

Możliwość dofinansowania



# RIS

## FUNDACJA ROZWOJU INTELIĞENTNYCH SPECJALIZACJI

Fundacja Rozwoju Inteligentnych Specjalizacji



### Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta

Numer usługi 2025/04/18/50129/2698263

4 578,00 PLN

brutto

4 578,00 PLN

netto

218,00 PLN

brutto/h

218,00 PLN

netto/h

zdalna w czasie rzeczywistym

Usługa szkoleniowa

21 h

09.05.2025 do 26.05.2025

### Informacje podstawowe

- Kategoria  
Biznes / Sprzedaż
- Sposób dofinansowania  
wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
- Grupa docelowa usługi

Szkolenie „Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta” jest skierowane do właścicieli i pracowników przedsiębiorstw, którzy mają bezpośredni kontakt z klientem – zarówno w sprzedaży, jak i świadczeniu usług. Odbiorcami szkolenia są osoby, które chcą budować trwałe relacje

z klientami, zwiększyć ich lojalność oraz wykorzystać relacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej. Szkolenie jest szczególnie przydatne dla firm działających w sektorze usługowym, handlu lub e-commerce, niezależnie od tego, czy dopiero rozpoczynają działalność, czy chcą usprawnić istniejące procesy obsługi klienta.

- Minimalna liczba uczestników  
2
- Maksymalna liczba uczestników  
16
- Data zakończenia rekrutacji  
08-05-2025
- Forma prowadzenia usługi  
zdalna w czasie rzeczywistym
- Liczba godzin usługi  
21
- Podstawa uzyskania wpisu do BUR  
Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Rozwinięcie kompetencji uczestników w zakresie budowania i utrzymywania wartościowych relacji z klientami, opartych na zaufaniu, empatii i długofalowym zaangażowaniu. Uczestnicy zdobędą wiedzę i umiejętności niezbędne do tworzenia pozytywnych doświadczeń klienta, zarządzania komunikacją w różnych kanałach oraz wykorzystania relacji jako strategicznego zasobu wpływającego na wzrost satysfakcji klientów, ich lojalność i powtarzalność zakupów.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekty uczenia się Uczestnik charakteryzuje różnice między podejściem transakcyjnym a relacyjnym w obsłudze klienta.	Kryteria weryfikacji Uczestnik opisuje różnice między relacją jednorazową a długofalową.	Metoda walidacji Test teoretyczny
Efekty uczenia się Uczestnik identyfikuje technologie wspierające rozwój relacji z klientami.	Kryteria weryfikacji Uczestnik wyjaśnia wpływ podejścia relacyjnego na utrzymanie klienta.	Metoda walidacji Test teoretyczny
Efekty uczenia się Uczestnik rozpoznaje kluczowe punkty styku klienta z firmą w cyklu doświadczenia zakupowego.	Kryteria weryfikacji Uczestnik wskazuje konkretne narzędzia cyfrowe stosowane w komunikacji i analizie klienta.	Metoda walidacji Test teoretyczny
Efekty uczenia się Uczestnik charakteryzuje zasady relacyjnej komunikacji w środowisku cyfrowym.	Kryteria weryfikacji Uczestnik opisuje funkcję jednego z narzędzi w procesie personalizacji kontaktu.	Metoda walidacji Test teoretyczny
Efekty uczenia się Uczestnik rozpoznaje kluczowe punkty styku klienta z firmą w cyklu doświadczenia zakupowego.	Kryteria weryfikacji Uczestnik opisuje znaczenie emocjonalnych doświadczeń klienta w procesie zakupowym.	Metoda walidacji Test teoretyczny
Efekty uczenia się Uczestnik charakteryzuje zasady relacyjnej komunikacji w środowisku cyfrowym.	Kryteria weryfikacji Uczestnik rozpoznaje komunikacyjne błędy utrudniające budowanie zaufania.	Metoda walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekty uczenia się Uczestnik identyfikuje dane przydatne w analizie relacji z klientami.	Kryteria weryfikacji Uczestnik wskazuje dane, które można wykorzystać do oceny satysfakcji klienta.	Test teoretyczny Metoda walidacji Test teoretyczny
Efekty uczenia się Uczestnik charakteryzuje znaczenie relacji wewnętrznych w budowaniu zaufania klientów.	Kryteria weryfikacji Uczestnik charakteryzuje sposób analizy danych w celu optymalizacji kontaktu z klientem. Kryteria weryfikacji Uczestnik opisuje związek między jakością komunikacji w zespole a lojalnością klientów.	Metoda walidacji Test teoretyczny Metoda walidacji Test teoretyczny
Efekty uczenia się Uczestnik identyfikuje etapy budowy strategii relacyjnej dostosowanej do skali przedsiębiorstwa.	Kryteria weryfikacji Uczestnik rozpoznaje rolę wartości relacyjnych w kulturze organizacyjnej. Kryteria weryfikacji Uczestnik przedstawia plan działań relacyjnych na wybrany okres. Kryteria weryfikacji Uczestnik charakteryzuje ograniczenia i możliwości wdrożenia strategii w firmie.	Metoda walidacji Test teoretyczny Metoda walidacji Test teoretyczny Metoda walidacji Test teoretyczny

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się? Wszystkie efekty uczenia się będą wpisane do certyfikatu potwierdzającego uzyskanie kompetencji.

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

W certyfikacie będzie wpisane, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

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

Szkolenie prowadzi jedna osoba, a walidację przeprowadza inna osoba, co zapewnia rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. Te informacje również zostaną dodane do certyfikatu.

## Program

### 1. Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej

- Czym jest relacyjność w ujęciu współczesnego zarządzania
- Nowe oczekiwania klientów – personalizacja, elastyczność, partnerstwo

- Rola relacji w przedsiębiorstwie jako źródła trwałej przewagi konkurencyjnej
- Jak budować kapitał relacyjny i mierzyć jego wartość

## 2. Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami

- Przegląd technologii wspierających relacyjność: CRM, automatyzacja, narzędzia feedbackowe
- Komunikacja z klientem w świecie omnichannel: e-mail, social media, czaty, wideo
- Budowanie relacji za pomocą newsletterów, segmentacji i marketingu kontekstowego
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w personalizacji doświadczeń klienta

## 3. Projektowanie relacji z klientem

- Mapa podróży klienta (Customer Journey Map) – jak identyfikować punkty kontaktu i relacyjne momenty prawdy
- Projektowanie doświadczeń klienta w oparciu o dane i emocje
- Strategia doświadczeń – drobne interakcje budujące lojalność
- Zasady tworzenia spójnego i relacyjnego ekosystemu kontaktów klienta z firmą

## 4. Komunikacja zorientowana na klienta

- Komunikacja w środowisku cyfrowym – jak przenieść relacyjność do świata online
- Scenariusze komunikacyjne w różnych kanałach (mail, telefon, social media)
- Zarządzanie trudnymi sytuacjami i odzyskiwanie klienta

## 5. Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie

- Jakie dane zbierać, by lepiej rozumieć relacje z klientami
- Monitoring satysfakcji i lojalności
- Wykorzystanie danych do podejmowania decyzji relacyjnych

## 6. Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa

- Jak relacje z klientem zaczynają się od wewnętrznych relacji w firmie
- Wartości relacyjne jako element modelu biznesowego i misji firmy
- Spójność komunikacji zespołu jako klucz do zaufania klientów
- Tworzenie kodeksu relacji – wewnętrznego standardu obsługi klienta

## 7. Tworzenie strategii relacyjnej

- Jak stworzyć strategię relacyjną dostosowaną do możliwości firmy
- Planowanie relacyjnych działań rocznych, miesięcznych, tygodniowych

## 8. Walidacja

### Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: Czym jest relacyjność w ujęciu współczesnego zarządzania	Mariusz Malinowski	09-05-2025	10:00	10:30	00:30
2 z 25 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: Nowe oczekiwania klientów – personalizacja, elastyczność, partnerstwo	Mariusz Malinowski	09-05-2025	10:30	11:30	01:00

<b>Przedmiot / temat zajęć</b>	<b>Prowadzący</b>	<b>Data realizacji zajęć</b>	<b>Godzina rozpoczęcia</b>	<b>Godzina zakończenia</b>	<b>Liczba godzin</b>
3 z 25 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: Rola relacji w przedsiębiorstwie jako źródła trwałej przewagi konkurencyjnej	Mariusz Malinowski	09-05-2025	11:30	12:00	00:30
4 z 25 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: Jak budować kapitał relacyjny i mierzyć jego wartość	Mariusz Malinowski	09-05-2025	12:00	13:00	01:00
5 z 25 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: Przegląd technologii wspierających relacyjność: CRM, automatyzacja, narzędzia feedbackowe.	Mariusz Malinowski	09-05-2025	13:00	14:00	01:00
6 z 25 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: Komunikacja z klientem w świecie omnichannel: e-mail, social media, czaty, wideo	Mariusz Malinowski	09-05-2025	14:00	15:00	01:00
7 z 25 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: Budowanie relacji za pomocą newsletterów, segmentacji i marketingu kontekstowego.	Mariusz Malinowski	09-05-2025	15:00	16:00	01:00
8 z 25 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: Wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w personalizacji doświadczeń klienta	Mariusz Malinowski	21-05-2025	08:00	09:00	01:00
9 z 25 Projektowanie relacji z klientem: Mapa podróży klienta (Customer Journey Map) – jak identyfikować punkty kontaktu i relacyjne momenty prawdy.	Mariusz Malinowski	21-05-2025	09:00	10:00	01:00
10 z 25 Projektowanie relacji z klientem: Projektowanie doświadczeń klienta w oparciu o dane i emocje	Mariusz Malinowski	21-05-2025	10:00	10:30	00:30
11 z 25 Projektowanie relacji z klientem: Strategia doświadczeń – drobne interakcje budujące lojalność	Mariusz Malinowski	21-05-2025	10:30	11:30	01:00
12 z 25 Projektowanie relacji z klientem: Zasady tworzenia spójnego i relacyjnego ekosystemu kontaktów klienta z firmą	Mariusz Malinowski	21-05-2025	11:30	12:00	00:30
13 z 25 Komunikacja zorientowana na klienta: Komunikacja w środowisku cyfrowym – jak przenieść relacyjność do świata online	Mariusz Malinowski	21-05-2025	12:00	13:00	01:00
14 z 25 Komunikacja zorientowana na klienta: Scenariusze komunikacyjne w różnych kanałach (mail, telefon, social media)	Mariusz Malinowski	21-05-2025	13:00	14:00	01:00
15 z 25 Komunikacja zorientowana na klienta: Zarządzanie trudnymi sytuacjami i odzyskiwanie klienta	Mariusz Malinowski	21-05-2025	14:00	15:00	01:00
16 z 25 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: Jakie dane zbierać, by lepiej rozumieć relacje z klientami	Mariusz Malinowski	21-05-2025	15:00	15:30	00:30
17 z 25 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: Monitoring satysfakcji i lojalności	Mariusz Malinowski	21-05-2025	15:30	16:00	00:30

<b>Przedmiot / temat zajęć</b>	<b>Prowadzący</b>	<b>Data realizacji zajęć</b>	<b>Godzina rozpoczęcia</b>	<b>Godzina zakończenia</b>	<b>Liczba godzin</b>
18 z 25 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: Wykorzystanie danych do podejmowania decyzji relacyjnych	Mariusz Malinowski	22-05-2025	08:00	08:30	00:30
19 z 25 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa: Jak relacje z klientem zaczynają się od wewnętrznych relacji w firmie	Mariusz Malinowski	22-05-2025	08:30	09:00	00:30
20 z 25 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa: Wartości relacyjne jako element modelu biznesowego i misji firmy	Mariusz Malinowski	22-05-2025	09:00	09:30	00:30
21 z 25 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa: Spójność komunikacji zespołu jako klucz do zaufania klientów	Mariusz Malinowski	22-05-2025	09:30	10:30	01:00
22 z 25 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa: Tworzenie kodeksu relacji – wewnętrznego standardu obsługi klienta	Mariusz Malinowski	22-05-2025	10:30	11:30	01:00
23 z 25 Tworzenie strategii relacyjnej: Jak stworzyć strategię relacyjną dostosowaną do możliwości firmy	Mariusz Malinowski	22-05-2025	11:30	12:30	01:00
24 z 25 Tworzenie strategii relacyjnej: Planowanie relacyjnych działań rocznych, miesięcznych, tygodniowych	Mariusz Malinowski	22-05-2025	12:30	14:00	01:30
25 z 25 Walidacja	-	26-05-2025	13:00	14:00	01:00

## Cennik

### Cennik

- Rodzaj ceny  
Cena
- Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto  
4 578,00 PLN
- Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  
4 578,00 PLN
- Koszt osobogodziny brutto  
218,00 PLN
- Koszt osobogodziny netto  
218,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1  
1 z 1

### Mariusz Malinowski

Mariusz Malinowski to wybitny specjalista z bogatym doświadczeniem w dziedzinie IT i zarządzania projektami, specjalizujący się w opracowywaniu i wdrażaniu zaawansowanych strategii biznesowych.

W ciągu kilku lat, Malinowski nawiązał długoterminowe umowy o współpracy z kilkunastoma sieciami

franczyzowymi w Polsce, obejmującymi łącznie obsługę 800 przedsiębiorstw. Jego umiejętności są potwierdzone przez certyfikaty Project Management Associate (IPMA) oraz ILM-5 od The Institute of Leadership and Management. Dodatkowo, od 2015 roku zasiada w Komitecie Monitorującym Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój przy Ministerstwie Rozwoju, Pracy i Technologii.

W swojej pracy Malinowski wykorzystuje metody zarządzania zmianą, zarządzania projektami. Pracuje nad rozwijaniem marki oraz zwiększaniem ruchu w witrynach internetowych i social media.

Dzięki niemu udało się zrealizować kilka projektów z zakresu ekologii, społeczności lokalnej oraz zasobów ludzkich.

W ramach szkolenia, Malinowski skupia się na praktycznym wykorzystaniu technologii AI, takich jak ChatGPT i DALL-E 3, do optymalizacji procesów sprzedażowych.

W ciągu ostatnich 5 lat Pan Malinowski prowadził szkolenia w tej samej lub pokrewnej tematyce.

Mariusz Malinowski to osoba o wieloletnim doświadczeniu i ugruntowanej pozycji na rynku, który jest w stanie oferować szkolenia na najwyższym poziomie, dostosowane do najnowszych trendów i technologii.

## **Informacje dodatkowe**

### **Informacje o materiałach dla uczestników usługi**

Każdy uczestnik po ukończonym szkoleniu otrzyma Certyfikat ukończenia szkolenia oraz materiały w formie prezentacji przygotowanej na potrzeby szkolenia.

### **Informacje dodatkowe**

Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie w platformie szkoleniowej.

## **Warunki techniczne**

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z urządzenia mobilnego z dostępem do Internetu z prędkością przesyłu co najmniej 5MB/s oraz wyposażonego w mikrofon, kamerę i głośnik.

Urządzenie powinno posiadać:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy;
- 2 GB pamięci RAM lub więcej;
- System operacyjny Windows, Mac OS, Linux, ChromeOS, Android, IOS - zalecane najnowsze wersje;

Szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce internetowej. Wymagane jest posiadanie jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera, Safari.

Kody dostępowe do usługi:

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą platformy LiveWebinar – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link. Program umożliwia prezentację ekranu.

<https://livewebinar.com/135-788-738>

W razie problemów technicznych szkolenie zostanie przeniesione na platformę ZOOM.

Link wygaśnie po zakończeniu szkolenia.

Uczestnicy, trener oraz Operator drogą mailową otrzymają dostęp tj. link i hasło przed rozpoczęciem szkolenia

## **Kontakt**

**Natallia Paulenka**

E-mail

paulenka@bosfundacja.pl

Telefon

(+48) 536 210 297