



Fundacja Rozwoju
Inteligentnych
Specjalizacji

★★★★★ 5,0 / 5

2 780 ocen

Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta - szkolenie

Numer usługi 2025/10/23/50129/3101140

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 04.12.2025 do 08.12.2025

4 360,00 PLN brutto

4 360,00 PLN netto

218,00 PLN brutto/h

218,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie „Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta” jest skierowane do właścicieli firm, menedżerów, specjalistów ds. sprzedaży, marketingu i obsługi klienta oraz osób rozpoczynających karierę lub planujących przebranżowienie. Uczestnicy poznają techniki rozpoznawania potrzeb klienta i dopasowywania wartości oferty, nauczą się prowadzić rozmowy sprzedażowe oparte na zaufaniu, empatii i argumentacji, tworzyć oferty prezentujące korzyści w sposób przekonujący i zorientowany na efekt, a także skutecznie domykać sprzedaż i pracować z obiekcjami klientów. Program obejmuje również nowoczesne narzędzia relacyjności (CRM, automatyzacja, sztuczna inteligencja), komunikację w środowisku cyfrowym, analitykę relacyjną i projektowanie strategii relacyjnej jako źródła przewagi konkurencyjnej.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

03-12-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

20

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usług Szkoleniowo-Rozwojowych SUS 3.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa “Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta - szkolenie” przygotowuje do skutecznego budowania, rozwijania i utrzymywania wartościowych relacji z klientami, opartych na zaufaniu, empatii, personalizacji i długofalowym zaangażowaniu. Uczestnicy nauczą się budować pozytywne doświadczenia klienta, skutecznie komunikować się i wykorzystywać relacje jako zasób zwiększający satysfakcję, lojalność i wartość firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje różnice między podejściem transakcyjnym a relacyjnym w obsłudze klienta.	Uczestnik potrafi wskazać co najmniej trzy różnice między relacją jednorazową a relacją długofalową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wyjaśnia, w jaki sposób podejście relacyjne wpływa na utrzymanie klienta, wskazując dwa mechanizmy tego wpływu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje konkretne narzędzia cyfrowe stosowane w komunikacji i analizie klienta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje technologie wspierające rozwój relacji z klientami.	Uczestnik wskazuje funkcję jednego z narzędzi w procesie personalizacji kontaktu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje kluczowe punkty styku klienta z firmą w cyklu doświadczenia zakupowego.	Uczestnik wyjaśnia znaczenie emocjonalnych doświadczeń klienta w procesie zakupowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik charakteryzuje zasady relacyjnej komunikacji w środowisku cyfrowym.	Uczestnik identyfikuje i potrafi nazwać trzy błędy komunikacyjne, które utrudniają budowanie zaufania w relacji z klientem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje dane, które można wykorzystać do oceny satysfakcji klienta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik charakteryzuje sposób analizy danych w celu optymalizacji kontaktu z klientem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje dane przydatne w analizie relacji z klientami.		

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje znaczenie relacji wewnętrznych w budowaniu zaufania klientów. Uczestnik identyfikuje etapy budowy strategii relacyjnej dostosowanej do skali przedsiębiorstwa.	Uczestnik rozpoznaje prawidłowe zależności między jakością komunikacji w zespole a lojalnością klientów, wybierając poprawne stwierdzenie spośród trzech podanych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozpoznaje znaczenie wartości relacyjnych w kulturze organizacyjnej, wybierając poprawne stwierdzenie spośród trzech podanych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozpoznaje elementy poprawnego planu działań relacyjnych na określony okres, wybierając właściwe stwierdzenie spośród podanych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozpoznaje kluczowe ograniczenia i możliwości związane z wdrażaniem strategii w przedsiębiorstwie, wybierając poprawne stwierdzenie spośród podanych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje potrzeby klienta oraz czynniki wpływające na jego decyzje zakupowe.	Uczestnik rozpoznaje elementy analizy sytuacji zakupowej klienta oraz kluczowe motywatory decyzji zakupowych, wybierając poprawne stwierdzenie spośród podanych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik potrafi prowadzić rozmowę sprzedażową z wykorzystaniem technik aktywnego słuchania i dopasowanego języka korzyści.	Uczestnik rozpoznaje elementy skutecznej rozmowy sprzedażowej, wybierając poprawne stwierdzenie spośród podanych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik potrafi przygotować atrakcyjną ofertę handlową w odpowiedzi na konkretne zapytanie klienta.	Uczestnik rozpoznaje cechy oferty dopasowanej do potrzeb klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik stosuje podstawowe techniki domykania sprzedaży i reagowania na obiekcje w kontakcie z klientem.	Uczestnik rozpoznaje skuteczne techniki domykania sprzedaży oraz sposoby reagowania na obiekcje klienta w sposób podtrzymujący relację, wybierając poprawne stwierdzenie spośród podanych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

1. Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej - 2 godziny 50 minut zajęć teoretycznych

- 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 - 2 godziny 55 minut zajęć teoretycznych

- 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 - 2 godziny zajęć teoretycznych

- 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 i sprzedaż relacyjna - 4 godziny zajęć praktycznych

- Komunikacja w środowisku cyfrowym – jak przenieść relacyjność do świata online
- Scenariusze komunikacyjne w różnych kanałach (mail, telefon, social media)
- Rozpoznawanie potrzeb klienta i określanie wartości oferty – jak zrozumieć, czego naprawdę szuka klient i jak dostosować komunikat sprzedażowy
- Budowanie relacji i prowadzenie rozmów sprzedażowych – techniki zadawania pytań, słuchania i argumentowania
- Tworzenie ofert i prezentowanie korzyści – jak przedstawić usługę w sposób zrozumiały, przekonujący i zorientowany na efekt
- Domykanie sprzedaży i praca z obiekcjami – jak skutecznie finalizować sprzedaż i odpowiadać na trudne pytania klientów
- Zarządzanie trudnymi sytuacjami i odzyskiwanie klienta

5. Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie - 2 godziny zajęć praktycznych

- 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 - 2 godziny 45 minut zajęć teoretycznych

- 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 - 2 godziny zajęć praktycznych

- Jak stworzyć strategię relacyjną dostosowaną do możliwości firmy
- Planowanie relacyjnych działań rocznych, miesięcznych i tygodniowych
- Wykorzystanie wiedzy o potrzebach klientów do projektowania długofalowych działań sprzedażowych i relacyjnych

8. Walidacja - 1 godzina praktyczna

- Liczba godzin usługi: 20 (usługa jest realizowane w godzinach zegarowych 1 h szkolenia = 60 min.):
- Liczba godzin teoretycznych - 10 godzin 30 minut
- Liczba godzin praktycznych - 9 godzin
- Liczba przerw - dwie przerwy 15-minutowe.

Format szkolenia w formie zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy LiveWebinar:

- wykłady i prezentacje prowadzone przez trenera,
- warsztaty praktyczne i case studies umożliwiające zastosowanie wiedzy w rzeczywistych sytuacjach marketingowych,
- analiza przykładów strategii i kampanii marketingowych wykorzystujących narzędzia sztucznej inteligencji.

Walidacja – test wiedzy online i umiejętności z zakresu tematycznego szkolenia:

- Forma: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie (online)
- Czas przeznaczony na wykonanie testu: 45 minut
- Próg zaliczenia: 75%
- Metoda testu: 20 pytań
- Narzędzie: platforma Google Forms

Przerwy:

- Przerwy zostały zaplanowane i są uwzględnione w harmonogramie, są wliczane do procesu kształcenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 32

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 32 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: czym jest relacyjność w ujęciu współczesnego zarządzania	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	08:00	08:45	00:45
2 z 32 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: nowe oczekiwania klientów – personalizacja, elastyczność, partnerstwo	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	08:45	09:30	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 32 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: rola relacji w przedsiębiorstwie jako źródła trwałej przewagi konkurencyjnej	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	09:30	10:15	00:45
4 z 32 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: jak budować kapitał relacyjny i mierzyć jego wartość	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	10:15	10:50	00:35
5 z 32 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: przegląd technologii wspierających relacyjność - CRM, automatyzacja, narzędzia feedbackowe	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	10:50	11:20	00:30
6 z 32 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: komunikacja z klientem w świecie omnichannel - e-mail, social media, czaty, wideo	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	11:20	12:00	00:40
7 z 32 Przerwa	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 32 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: budowanie relacji za pomocą newsletterów, segmentacji i marketingu kontekstowego	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	12:15	13:15	01:00
9 z 32 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w personalizacji doświadczeń klienta	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	13:15	14:00	00:45
10 z 32 Projektowanie relacji z klientem: mapa podróży klienta (Customer Journey Map) – jak identyfikować punkty kontaktu i relacyjne momenty prawdy	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	14:00	14:30	00:30
11 z 32 Projektowanie relacji z klientem: projektowanie doświadczeń klienta w oparciu o dane i emocje	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	14:30	15:00	00:30
12 z 32 Projektowanie relacji z klientem: strategia doświadczeń – drobne interakcje budujące lojalność	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	15:00	15:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 32 Projektowanie relacji z klientem: zasady tworzenia spójnego i relacyjnego ekosystemu kontaktów klienta z firmą	Marcin Lenkiewicz	04-12-2025	15:30	16:00	00:30
14 z 32 Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: komunikacja w środowisku cyfrowym – jak przenieść relacyjność do świata online	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	08:00	08:45	00:45
15 z 32 Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: scenariusze komunikacyjne w różnych kanałach (mail, telefon, social media)	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	08:45	09:25	00:40
16 z 32 Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: rozpoznawanie potrzeb klienta i określanie wartości oferty – jak zrozumieć, czego naprawdę szuka klient i jak dostosować komunikat sprzedażowy	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	09:25	10:00	00:35

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 32 Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: budowanie relacji i prowadzenie rozmów sprzedażowych – techniki zadawania pytań, słuchania i argumentowania	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	10:00	10:30	00:30
18 z 32 Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: tworzenie ofert i prezentowanie korzyści – jak przedstawić usługę w sposób zrozumiały, przekonujący i zorientowany na efekt	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	10:30	11:00	00:30
19 z 32 Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: domykanie sprzedaży i praca z obiekcjami – jak skutecznie finalizować sprzedaż i odpowiadać na trudne pytania klientów	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	11:00	11:30	00:30
20 z 32 Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: zarządzanie trudnymi sytuacjami i odzyskiwanie klienta	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 32 Przerwa	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	12:00	12:15	00:15
22 z 32 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: jakie dane zbierać, by lepiej rozumieć relacje z klientami	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	12:15	13:15	01:00
23 z 32 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: monitoring satysfakcji i lojalności	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	13:15	13:45	00:30
24 z 32 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: wykorzystanie danych do podejmowania decyzji relacyjnych	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	13:45	14:15	00:30
25 z 32 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : jak relacje z klientem zaczynają się od wewnętrznych relacji w firmie	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	14:15	15:00	00:45
26 z 32 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : wartości relacyjne jako element modelu biznesowego i misji firmy	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	15:00	15:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
27 z 32 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : spójność komunikacji zespołu jako klucz do zaufania klientów	Marcin Lenkiewicz	05-12-2025	15:30	16:00	00:30
28 z 32 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : tworzenie kodeksu relacji – wewnętrznego standardu obsługi klienta	Marcin Lenkiewicz	08-12-2025	08:00	09:00	01:00
29 z 32 Tworzenie strategii relacyjnej: jak stworzyć strategię relacyjną dostosowaną do możliwości firmy	Marcin Lenkiewicz	08-12-2025	09:00	10:00	01:00
30 z 32 Tworzenie strategii relacyjnej: planowanie relacyjnych działań rocznych, miesięcznych i tygodniowych	Marcin Lenkiewicz	08-12-2025	10:00	10:30	00:30
31 z 32 Tworzenie strategii relacyjnej: wykorzystanie wiedzy o potrzebach klientów do projektowania długofalowych działań sprzedażowych i relacyjnych	Marcin Lenkiewicz	08-12-2025	10:30	11:00	00:30
32 z 32 Walidacja	-	08-12-2025	11:00	12:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 360,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 360,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	218,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	218,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marcin Lenkiewicz

Trener i menedżer projektów z wieloletnim doświadczeniem w obszarze komunikacji, zarządzania relacjami oraz wdrażania nowoczesnych technologii w biznesie. Absolwent Uniwersytetu w Białymstoku (magister socjologii) oraz Wyższej Szkoły Administracji Publicznej im. S. Staszica w Białymstoku (licencjat z administracji publicznej i filozofii). Ukończył także studia badawcze na Uniwersytecie w Kyoto w Japonii (2009–2011) z zakresu etyki biznesu i kultury organizacyjnej, gdzie zgłębiał relacyjne podejście do obsługi klienta i wartości organizacyjnych.

Od 2016 roku prowadzi szkolenia i warsztaty dla firm i instytucji w Polsce i za granicą, m.in. z zarządzania relacjami z klientami, komunikacji, kultury organizacyjnej i wykorzystania sztucznej inteligencji w personalizacji doświadczeń klienta. Prowadził szkolenia dla kadry Magneti Marelli dotyczące relacyjnej kultury organizacyjnej i komunikacji międzykulturowej. Jako Project Manager w IGK Group Credit Management zarządzał procesami komunikacyjnymi i relacyjnymi w zespołach międzynarodowych.

Posiada praktyczne kompetencje w zakresie narzędzi CRM, automatyzacji, feedbacku oraz wykorzystania AI (OpenAI, Gemini, Perplexity AI) w budowaniu relacji i analityce relacyjnej. Łączy wiedzę teoretyczną z praktyką w projektowaniu strategii relacyjnych, komunikacji zorientowanej na klienta i budowaniu kultury organizacyjnej opartej na relacyjności.

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

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.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem zaliczenia usługi jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie testu wiedzy (75%).

Fakt uczestnictwa w każdym dniu usługi rozwojowej musi zostać potwierdzony przez wygenerowane raporty z logowania z każdego dnia szkolenia.

Informacje dodatkowe

Usługa zwolniona z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT w zw. z § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia MF z 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień.

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 - 08.12.2025 o godzinie 12:05

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