

SZG Izabela  
Sakutova

## Efektywne zarządzanie salonem z bielizną

Numer usługi 2024/09/16/41425/2312173

📍 Malbork / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 33 h

📅 15.11.2024 do 17.11.2024

5 700,00 PLN brutto

5 700,00 PLN netto

172,73 PLN brutto/h

172,73 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Właściciele i menedżerowie sklepów z bielizną</li><li>• Pracownicy sklepów z bielizną</li><li>• Przedsiębiorcy planujący otwarcie sklepu z bielizną</li><li>• Specjaliści z branży bielizniarskiej</li><li>• Konsultanci doboru bielizny (brafitterki)</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	8
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	14-11-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	33
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do efektywnego zarządzania sklepem z bielizną poprzez optymalny dobór asortymentu i profesjonalną obsługę klientek o zróżnicowanych potrzebach, w tym kobiet po operacjach piersi. Uczestnicy nauczą się również strategii marketingowych, które pomogą wyróżnić sklep na tle konkurencji i przyciągnąć specjalistyczne grupy klientów.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Opisuje różne rodzaje operacji plastycznych piersi (powiększenie, pomniejszenie, mastektomia) i ich wpływ na dobór bielizny.</p> <p>Zna zasady optymalnego rozmieszczenia towarów w sklepie, uwzględniając specyficzne potrzeby klientek po operacjach piersi.</p>	<p>Wskazuje różnice między typami operacji oraz opisuje ich wpływ na wybór odpowiednich produktów bieliznianych (np. biustonosze z miękkimi miseczkami, bez fiszbin).</p> <p>Określa najlepsze miejsca w sklepie na ekspozycję specjalistycznej bielizny oraz opisuje zasady tworzenia kategorii produktowych.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Rozumie zasady profilaktyki raka piersi oraz rolę sklepu z bielizną w edukacji klientek.</p> <p>Dobiera asortyment bielizniany do różnych potrzeb klientek, w tym dla kobiet po operacjach piersi.</p>	<p>Wskazuje sposoby prowadzenia akcji edukacyjnych w sklepie, takich jak dni profilaktyki lub konsultacje</p> <p>Wybiera odpowiednie produkty z oferty sklepu (np. biustonosze z szerokimi ramiączkami) oraz dostosowuje ofertę do indywidualnych potrzeb klientek.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Stosuje zasady zarządzania przestrzenią sklepową w celu zwiększenia dostępności produktów dla różnych grup klientek.</p>	<p>Wybiera optymalne lokalizacje w sklepie dla specjalistycznych produktów.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Wprowadza innowacje, takie jak tejpung piersi, do oferty sklepu.</p> <p>Tworzy atmosferę komfortu i zaufania w kontakcie z klientkami po operacjach piersi.</p>	<p>Wskazuje produkty dostępne w sklepie do praktycznych ćwiczeń.</p> <p>Wskazuje sposoby budowania relacji opartych na empatii oraz określa zasady prywatności w sklepie, szczególnie podczas dopasowywania protez.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Zarządza personelem, zapewniając szkolenia z zakresu empatycznej obsługi klientek po operacjach piersi.</p>	<p>Organizuje szkolenia dla pracowników oraz ocenia ich poziom przygotowania do doradztwa w zakresie specjalistycznej bielizny.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Współpracuje z dostawcami oferującymi specjalistyczne produkty dla kobiet po mastektomii.</p>	<p>Wskazuje dostawców oferujących produkty najwyższej jakości oraz organizuje dostępność tych produktów w sklepie.</p>	<p>Test teoretyczny</p>

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

## **Warunki uznania kompetencji**

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

Tak, dokument 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 i 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**

## **Zarządzanie asortymentem i obsługa specjalistycznych potrzeb klientek**

### **1. Dobór asortymentu do różnych potrzeb klientek**

- Jak zarządzać szerokim zakresem asortymentu, by odpowiadać na różnorodne potrzeby klientek: od codziennej bielizny po specjalistyczne produkty dla kobiet po operacjach piersi.
- Optymalne rozmieszczenie towarów w sklepie, tworzenie kategorii produktowych, które pomogą w łatwiejszym znalezieniu odpowiednich artykułów.
- Dobór producentów i marek, które oferują wysoką jakość i różnorodność produktów.

### **2. Rodzaje chirurgii plastycznej piersi i ich wpływ na dobór bielizny**

- Zarządzanie asortymentem w kontekście wiedzy o różnych rodzajach operacji piersi (powiększenie, pomniejszenie, mastektomia, operacje oszczędzające).
- Wybór odpowiednich produktów dostosowanych do specyficznych potrzeb klientek po takich zabiegach.
- Jakie typy bielizny oferować dla różnych stanów pooperacyjnych, w tym biustonosze z szerokimi ramiączkami, miękkie miseczki, brak fiszbin, itp.

### **3. Profesjonalne biustonosze i protezy dla kobiet po operacjach**

- Wprowadzenie do współpracy z dostawcami oferującymi specjalistyczną bieliznę i protezy dla kobiet po mastektomii i innych operacjach piersi.
- Jak zorganizować przestrzeń w sklepie, aby ułatwić dostęp do tych produktów.
- Tworzenie strefy z prywatnością dla kobiet potrzebujących dopasowania protez.
- Szkolenie personelu z zakresu doradztwa w doborze takich produktów.

### **4. Wykorzystanie aktualnej oferty sklepowej w kontekście potrzeb klientek po operacjach piersi**

- Analiza, które produkty z aktualnej oferty sklepu mogą być odpowiednie dla kobiet po operacjach piersi, nawet jeśli nie są dedykowane dla tej grupy.
- Jak wprowadzić modyfikacje w klasycznej ofercie (np. miękkie materiały, regulowane ramiączka) i zaprezentować je jako alternatywy.

## **Profesjonalizacja obsługi klienta i strategia sprzedażowa**

### **1. Dobór biustonoszy dla biustów stanowiących wyzwanie**

- Zarządzanie ofertą w kontekście obsługi klientek o nietypowych wymaganiach, np. duże, małe, asymetryczne biusty.
- Jakie modele biustonoszy powinny być zawsze dostępne, aby sprostać tym potrzebom.
- Tworzenie oferty, która będzie wyróżniać sklep na tle konkurencji.

## 2. Modelowanie sylwetki za pomocą gorsetów – asortyment i doradztwo

- Jak zbudować ofertę gorsetów i bielizny modelującej, która spełni oczekiwania klientek szukających produktów korygujących sylwetkę.
- Zarządzanie kategorią produktów modelujących w kontekście ich dopasowania do różnych kształtów ciała i wymagań klientek.

## 3. Zasady empatycznej i profesjonalnej obsługi klientek po operacjach

- Wprowadzenie do psychologicznych i emocjonalnych aspektów pracy z klientkami po operacjach piersi.
- Jak stworzyć atmosferę komfortu i zaufania w sklepie.
- Zarządzanie personelem pod kątem szkoleń z empatycznej obsługi

## 4. Wprowadzenie do profilaktyki raka piersi w kontekście edukacji klientek

- Rola sklepu z bielizną w edukacji klientek na temat profilaktyki raka piersi.
- Jak prowadzić akcje edukacyjne w sklepie, np. dni profilaktyki, warsztaty, konsultacje z Amazonkami lub specjalistami.
- Strategia wprowadzania takich działań do codziennej działalności sklepu, aby zwiększyć zaangażowanie klientek oraz wzmocnić pozytywny wizerunek firmy.

## Sprzedaż i innowacje w zarządzaniu sklepem

### 1. Tejpung piersi – teoria i zastosowanie w sklepie z bielizną

- Jak wprowadzić usługi związane z tejpungiem piersi do oferty sklepu.
- Współpraca z profesjonalistami zajmującymi się tejpungiem, organizowanie warsztatów dla klientek i personelu.
- Zarządzanie ofertą sklepu w taki sposób, aby promować nowe usługi jako innowacyjne rozwiązania dostępne w sklepie.

### 2. Tejpung piersi – praktyczne ćwiczenia z wykorzystaniem asortymentu sklepu

- Organizacja warsztatów praktycznych z tejpungu piersi dla personelu oraz klientek.
- Jak efektywnie zarządzać przestrzenią sklepu, aby wprowadzać takie praktyki do codziennej oferty.
- Współpraca z klientkami w celu nauczania tejpungu jako metody wspierającej kobiety w różnych etapach życia (np. po operacjach piersi, podczas aktywności fizycznej).

### 3. Efektywne zarządzanie przestrzenią sklepową i prezentacją produktów

- Optymalizacja układu sklepu, aby zwiększyć sprzedaż.
- Jak zarządzać przestrzenią w sklepie, aby produkty były bardziej widoczne i dostępne dla różnych grup klientek
- Zarządzanie ekspozycją produktów w taki sposób, aby przyciągać uwagę i sprzyjać sprzedaży.
- Wprowadzenie systemów śledzenia ruchu klientek w sklepie w celu optymalizacji układu.

### 4. Strategie marketingowe i promocja sklepu z bielizną dla specjalistycznych grup klientów

- Tworzenie strategii marketingowej, która wyróżni sklep na tle konkurencji, szczególnie w kontekście oferty dla kobiet po operacjach piersi i klientek o specjalnych potrzebach.
- Organizowanie akcji promocyjnych, dni otwartych, warsztatów oraz wydarzeń dedykowanych kobietom po operacjach piersi, aby przyciągnąć nową grupę klientów.

#### Warunki organizacyjne:

- Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych .
- Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat potwierdzający uczestnictwo w szkoleniu - wymagane jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć.
- Uczestnicy zobowiązani się do podpisania listy obecności , potwierdzającej ich udział w usłudze.
- W trakcie każdego dnia szkoleniowego trwającego więcej niż 4 godziny uczestnicy mają prawo do co najmniej 1 przerwy, trwającej co najmniej 15 minut.
- Przerwy i walidacja wliczone są w czas trwania usługi.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 16</b> Dobór asortymentu do różnych potrzeb klientek	Izabela Sakutova	15-11-2024	10:00	12:00	02:00
<b>2 z 16</b> Rodzaje chirurgii plastycznej piersi i ich wpływ na dobór bielizny	Izabela Sakutova	15-11-2024	12:00	14:00	02:00
<b>3 z 16</b> Przerwa	Izabela Sakutova	15-11-2024	14:00	14:15	00:15
<b>4 z 16</b> Profesjonalne biustonosze i protezy dla kobiet po operacjach	Izabela Sakutova	15-11-2024	14:15	16:15	02:00
<b>5 z 16</b> Wykorzystanie aktualnej oferty sklepowej w kontekście potrzeb klientek po operacjach piersi	Izabela Sakutova	15-11-2024	16:15	18:15	02:00
<b>6 z 16</b> Dobór biustonoszy dla biustów stanowiących wyzwanie	Izabela Sakutova	16-11-2024	10:00	12:00	02:00
<b>7 z 16</b> Modelowanie sylwetki za pomocą gorsetów – asortyment i doradztwo	Izabela Sakutova	16-11-2024	12:00	14:00	02:00
<b>8 z 16</b> Przerwa	Izabela Sakutova	16-11-2024	14:00	14:15	00:15
<b>9 z 16</b> Zasady empatycznej i profesjonalnej obsługi klientek po operacjach	Izabela Sakutova	16-11-2024	14:15	16:15	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>10 z 16</b> Wprowadzenie do profilaktyki raka piersi w kontekście edukacji klientek	Izabela Sakutova	16-11-2024	16:15	18:15	02:00
<b>11 z 16</b> Tejping piersi – teoria i zastosowanie w sklepie z bielizną	Izabela Sakutova	17-11-2024	08:00	10:00	02:00
<b>12 z 16</b> Tejping piersi – praktyczne ćwiczenia z wykorzystaniem asortymentu sklepu	Izabela Sakutova	17-11-2024	10:00	11:45	01:45
<b>13 z 16</b> Przerwa	Izabela Sakutova	17-11-2024	11:45	12:00	00:15
<b>14 z 16</b> Efektywne zarządzanie przestrzenią sklepową i prezentacją produktów	Izabela Sakutova	17-11-2024	12:00	14:00	02:00
<b>15 z 16</b> Strategie marketingowe i promocja sklepu z bielizną dla specjalistycznych grup klientów	Izabela Sakutova	17-11-2024	14:00	16:00	02:00
<b>16 z 16</b> Walidacja	-	17-11-2024	16:00	16:15	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 700,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 700,00 PLN

---

**Koszt osobogodziny brutto**

172,73 PLN

---

**Koszt osobogodziny netto**

172,73 PLN

---

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Izabela Sakutova

Międzynarodowa ekspertka brafittingu z 20-letnim doświadczeniem. Autorka 3 książek „Brafitting. Lifting piersi bez skalpela” 2017, „Pokochaj swoje piersi. Biustopozytywny poradnik dla dziewcząt i ich mam” 2020 oraz „Cześć Piersi!” 2022. Wielokrotnie nagradzana kobieta biznesu. Importer światowych marek: Panache Lingerie, Soak Wash. Twórcza marki Bra Tape. Założycielka sieci salonów brafittingowych Bra Studio w Bułgarii i salonu Stanikowy.pl. Autorka kampanii Dotykam=Wygrywam, promującej profilaktykę raka piersi. Prezeska fundacji Wsparcie na Starcie edukującej na temat zdrowia piersi nastolatki. Autorka aplikacji mobilnej BIUSTOapka. Telewizyjna ekspertka brafittingu. - Wykształcenie wyższe, marketing i zarządzanie, Uniwersytet warmińsko-mazurski. Posiada szerokie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce dla osób dorosłych zdobyte nie wcześniej niż 5 lat wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Wydrukowana prezentacja szkoleniowa
- Prezentacja w wersji elektronicznej
- karty afirmacyjne
- olejki i flakoniki do tworzenia autorskiego zapachu dla sklepu
- Dostęp do szkolenia online
- Materiały do notatek
- Certyfikat ukończenia szkolenia wraz z nadanym numerem identyfikacyjnym.

## Adres

ul. Bartosza Wojciecha Głowackiego 2/7

82-200 Malbork

woj. pomorskie

15.11

10:00 - 14:00 So Chic, ul. Głowackiego 2/7, 82-200 Malbork

14:00 - 18:15 Stanikowy Zawrót Głowy, ul. Mickiewicza 31 a/2, Malbork

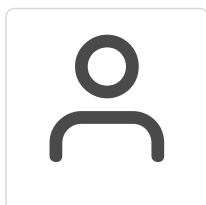
16-17.11

Hotel Malbork

Ul. Parkowa 2

82-200 Malbork

## Kontakt



**Izabela Sakutova**

**E-mail** [szkolenia@izabelasakutova.com](mailto:szkolenia@izabelasakutova.com)

**Telefon** (+48) 500 096 708