9 z 23</b> Zarządzanie relacjami z klientami.	Andrzej Michalczyk	08-08-2024	09:30	11:00	01:30
<b>10 z 23</b> Przykłady działań z zakresu marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	08-08-2024	11:00	12:30	01:30
<b>11 z 23</b> Przerwa.	Andrzej Michalczyk	08-08-2024	12:30	13:00	00:30
<b>12 z 23</b> Korzyści wynikające z marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	08-08-2024	13:00	14:30	01:30
<b>13 z 23</b> Struktura kosztów źródła przychodów.	Andrzej Michalczyk	08-08-2024	14:30	15:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>14 z 23</b> Różnice między strategią sprzedaży, a marketingiem relacji.	Andrzej Michalczyk	08-08-2024	15:30	17:00	01:30
<b>15 z 23</b> Poznanie modelu biznesowego własnego przedsiębiorstwa .	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	08:00	09:30	01:30
<b>16 z 23</b> Model biznesowy, a strategia sprzedaży.	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	09:30	11:00	01:30
<b>17 z 23</b> Kluczowe pytania w aspekcie sieci partnerskie.	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	11:00	12:00	01:00
<b>18 z 23</b> Przerwa.	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	12:00	12:30	00:30
<b>19 z 23</b> Rodzaje relacji z klientami, segmenty klientów i kanały dystrybucji.	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	12:30	13:30	01:00
<b>20 z 23</b> Poznanie preferencji klientów.	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	13:30	14:30	01:00
<b>21 z 23</b> Zarządzanie relacjami z klientami.	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	14:30	15:30	01:00
<b>22 z 23</b> Co czyni klienta atrakcyjnym?	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	15:30	16:30	01:00
<b>23 z 23</b> Walidacja.	Andrzej Michalczyk	09-08-2024	16:30	17:00	00:30

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	7 200,00 PLN
Koszt usługi netto	7 200,00 PLN
Koszt godziny brutto	200,00 PLN
Koszt godziny netto	200,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Andrzej Michalczyk

Trener biznesu, certyfikowany coach LMI, konsultant i doradca biznesowy. Partner zarządzający LMIPolska. Programy rozwojowe w zakresie zarządzania, przywództwa i efektywności dla przedstawicieli kadry zarządzającej firm dużych oraz MMSP, a także osób zarządzających z sektora publicznego. Wieloletnia praktyka we wdrażaniu procesów rozwojowych w zarządzanych przez siebie zespołach i organizacjach. Rozwój menedżerski podległych pracowników. Realizacja szkoleń i doradztwa dla firm z sektora MŚP, w tym szkolenia z zakresu efektywnej komunikacji, obsługi klienta, sprzedaży, marketingu relacji, zarządzania zespołem. Wykształcenie Technikum Mechaniczne, studia na Politechnice Gdańskiej, Wydział: Budowa Maszyn. Przeprowadzono blisko 1 500 godzin szkoleniowych. Posiada ponad 5-letnie doświadczenie w przeprowadzaniu skutecznych szkoleń.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik szkolenia otrzyma na szkoleniu niezbędne materiały do wykonywania ćwiczeń: notatnik, długopis do robienia notatek, przemyśleń.

### Warunki uczestnictwa

W szkoleniu mogą uczestniczyć właściciele firm oraz pracownicy zajmujący się marketingiem, mających kontakt z klientem.

### Informacje dodatkowe

Koszt szkolenia nie zawiera kosztów dojazdu, zakwaterowania ani wyżywienia jak również środków trwałych.

Szkolenie będzie zrealizowane zgodnie z aktualnie obowiązującymi przepisami prawa i zaleceniami Ministerstwa Zdrowia i Głównego Inspektoratu Sanitarnego w trakcie pandemii COVID-19.

Podstawa zwolnienia z VAT: Usługa podlega zwolnieniu z podatku od towarów i usług na podstawie §3 pkt 1,14 rozporządzenia Ministra Finansów z 20 grudnia 2013 roku w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (t. jedn.Dz. U. z 2020 r., po. 1983.).

Pierwszego, drugiego i trzeciego dnia szkolenia przewidziana jest 30 minutowa przerwa obiadowa. Godziny przerwy są ustalane indywidualnie biorąc pod uwagę potrzeby grupy.

## Adres

ul. Łączności 3  
82-300 Elbląg  
woj. warmińsko-mazurskie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

## Kontakt



**Kamil Drewnik**

**E-mail** [kamil.drewnik@gmail.com](mailto:kamil.drewnik@gmail.com)

**Telefon** (+48) 603 802 907