



Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta - szkolenie

Numer usługi 2026/04/22/12144/3506337

4 360,00 PLN brutto
 4 360,00 PLN netto
 167,69 PLN brutto/h
 167,69 PLN netto/h
 225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Fundacja Biznes
 Odpowiedzialny
 Społecznie

★★★★★ 4,9 / 5

862 oceny

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 26:00 h
- 📅 15.05.2026 do 19.05.2026

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	14-05-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	26
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

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 analizuje i porównuje podejście transakcyjne oraz relacyjne w obsłudze klienta, wskazując kluczowe różnice i konsekwencje biznesowe każdego z nich	Uczestnik wskazuje co najmniej trzy różnice między relacją jednorazową a relacją długofalową w obsłudze klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wyjaśnia wpływ podejścia relacyjnego na utrzymanie klienta, opisując dwa mechanizmy tego wpływu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje i dobiera technologie wspierające rozwój relacji z klientami, uzasadniając ich zastosowanie w komunikacji i analizie klienta	Uczestnik wymienia narzędzia cyfrowe stosowane w komunikacji i analizie klienta w procesie budowania relacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik określa funkcję jednego narzędzia cyfrowego w procesie personalizacji kontaktu z klientem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik mapuje i rozróżnia kluczowe punkty styku klienta z firmą w cyklu doświadczenia zakupowego, wskazując momenty krytyczne dla utrzymania relacji.	Uczestnik uzasadnia znaczenie emocjonalnych doświadczeń klienta w procesie zakupowym.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik charakteryzuje i stosuje zasady relacyjnej komunikacji w środowisku cyfrowym, w tym diagnozuje błędy komunikacyjne obniżające zaufanie w relacji z klientem.	Uczestnik identyfikuje i nazywa trzy błędy komunikacyjne utrudniające budowanie zaufania w relacji z klientem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje, selekcjonuje i klasyfikuje dane przydatne w analizie relacji z klientami, wskazując ich użyteczność dla oceny jakości relacji	Uczestnik wskazuje dane możliwe do wykorzystania w ocenie satysfakcji klienta w analizie relacyjnej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik charakteryzuje sposób analizy danych w celu optymalizacji kontaktu z klientem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje i wyjaśnia znaczenie relacji wewnętrznych w budowaniu zaufania klientów, wskazując zależności między jakością komunikacji zespołu a lojalnością klientów	Uczestnik opisuje zależność między jakością komunikacji w zespole a lojalnością klientów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozpoznaje rolę wartości relacyjnych w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik interpretuje i uzasadnia znaczenie wartości relacyjnych w kulturze organizacyjnej, wskazując ich wpływ na spójność działań i standard obsługi klienta	Uczestnik przedstawia plan działań relacyjnych opracowany na wybrany okres funkcjonowania firmy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik charakteryzuje ograniczenia oraz możliwości wdrożenia strategii relacyjnej w przedsiębiorstwie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik projektuje i porządkuje etapy budowy strategii relacyjnej dostosowanej do skali przedsiębiorstwa oraz konstruuje plan działań relacyjnych na określony okres	Uczestnik identyfikuje czynniki wpływające na decyzje zakupowe klienta w oparciu o analizę sytuacji zakupowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik diagnozuje i ocenia ograniczenia oraz możliwości wdrażania strategii relacyjnej w przedsiębiorstwie, wskazując czynniki ryzyka i warunki powodzenia wdrożenia	Uczestnik rozpoznaje elementy skutecznej rozmowy sprzedażowej, wybierając poprawne stwierdzenia spośród podanych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik analizuje i rozpoznaje potrzeby klienta oraz czynniki wpływające na decyzje zakupowe, w tym identyfikuje motywatory i elementy sytuacji zakupowej	Uczestnik rozróżnia cechy oferty handlowej dopasowanej do potrzeb klienta w odpowiedzi na konkretne zapytanie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik prowadzi rozmowę sprzedażową z wykorzystaniem technik aktywnego słuchania oraz języka korzyści, opracowuje ofertę handlową odpowiadającą na zapytanie klienta oraz stosuje techniki domykania sprzedaży i reagowania na obiekcje w sposób podtrzymujący relację	Uczestnik ocenia techniki domykania sprzedaży oraz sposoby reagowania na obiekcje klienta, dobierając rozwiązania podtrzymujące relację	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

1. Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej - 3 godziny 35 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 - 3 godziny 40 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 - 3 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 - 5 godzin 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 15 minut 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 - 3 godziny 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 - 3 godziny 30 minut 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 15 minut

Liczba godzin usługi: 26 (usługa jest realizowane w godzinach dydaktycznych: 1 h szkolenia = 45 min.):

- Liczba godzin teoretycznych - 13 godzin 30 minut
- Liczba godzin praktycznych - 11 godzin
- Walidacja - 1 godzina 15 minut

Liczba przerw - dwie przerwy po 15 min. (12:00 - 12:15). Przerwy nie wliczone do procesu kształcenia

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)
- Próg zaliczenia: 75%
- Metoda testu: 20 pytań
- Narzędzie: platforma Google Forms

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 30 Zmiana paradygmatu od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: czym jest relacyjność w ujęciu współczesnego zarządzania	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	12:00	12:45	00:45
2 z 30 Zmiana paradygmatu od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: nowe oczekiwania klientów, personalizacja, elastyczność, partnerstwo	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	12:45	13:30	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 30 Zmiana paradygmatu od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: rola relacji w przedsiębiorstwie jako źródła trwałej przewagi konkurencyjnej	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	13:30	14:15	00:45
4 z 30 Zmiana paradygmatu od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: jak budować kapitał relacyjny i mierzyć jego wartość	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	14:15	14:50	00:35
5 z 30 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: przegląd technologii wspierających relacyjność CRM, automatyzacja, narzędzia feedbackowe	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	14:50	15:20	00:30
6 z 30 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: komunikacja z klientem w świecie omnichannel - e mail, social media, czaty, wideo	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	15:20	16:00	00:40

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p>7 z 30</p> <p>Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: budowanie relacji za pomocą newsletterów, segmentacji i marketingu kontekstowego</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	08:00	09:00	01:00
<p>8 z 30</p> <p>Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w personalizacji doświadczeń klienta</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	09:00	09:45	00:45
<p>9 z 30</p> <p>Projektowanie relacji z klientem: mapa podróży klienta (Customer Journey Map) jak identyfikować punkty kontaktu i relacyjne momenty prawdy</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	09:45	10:15	00:30
<p>10 z 30</p> <p>Projektowanie relacji z klientem: projektowanie doświadczeń klienta w oparciu o dane i emocje</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	10:15	10:45	00:30
<p>11 z 30</p> <p>Projektowanie relacji z klientem: strategia doświadczeń - drobne interakcje budujące lojalność</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	10:45	11:15	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p>12 z 30</p> <p>Projektowanie relacji z klientem: zasady tworzenia spójnego i relacyjnego ekosystemu kontaktów klienta z firmą</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	11:15	12:00	00:45
<p>13 z 30</p> <p>Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: komunikacja w środowisku cyfrowym – jak przenieść relacyjność do świata online</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	12:15	13:00	00:45
<p>14 z 30</p> <p>Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: scenariusze komunikacyjne w różnych kanałach (mail, telefon, social media)</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	13:00	13:30	00:30
<p>15 z 30</p> <p>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</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p>16 z 30</p> <p>Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: budowanie relacji i prowadzenie rozmów sprzedażowych - techniki zadawania pytań, słuchania i argumentowania</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	14:00	14:30	00:30
<p>17 z 30</p> <p>Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: budowanie relacji i prowadzenie rozmów sprzedażowych - techniki zadawania pytań, słuchania i argumentowania</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	14:30	15:00	00:30
<p>18 z 30</p> <p>Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: domykanie sprzedaży i praca z obiekcjami jak skutecznie finalizować sprzedaż i odpowiadać na trudne pytania klientów</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	15:00	15:30	00:30
<p>19 z 30</p> <p>Komunikacja zorientowana na klienta i sprzedaż relacyjna: zarządzanie trudnymi sytuacjami i odzyskiwanie klienta</p>	Marcin Lenkiewicz	18-05-2026	15:30	16:00	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 30 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: jakie dane zbierać, by lepiej rozumieć relacje z klientami	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	08:00	08:45	00:45
21 z 30 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: monitoring satysfakcji i lojalności	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	08:45	09:15	00:30
22 z 30 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: wykorzystanie danych do podejmowania decyzji relacyjnych	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	09:15	09:45	00:30
23 z 30 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : jak relacje z klientem zaczynają się od wewnętrznych relacji w firmie	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	09:45	10:15	00:30
24 z 30 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : wartości relacyjne jako element modelu biznesowego i misji firmy	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	10:15	10:45	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 30 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : spójność komunikacji zespołu jako klucz do zaufania klientów	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	10:45	11:15	00:30
26 z 30 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : tworzenie kodeksu relacji wewnętrznego standardu obsługi klienta	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	11:15	12:00	00:45
27 z 30 Tworzenie strategii relacyjnej: jak stworzyć strategię relacyjną dostosowaną do możliwości firmy	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	12:15	13:00	00:45
28 z 30 Tworzenie strategii relacyjnej: planowanie relacyjnych działań rocznych, miesięcznych i tygodniowych	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	13:00	14:00	01:00
29 z 30 Tworzenie strategii relacyjnej: wykorzystanie wiedzy o potrzebach klientów do projektowania długofalowych działań sprzedażowych i relacyjnych	Marcin Lenkiewicz	19-05-2026	14:00	15:00	01:00
30 z 30 Walidacja	-	19-05-2026	15:00	16:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 360,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 360,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	167,69 PLN
Koszt osobogodziny netto	167,69 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 r. 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 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.

Trener posiada doświadczenie nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończeniu szkolenia otrzyma imienny certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia „Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta - szkolenie”, wydany przez Fundację Biznes Odpowiedzialny Społecznie, zawierający zakres tematyczny, liczbę godzin oraz potwierdzenie nabytych efektów uczenia się. Uczestnicy otrzymają również materiały dydaktyczne w

formie prezentacji multimedialnej opracowanej specjalnie na potrzeby szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Warunki zaliczenia usługi:

Warunkiem zaliczenia usługi jest uczestnictwo w co najmniej 80% całkowitej liczby godzin dydaktycznych, przy czym jedna godzina dydaktyczna oznacza 45 minut uczestnictwa w zajęciach online prowadzonych w czasie rzeczywistym. Dla usługi obejmującej 26 godzin dydaktycznych oznacza to obowiązek uczestnictwa w minimum 21 godzinie dydaktycznej - co powinno zostać potwierdzone na podstawie raportów logowań każdego uczestnika. Zaliczenie szkolenia następuje po spełnieniu powyższego warunku obecności (na podstawie raportów logowań) oraz pozytywnym ukończeniu testu wiedzy kończącego szkolenie.

Raporty z logowania zawierają:

- pełna nazwa firmy kierującej uczestnika na szkolenie; ID numer usługi, datę przeprowadzenia szkolenia
- imię i nazwisko uczestnika,
- datę, godzinę rozpoczęcia i zakończenia każdego logowania, całkowity czas aktywnej obecności na platformie (w minutach).

Informacje dodatkowe

- Uczestnicy nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem/stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej.
- Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 45 minut. Walidacja wlicza się w czas trwania usługi. Przerwy nie wliczają się do czasu trwania usługi i nie wpisany do harmonogramu. Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie w platformie szkoleniowej.
- Usługa jest realizowana przez podmiot spełniający wymagania określone w Rozporządzeniu Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28.07.2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. z 2023 r. poz. 1686).
- 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.

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. Program umożliwia

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

Okres ważności linku do usługi – od 14.05.2026 do 19.05.2026 o godzinie 16:05.

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