

EXPERT KAMIL
DREWNIK

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

Numer usługi 2024/12/06/160614/2451855

📍 Elbląg / stacjonarna

🗂 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 20.01.2025 do 21.01.2025

6 240,00 PLN brutto

6 240,00 PLN netto

260,00 PLN brutto/h

260,00 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 i strategii sprzedaży opartej o relacje.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	5
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	24
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.

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. Uczestnik szkolenia objaśnia cele marketingu relacji.	Definiuje marketing relacji. Definiuje cele marketingu relacji.	Test teoretyczny 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. Uczestnik szkolenia udziela odpowiedzi na kluczowe pytania w aspekcie sieci partnerskiej.	Wyjaśnia różnice między modelem biznesowym, a strategią sprzedaży. Odpowiada na kluczowe pytania w aspekcie sieci partnerskiej.	Test teoretyczny 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.
7. Wyzwania związane z marketingiem relacji.
8. Zarządzanie relacjami z klientami.
9. Przykłady działań z zakresu marketingu relacji.
10. Korzyści wynikające z marketingu relacji.

Dzień II

1. Struktura kosztów źródła przychodów.
2. Różnice między strategią sprzedaży, a marketingiem relacji.
3. Poznanie modelu biznesowego własnego przedsiębiorstwa.
4. Model biznesowy, a strategia sprzedaży.
5. Kluczowe pytania w aspekcie sieci partnerskie.
6. Rodzaje relacji z klientami, segmenty klientów i kanały dystrybucji.
7. Poznanie preferencji klientów.
8. Zarządzanie relacjami z klientami.
9. Co czyni klienta atrakcyjnym?
10. Walidacja.

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 5.
- 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: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Czym są kompetencje sprzedażowe?	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	08:00	08:45	00:45
2 z 22 Czym jest marketing relacji?	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	08:45	09:30	00:45
3 z 22 Cele marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	09:30	10:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 22 Marketing relacji - narzędzia.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	10:30	12:00	01:30
5 z 22 Przerwa.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	12:00	12:30	00:30
6 z 22 Przykłady skutecznych strategii sprzedaży i marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	12:30	13:15	00:45
7 z 22 Elementy marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	13:15	14:00	00:45
8 z 22 Wyzwania związane z marketingiem relacji.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	14:00	14:45	00:45
9 z 22 Zarządzanie relacjami z klientami.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	14:45	15:30	00:45
10 z 22 Przykłady działań z zakresu marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	15:30	16:15	00:45
11 z 22 Korzyści wynikające z marketingu relacji.	Andrzej Michalczyk	20-01-2025	16:15	17:00	00:45
12 z 22 Struktura kosztów źródła przychodów.	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	08:00	08:45	00:45
13 z 22 Różnice między strategią sprzedaży, a marketingiem relacji.	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	08:45	09:30	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 22 Poznanie modelu biznesowego własnego przedsiębiorstwa	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	09:30	10:15	00:45
15 z 22 Model biznesowy, a strategia sprzedaży.	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	10:15	11:30	01:15
16 z 22 Kluczowe pytania w aspekcie sieci partnerskie.	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	11:30	12:30	01:00
17 z 22 Przerwa.	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	12:30	13:00	00:30
18 z 22 Rodzaje relacji z klientami, segmenty klientów i kanały dystrybucji.	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	13:00	14:00	01:00
19 z 22 Poznanie preferencji klientów.	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	14:00	15:00	01:00
20 z 22 Zarządzanie relacjami z klientami.	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	15:00	16:00	01:00
21 z 22 Co czyni klienta atrakcyjnym?	Andrzej Michalczyk	21-01-2025	16:00	16:45	00:45
22 z 22 Walidacja.	-	21-01-2025	16:45	17:00	00:15

Cennik

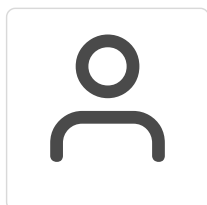
Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	6 240,00 PLN

Koszt usługi netto	6 240,00 PLN
Koszt godziny brutto	260,00 PLN
Koszt godziny netto	260,00 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, mający kontakt z klientem.

Informacje dodatkowe

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

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.).

Każdego dnia szkolenia przewidziana jest 30 minutowa przerwa obiadowa. Godziny przerwy są ustalane indywidualnie biorąc pod uwagę potrzeby grupy.

Uczestnik wymagający specjalnych udogodnień proszony jest o zgłoszenie ich przed szkoleniem do trenera, tak aby ten mógł odpowiednio przygotować salę szkoleniową bądź dostosować materiały do indywidualnych potrzeb uczestnika.

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

Telefon (+48) 603 802 907