



Circinus Training
Center Adam
Pluciński

★★★★★ 4,5 / 5
1 315 ocen

Wykorzystanie relacyjnego modelu sprzedaży w budowaniu Customer Experience

Numer usługi 2026/06/23/9472/3643481

📍 Wrocław
🏢 Usługa szkoleniowa
📅 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 49:00 h
📅 10.08.2026 do 18.08.2026

5 779,46 PLN brutto
4 698,75 PLN netto
117,95 PLN brutto/h
95,89 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Usługa skierowana jest do osób dorosłych, w szczególności do: • Pracowników działów sprzedaży i obsługi klienta, handlowców, doradców klienta oraz account managerów, którzy chcą podnieść swoje kompetencje. • Kierowników i managerów zespołów handlowych, dążących do optymalizacji procesów sprzedażowych w swoich organizacjach. • I innych osób, osobiście zaangażowanych w procesy doradczo-sprzedażowe klienta.
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	8
Data zakończenia rekrutacji	09-08-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnik zarządza leadami i prowadzi rozmowy z klientami zgodnie z przyjętymi standardami, identyfikuje bariery w procesie sprzedaży i obsługi klienta, rozpoznaje potrzeby i emocje klientów oraz podejmuje działania zwiększające skuteczność pozyskiwania i obsługi klientów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje i diagnozuje proces Customer Experience (AS IS)	identyfikuje punkty styku klienta z firmą	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje wąskie gardła i momenty bólu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje dane jakościowe (opinie, reklamacje, komunikacja)	Wywiad swobodny
	rozpoznaje emocje i potrzeby klienta	Wywiad swobodny
Stosuje zasady zarządzania procesem sprzedaży i kontaktu z klientem	buduje proces obsługi zapytania klienta	Debata swobodna
	planuje etapy kontaktu i komunikacji	Test teoretyczny
	stosuje zasady proaktywnej komunikacji	Debata swobodna
	uwzględnia wpływ szybkości reakcji na decyzję klienta	Debata swobodna
Wykorzystuje wiedzę o Customer Experience w pracy handlowej	definiuje CX i jego znaczenie,	Test teoretyczny
	identyfikuje profil współczesnego klienta	Wywiad swobodny
	opracowuje mapę empatii	Test teoretyczny
	rozdziela sprzedaż produktu i wartości	Wywiad swobodny
	stosuje aktywne słuchanie i parafrazę	Obserwacja w warunkach symulowanych
	zadaje pytania pogłębiające	Wywiad swobodny
	stosuje język korzyści	Obserwacja w warunkach symulowanych
	prezentuje dopasowane rozwiązania	Obserwacja w warunkach symulowanych
Prowadzi rozmowę handlową w sposób budujący wartość i relację z klientem		

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Radzi sobie z obiekcjami i finalizuje sprzedaż	identyfikuje źródła obiekcji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	stosuje techniki przeformułowania	Obserwacja w warunkach symulowanych
	buduje wartość pozacenową	Wywiad swobodny
	rozpoznaje sygnały zakupowe, stosuje techniki domykania sprzedaży	Wywiad swobodny
Organizuje współpracę wewnętrzną i proces realizacji zamówień	opisuje przepływ informacji między działami	Debata swobodna
	stosuje standardy komunikacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje procedury prewencji i alertów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje działania posprzedażowe	Debata swobodna

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

Warsztaty rozpoczną się pre-testem.

Dzień 1. Warsztat AS-IS - Diagnoza Stanu Obecnego

Warsztat AS IS (stan obecny) to kluczowy etap w projektowaniu procesów Customer Experience. Zanim zaczniemy budować idealną wizję przyszłości (TO BE), musimy bez lukrowania spojrzeć w lustro i zdiagnozować, jak realnie wygląda dzisiejsza podróż klienta w FIXOKNA.

Cel:

Zidentyfikowanie wszystkich punktów styku klienta z firmą, nazwanie istniejących "wąskich gardeł" oraz zrozumienie emocji, jakie towarzyszą inwestorowi w obecnym procesie zakupu i realizacji.

1. Sesja Otwarcia: „Perspektywa 360 stopni”

- Zderzenie perspektyw: Zestawienie tego, co myślimy o naszej obsłudze, z twardymi danymi (wyniki ankiet, opinie w Google, najczęstsze powody reklamacji).
- Głos Klienta (VoC): Przegląd ostatnich 10 reklamacji i 10 pochwał. Szukamy powtarzalnych wzorców.

2. Warsztat: Mapa Podróży Klienta AS IS

- Ścieżka „Od zapytania do montażu”: Wspólne wyklejanie na ścianie (lub tablicy cyfrowej) każdego kroku, który musi wykonać klient.
- Identyfikacja „Momentów Bólu” (Pain Points): Zaznaczanie czerwonymi punktami miejsc, gdzie klient czeka za długo, dostaje sprzeczne informacje lub czuje się zagubiony (np. okres między wpłatą zaliczki a informacją o terminie montażu).
- Analiza dokumentacji: Przegląd realnych maili, ofert i umów wysyłanych do klientów. Czy język jest zrozumiały, czy zbyt techniczny?

3. Analiza Współpracy Wewnętrznej

- Sztafeta informacji: Analiza przepływu danych między Handlowcem, Produkcją a Ekipą Montażową. Gdzie „giną” ustalenia z klientem?
- Audyt narzędzi: Czy systemy, których używamy (CRM, Excel, komunikatory), pomagają w budowaniu CX, czy są barierą?

4. Podsumowanie: „Lista Szybkich Napraw”

- Low Hanging Fruits: Wyłonienie problemów, które możemy rozwiązać „od ręki” (np. zmiana treści jednego maila automatycznego).
- Priorytetyzacja: Wybranie 3 głównych obszarów, które wymagają głębokiego przeprojektowania w fazie TO BE.

Dzień 2. Podstawy i przekonania oraz zarządzanie procesem sprzedaży.

Przekonania i postawy

- Czym są przekonania?
- Przekonania wspierające i ograniczające w kontekście sprzedaży
- Koło wpływu i koło troski - na co mam wpływ w procesie sprzedaży
- Proaktywność w obsłudze Klienta - jak zachowanie reaktywne wpływa na wynik sprzedaży
- Sprzedawanie, a chęć pomocy - rola przekonania handlowców w procesie sprzedaży

Zarządzanie i proces kontaktu

- Tworzenie efektywnego procesu kontaktu z Klientem, który dzwoni o zapytanie
- Informuj swoich Klientów o procesie
- Kontraktowanie terminów w kontakcie z Klientami
- Na ile szybkość przygotowania oferty wpływa na decyzje zakupowe Klienta

Customer Experience (doświadczenie klienta / inwestora)

- Czym właściwie jest CX?
- Dlaczego CX ma kluczowe znaczenie dla FIXOKNA?
- Profil współczesnego klienta: Kim jest osoba budująca dom w 2026 roku? (Dostęp do informacji, lęk przed błędami, wysokie oczekiwania).
- Mapa Empatii: Ćwiczenie warsztatowe – co czuje klient na etapie wyboru okien, a co w dniu montażu?
- Różnica między „sprzedać okno” a „sprzedać spokój”: Definiowanie wartości dodanej FIXOKNA.

Proces decyzyjny Klienta

- Dlaczego warto często proaktywnie kontaktować się z Klientami?

- Co wpływa na decyzje zakupowe Klientów
- Czas na przygotowanie propozycji
- Odpowiedzialność za efekt prowadzonych rozmów

Dzień 3. Budowanie pozytywnych doświadczeń z Klientem

Budowanie pierwszego wrażenia podczas spotkania

- O co należy zadbać, aby wywołać pozytywne wrażenie na kliencie - niewerbalne i werbalne elementy wpływające na wrażenie
- Jak rozpoczynać rozmowy handlowe - wyróżnij się na tle konkurencji
- Zadbaj o "przestrzeń dla klienta" i pokaż swoje zainteresowanie i zaangażowanie

Podróż Klienta (Customer Journey Map)

- Punkty styku (Touchpoints) - analiza każdego kontaktu z marką - od reklamy, przez salon, aż po serwis pogwarancyjny.
- „Moment prawdy” - identyfikacja kluczowych momentów, które decydują o tym, czy klient nas poleci (np. szybkość reakcji na trudne pytanie techniczne).
- Eliminacja „wąskich gardeł” - gdzie w FIXOKNA najczęściej tracimy entuzjazm klienta? (np. zbyt długie czekanie na wycenę).

Relacyjny model sprzedaży 40-30-20-10

- Co wpływa na wybór danego dostawcy - czyli jak myśli Klient
- Zrozum Klienta i wzbudź potrzebę zaangażowania się w proces
- Poznaj "mapę" Klienta, a będziesz wiedział co jest dla niego ważne

Komunikacja i Standardy CX

- Język korzyści vs. żargon techniczny - jak mówić aby klient rozumiał
- Zarządzanie oczekiwaniami - jak obiecywać tak, by zawsze dowieźć wynik (i unikać rozczarowań terminami).
- Proces komunikacji Handlowiec-Klient
- Subiektywizm w kontaktach z Klientami

Dzień 4. Słuchanie i budowanie wartości rozwiązań

Aktywne słuchanie jako klucz do zrozumienia Klienta

- Sztuka zadawania efektywnych pytań
- Badanie potrzeb a ich wzbudzanie - różnice na poziomie zadawanych pytań
- Pytania kierunkowe - zwrócenie uwagi Klienta na kompleksowe rozwiązania
- Parafraza i odzwierciedlenie - budowanie relacji i zrozumienia
- Poszerzanie perspektywy Klienta w kontekście składanego zapytania/prośby

Budowanie wartości

- Co jest ważne i kluczowe dla Klienta?
- Prezentacja rozwiązań pod kątem potrzeb i oczekiwań Klienta
- Skupianie się na tym co ważne i istotne dla Klienta w kontekście produktów i rozwiązań
- Porozmawiaj o rozwiązaniach zadając efektywne pytania, za pomocą których Klient zbuduje sam wartość rozwiązań

Język wartości

- Zmiana języka negatywnego na pozytywny
- Techniki mówienia językiem wartości
- Budowanie katalogu korzyści płynących z poszczególnych rozwiązań
- Tworzenie katalogu mocnych i pozytywnych zwrotów/sformułowań
- Wartość rozwiązań kompleksowych - czyli co zyskuje Klient?
- Budowanie przekonujących argumentów

Dzień 5. Praca z obiekcji Klienta i domykanie sprzedaży

Jak radzić sobie w sytuacji pojawiających się obiekcji

- Identyfikowanie źródła obiekcji u Klientów - prawdziwe i ukryte obiekcje
- Odkrywanie pozytywnych intencji zgłaszanych obiekcji
- Wzorce językowe pozwalające na pokonanie obiekcji
- Przeformułowania zastrzeżeń Klienta w celu ich osłabienia
- "Kogo to obchodzi, cena jest najważniejsza" - Psychologiczne aspekty postrzegania ceny

- Umiejętność budowania wartości pozacenowej - techniki i metody
- Łagodzenie zastrzeżeń Klienta - kiedy Klient mówi: „Za drogo”, „Nie jestem zainteresowany”; „Odezwę się”

Domykanie i finalizacja sprzedaży

- Sygnały kupna wysyłane przez Klienta
- Techniki domykania transakcji sprzedażowych
- Czego potrzebuje Klient aby podjąć decyzję?
- Pytania prowadzące do podjęcia decyzji zakupowej
- Wzmocnienie decyzji Klienta

Dzień 6. Współpraca wewnątrzfirmowa

Współpraca wewnątrzfirmowa i obsługa posprzedażowa - czyli jak zadbać o proces realizacji zamówień

- Zanim ustalisz z klientem szczegóły, zweryfikuj możliwość realizacji
- Bieżąca komunikacja z klientem na temat realizacji zamówienia
- Prewencja, jako narzędzie wspierające w “trudnych sytuacjach”

Narzędzia i Kanały Komunikacji

- Standardy notatek i przepływ informacji
- Dedykowane kanały dla konkretnych inwestycji
- Archiwizacja zdjęć z montażu

Standardy przepływu informacji

- Etap
- Od kogo-do kogo
- Co jest przekazywane (klucz do CX)

Procedura "Prewencja i Alert" (Trudne sytuacje)

- Zasada 24h
- Briefingi
- Karta “Specjalnych życzeń”

Obsługa posprzedażowa

- Jak zaopiekować się Klientem po sprzedaży
- Częstotliwość kontaktów z Klientami
- Rekomendacje i polecenia
- Poszukiwanie kolejnych szans sprzedażowych

Dzień 7. Walidacja efektów uczenia się

Cele:

Podsumowanie zdobytej wiedzy i umiejętności

Sprawdzenie efektywności szkolenia w praktyce

Plan zajęć:

Powtórzenie kluczowych elementów: Przegląd najważniejszych zagadnień z każdego dnia szkolenia.

Dyskusja moderowana na temat doświadczeń z wdrażania nowych umiejętności.

Walidacja efektów uczenia się.

Praca indywidualna lub zespołowa nad scenariuszami z życia zawodowego.

Prezentacja wyników i omówienie strategii działania.

Tworzenie indywidualnych planów rozwoju - start, stop, continue

Warsztaty zakończą się post-testem oraz ankietą ewaluacyjną.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 49

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 49 Usługa: Dzień 1. Warsztat AS-IS - Diagnoza Stanu Obecnego	Zajęcia	Adam Pluciński	10-08-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 49 -	Przerwa	-	10-08-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 49 Usługa: Dzień 1. Warsztat AS-IS - Diagnoza Stanu Obecnego	Zajęcia	Adam Pluciński	10-08-2026	10:45	12:15	01:30
4 z 49 -	Przerwa	-	10-08-2026	12:15	12:45	00:30
5 z 49 Usługa: Dzień 1. Warsztat AS-IS - Diagnoza Stanu Obecnego	Zajęcia	Adam Pluciński	10-08-2026	12:45	14:15	01:30
6 z 49 -	Przerwa	-	10-08-2026	14:15	14:30	00:15
7 z 49 Usługa: Dzień 1. Warsztat AS-IS - Diagnoza Stanu Obecnego	Zajęcia	Adam Pluciński	10-08-2026	14:30	16:00	01:30
8 z 49 Usługa: Dzień 2. Podstawy i przekonania oraz zarządzanie procesem sprzedaży. Przekonania i postawy	Zajęcia	Adam Pluciński	11-08-2026	09:00	10:30	01:30
9 z 49 -	Przerwa	-	11-08-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 49 Usługa: Dzień 2. Podstawy i przekonania oraz zarządzanie procesem sprzedaży. Przekonania i postawy	Zajęcia	Adam Pluciński	11-08-2026	10:45	12:15	01:30
11 z 49 -	Przerwa	-	11-08-2026	12:15	12:45	00:30
12 z 49 Usługa: Dzień 2. Podstawy i przekonania oraz zarządzanie procesem sprzedaży. Przekonania i postawy	Zajęcia	Adam Pluciński	11-08-2026	12:45	14:15	01:30
13 z 49 -	Przerwa	-	11-08-2026	14:15	14:30	00:15
14 z 49 Usługa: Dzień 2. Podstawy i przekonania oraz zarządzanie procesem sprzedaży. Przekonania i postawy	Zajęcia	Adam Pluciński	11-08-2026	14:30	16:00	01:30
15 z 49 Usługa: Dzień 3. Budowanie pozytywnych doświadczeń z Klientem	Zajęcia	Adam Pluciński	12-08-2026	09:00	10:30	01:30
16 z 49 -	Przerwa	-	12-08-2026	10:30	10:45	00:15
17 z 49 Usługa: Dzień 3. Budowanie pozytywnych doświadczeń z Klientem	Zajęcia	Adam Pluciński	12-08-2026	10:45	12:15	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 49 -	Przerwa	-	12-08-2026	12:15	12:45	00:30
19 z 49 Usługa: Dzień 3. Budowanie pozytywnych doświadczeń z Klientem	Zajęcia	Adam Pluciński	12-08-2026	12:45	14:15	01:30
20 z 49 -	Przerwa	-	12-08-2026	14:15	14:30	00:15
21 z 49 Usługa: Dzień 3. Budowanie pozytywnych doświadczeń z Klientem	Zajęcia	Adam Pluciński	12-08-2026	14:30	16:00	01:30
22 z 49 Usługa: Dzień 4. Słuchanie i budowanie wartości rozwiązań	Zajęcia	Adam Pluciński	13-08-2026	09:00	10:30	01:30
23 z 49 -	Przerwa	-	13-08-2026	10:30	10:45	00:15
24 z 49 Usługa: Dzień 4. Słuchanie i budowanie wartości rozwiązań	Zajęcia	Adam Pluciński	13-08-2026	10:45	12:15	01:30
25 z 49 -	Przerwa	-	13-08-2026	12:15	12:45	00:30
26 z 49 Usługa: Dzień 4. Słuchanie i budowanie wartości rozwiązań	Zajęcia	Adam Pluciński	13-08-2026	12:45	14:15	01:30
27 z 49 -	Przerwa	-	13-08-2026	14:15	14:30	00:15
28 z 49 Usługa: Dzień 4. Słuchanie i budowanie wartości rozwiązań	Zajęcia	Adam Pluciński	13-08-2026	14:30	16:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 49 Usługa: Dzień 5. Praca z obiekcji Klienta i domykanie sprzedaży	Zajęcia	Adam Pluciński	14-08-2026	09:00	10:30	01:30
30 z 49 -	Przerwa	-	14-08-2026	10:30	10:45	00:15
31 z 49 Usługa: Dzień 5. Praca z obiekcji Klienta i domykanie sprzedaży	Zajęcia	Adam Pluciński	14-08-2026	10:45	12:15	01:30
32 z 49 -	Przerwa	-	14-08-2026	12:15	12:45	00:30
33 z 49 Usługa: Dzień 5. Praca z obiekcji Klienta i domykanie sprzedaży	Zajęcia	Adam Pluciński	14-08-2026	12:45	14:15	01:30
34 z 49 -	Przerwa	-	14-08-2026	14:15	14:30	00:15
35 z 49 Usługa: Dzień 5. Praca z obiekcji Klienta i domykanie sprzedaży	Zajęcia	Adam Pluciński	14-08-2026	14:30	16:00	01:30
36 z 49 Usługa: Dzień 6. Współpraca wewnątrzfirm owa	Zajęcia	Adam Pluciński	17-08-2026	09:00	10:30	01:30
37 z 49 -	Przerwa	-	17-08-2026	10:30	10:45	00:15
38 z 49 Usługa: Dzień 6. Współpraca wewnątrzfirm owa	Zajęcia	Adam Pluciński	17-08-2026	10:45	12:15	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
39 z 49 -	Przerwa	-	17-08-2026	12:15	12:45	00:30
40 z 49 Usługa: Dzień 6. Współpraca wewnątrzfirmowa	Zajęcia	Adam Pluciński	17-08-2026	12:45	14:15	01:30
41 z 49 -	Przerwa	-	17-08-2026	14:15	14:30	00:15
42 z 49 Usługa: Dzień 6. Współpraca wewnątrzfirmowa	Zajęcia	Adam Pluciński	17-08-2026	14:30	16:00	01:30
43 z 49 -	Walidacja	-	18-08-2026	09:00	10:30	01:30
44 z 49 -	Przerwa	-	18-08-2026	10:30	10:45	00:15
45 z 49 -	Walidacja	-	18-08-2026	10:45	12:15	01:30
46 z 49 -	Przerwa	-	18-08-2026	12:15	12:45	00:30
47 z 49 -	Walidacja	-	18-08-2026	12:45	14:15	01:30
48 z 49 -	Przerwa	-	18-08-2026	14:15	14:30	00:15
49 z 49 -	Walidacja	-	18-08-2026	14:30	16:00	01:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	49:00
w tym suma godzin zajęć	36:00
w tym suma godzin walidacji	06:00
w tym suma przerw	07:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	56:00

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeżeli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 779,46 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 698,75 PLN
Koszt osobogodziny brutto	117,95 PLN
Koszt osobogodziny netto	95,89 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	49:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Adam Pluciński

Adam Pluciński od 16 lat realizuje usługi rozwojowe. W latach 2010-2014 realizował politykę szkoleniową dla jednej z największych firm Call i Contact Center w Polsce, pełniąc funkcję Kierownika Działu Szkoleń i Jakości. Kierował pracą ponad 60 osobowego zespołu, budując struktury działu od podstaw. Od 2011 jest właścicielem firmy szkoleniowo- doradczej Circinus Training Center, która tworzy rozwiązania i programy dedykowane, uwzględniając specyfikę branży i organizacji. Pracuje z zespołami w formie coachingowo-doradczej, w zakresie rozwoju zasobów ludzkich w organizacji i rozwoju sprzedaży. Realizował wiele projektów w zakresie opracowania i wdrażania ścieżek kariery dla pracowników, wdrażania systemów motywacyjnych oraz tworzenia systemu ocen pracowniczych. Odpowiada za tworzenie procesów oraz standardów jakościowych. Był odpowiedzialny za modelowanie procedur w celu rozwoju sprzedaży oraz jakości obsługi

Klienta. Specjalizuje się w analizie procesów i wdrażaniu usprawnień, za pomocą których zwiększał efektywność kampanii sprzedażowych i utrzymaniowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe zostaną dostarczone mailowo, forma cyfrowa. Na szkoleniu uczestnik otrzyma: notes, długopis. Materiały do ćwiczeń dostarcza prowadzący.

Informacje dodatkowe

W związku z trwającą recertyfikacją SUS 2.0 / SUS 3.0 podane terminy stanowią najpóźniejsze możliwe terminy do wskazania technicznie w karcie, natomiast rzeczywiste terminy realizacji usług przypadają na okres sierpień–październik 2026 r., a karta zostanie zaktualizowana po odblokowaniu możliwości jej tworzenia.

Czas trwania szkolenia:

1 dzień - 8h dydaktycznych - 8 * 45 minut + przerwy

Przerwa kawowa: 2 x 15 minut

Przerwa obiadowa: 30 minut

Szkolenia zakładają 3h dydaktyczne teorii oraz 5h dydaktycznych zajęć praktycznych.

Potwierdzenie obecności uczestników:

- forma stacjonarna - podpisanie listy obecności

Obowiązek uczestnictwa w **minimum 80% zajęć**.

Kiedy dofinansowanie usługi wyniesie 70% lub więcej, usługa zostanie zwolniona z VAT na podstawie: § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień na podstawie art. 82 ust 3 ustawy z dnia 11 marca 2004. o podatku od towarów i

Adres

ul. Przejazdowa 13/3

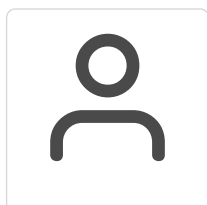
51-167 Wrocław

woj. dolnośląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Aneta Olech

E-mail aneta.olech@circinus.pl

Telefon (+48) 534 510 550