

ZGŁOSZENIE UDZIAŁU W SZKOLENIU W RAMACH AKADEMII HANDLU I ZARZĄDZANIA PIGMIUR

FIRMA	NAZWA FIRMY		
OSOBA KONTAKTOWA	IMIĘ I NAZWISKO	ADRES MAIL	TELEFON

Oświadczam, że zapoznaliśmy się z regulaminem projektu szkoleniowego
Akademia Handlu i Zarządzania PIGMIUR

.....
Podpis i data

PROSZĘ WYBRAĆ MIEJSCE SZKOLENIA	
SIEDZIBA FIRMY (jeśli tak proszę podać adres):	
ADRES SIEDZIBY:	
SIEDZIBA PIGMIUR	
INNA LOKALIZACJA (jeśli tak proszę wskazać adres):	
ADRES INNEJ LOKALIZACJI:	
ODBIORCY SZKOLENIA (np. pracownicy działu handlowego, serwisu itp.):	
SZACOWANA WIELKOŚĆ GRUPY	

PREFEROWANY TERMIN PRZEPROWADZENIA SZKOLENIA.....

Zgłoszenie proszę wysłać na adres h.seliwiak@pigmiur.pl

Po potwierdzeniu przyjęcia zgłoszenia prosimy o kontakt ze wskazanym trenerem w celu omówienia
szczegółowego programu szkolenia.

W poniższej tabeli proszę zaznaczyć zamawiane szkolenie (zaznaczyć znak „x”)

Akademia Handlu	
1. Grupowy trening kompetencji handlowych - poziom podstawowy (2 dni)	
2. Grupowy trening kompetencji handlowych - poziom zaawansowany (2 dni)	
3. Modelowanie procesu sprzedaży z rolnikiem	
4. Zwiększenie efektywności wizyty handlowej w gospodarstwie	
5. Segmentacja Klientów z wykorzystaniem narzędzi CRM	
6. Zwiększanie sprzedaży przez dział serwisowy	
7. Indywidualny coaching handlowców „on the job” (uzupełnienie szkolenia 1 - 2 – zasady finansowania wg zapisów w regulaminie)	
Akademia Zarządzania	
1. Grupowy trening kompetencji menedżerskich - poziom podstawowy (2 dni)	
2. Grupowy trening kompetencji menedżerskich - poziom zaawansowany (2 dni)	
3. Zarządzanie sprzedażą dla managerów agro	
4. Prezentacja produktowa na targach i wydarzeniach agro	
5. Savoir-vivre biznesowy dla menagerów /handlowców/ pracowników działu obsługi klienta	
6. Indywidualny coaching szefowski „on the job” (uzupełnienie szkolenia 1 -2 – zasady finansowania wg zapisów w regulaminie)	

Poniżej znajduje się krótki opis i tematyka każdego ze szkoleń.

AKADEMIA HANDLU

Tematyka szkoleń z zakresu handlu.

1. Grupowy trening kompetencji handlowych - poziom podstawowy (2 dni):

Szkolenie zawiera m.in. następujące elementy:

- a. Proces i techniki skutecznej sprzedaży,
- b. Aktywne słuchanie,
- c. Typologia klienta,
- d. Profesjonalna obsługa klienta i telemarketing,
- e. Merchandising,
- f. Zarządzanie czasem.

2. Grupowy trening kompetencji handlowych - poziom zaawansowany (2 dni):

Szkolenie zawiera m.in. następujące elementy:

- a. Różne modele negocjacji,
- b. Taktyki, gry i style negocjacyjne,
- c. Asertywność,
- d. Reguły wywierania wpływu społecznego w negocjacjach,
- e. BATNA,
- f. Radzenie sobie ze stresem.

3. Modelowanie procesu sprzedaży z rolnikiem

Proces szkolenia uczestnicy dowiedzą się jak modelować proces sprzedaży w oparciu o 8 kroków sprzedażowych (Model 8z), z którymi spotykają się handlowcy pracując z klientem w branży ago. Dzięki temu będą przygotowani do świadomego zarządzania własną sprzedażą u wymagającego klienta – rolnika.

- a. Z1 to przygotowanie do spotkania, w którym należy zwrócić uwagę na cele jakie stawiamy sobie jadąc do klienta: co chcemy osiągnąć na poziomie jednostkowego spotkania – cel operacyjny, oraz co chcemy osiągnąć strategicznie w perspektywie długofalowej.
- b. Z2 właściwe zainicjowanie kontaktu z klientem, podczas którego liczy się nasze podejście do klienta, który jest klientem wrażliwym i wymagającym
- c. Z3 to badanie potrzeb, do którego często nie dochodzi ze względu na fakt, że handlowcy zakładają, że najważniejsze jest zaprezentowanie własnej oferty.
- d. Z4 zaprezentowanie klientowi produktu/usługi językiem korzyści
- e. Z5 zaangażowanie klienta w proces sprzedażowy z wykorzystaniem potencjału osobowości oraz wiedzy na temat typów klientów.
- f. Z6 zbijanie ewentualnych obiekcji i zamknięcie sprzedaży.
- g. Z7 dosprzedaż produktów lub usług.
- h. Z8 zadbanie o relacje z rolnikiem długofalowo. Cały proces modelowania ma na celu zwiększenie efektywności działań handlowych z racji rutyny często wdającej się w proces sprzedażowy. Z8 ma pozwolić handlowcowi zwiększyć efektywność własnych działań, szczególnie, że pozwala to na wykonanie działań w oparciu o segmentację klientów

4. Zwiększenie efektywności wizyty handlowej w gospodarstwie

Szkolenie prowadzone jest metodami warsztatowymi, gdzie uczestnicy pod okiem trenera przepracowują wszystkie istotne elementy, które mogą wpłynąć na zwiększenie efektywności wizyty handlowej. Omawiane są następujące m.in. takie elementy jak:

- a. przygotowanie do spotkania.,
- b. radzenie sobie z niechęcią rolnika do prowadzenia spotkania,
- c. warsztat handlowca: mowa ciała, język jakiego używa, wiedza merytorycznej na temat produktów lub usług oferowanych rolnikowi.

5. Segmentacja Klientów z wykorzystaniem narzędzi CRM

Podczas szkolenia uczestnicy uzyskują praktyczną wiedzę na temat:

- a. cyklu życia klienta,
- b. pozyskiwania klienta,
- c. kształtowania i wzmacniania relacji z klientem by zapobiec jego odejściu,
- d. zrozumienia klientów i ich zachowań zarówno poprzez analizy (data mining) danych gromadzonych w firmowych repozytoriach,
- e. oceny szansy i ryzyka wiążącego się z relacją z klientami, gdzie z jednej strony mamy szansę do sprzedaży produktu, a z drugiej ryzyko niewywiązania się przez klientów z podjętych zobowiązań,
- f. określania działania, jakie należy podjąć w stosunku do określonych grup klientów.

6. Zwiększanie sprzedaży przez dział serwisowy

Podczas szkolenia uczestnicy dowiedzą się:

- a. dlaczego obsługa klienta jest taka ważna
- b. co składa się profesjonalizm w obsłudze klienta i dlaczego warto stosować się do zasad etykiety biznesowej
- c. dlaczego klienci nie lubią kontaktować się z biurami obsługi
- d. dlaczego klienci wybierają kanały samoobsługowe
- e. jakie zmiany można wprowadzić w firmie od ręki, by ulepszyć obsługę klienta
- f. jak prowadzić rozmowy powitalne i jak kończyć rozmowę z klientem
- g. jak skutecznie pracować ze skrytem rozmowy
- h. jak zbierać informacje o kliencie
- i. jak badać potrzeby w procesie reklamacyjnym
- j. jak proponować produkty/usługi uzupełniające
- k. jakie zasady obowiązują w obsłudze klienta przez Internet (rozpoczynanie i kończenie wiadomości, stopka i podpis w mailu, wezwanie do działania, autoresponder, czas odpowiedzi na e-mail, wysyłanie załączników, itp.
- l. Jak prowadzić stronę FAQ

AKADEMIA ZARZĄDZANIA

1. Grupowy trening kompetencji menedżerskich - poziom podstawowy (2 dni):

Szkolenie zawiera m.in. następujące elementy:

- a. Expose szefa,
- b. Aktywne słuchanie, udzielanie informacji zwrotnej – model FOU,
- c. Motywowanie pracowników (nagradzanie, karanie, zwalnianie),
- d. Skuteczne rekrutowanie,
- e. Zarządzanie przez cele – targety, czyli SMART w praktyce,
- f. Diagnoza stylu kierowania,
- g. Prezentacje i wystąpienia publiczne,
- h. Zarządzanie jakością i innowacyjnością.

2. Grupowy trening kompetencji menedżerskich - poziom zaawansowany (2 dni):

Szkolenie zawiera m.in. następujące elementy:

- a. Proces grupowy i budowanie zespołu,
- b. Delegowanie zadań, uprawnień i odpowiedzialność podwładnym,
- c. Negocjacje i asertywność szefa,
- d. Rozwój – coaching podwładnych,
- e. Radzenie sobie ze stresem i wypaleniem zawodowym podwładnych,
- f. Zarządzanie zmianą i konfliktem,
- g. System ocen okresowych,
- h. Analiza strategiczna i/lub finansowa firmy.

3. Zarządzanie sprzedażą dla managerów agro

Uczestnicy tego szkolenia dowiedzą się m.in:

- a. jak efektywnie zarządzać zespołem sprzedawców,
- b. jak budować przewagę marketingową i sprzedażową na rynku agro,
- c. jak aktywnie pozyskiwać i obsługiwać klientów,
- d. jak wyznaczać cele sprzedażowe i systematycznie prowadzić kontrolę wyników,
- e. jak radzić sobie z niekorzystnym nastawieniem zespołu, budować pozytywne przekonania i motywować zespół do podejmowania intensywnych działań posprzedażowych,
- f. jak korzystać z nowoczesnych narzędzi marketingowych i sprzedażowych w celu podnoszenia wyników,
- g. jak aktywnie budować markę i konsekwentnie utrzymywać jej wartość na rynku,
- h. jak skutecznie prowadzić rozmowy sprzedażowe i posprzedażowe, radzić sobie z obiekcjami klientów,
- i. jak zarządzać relacją z klientem.

4. Prezentacja produktowa na targach i wydarzeniach agro

W programie szkolenia znajdują się takie zagadnienia jak:

- a. jaka jest rola prezentera podczas wystąpień przed publicznością,

- b. jakie znaczenie ma miejsce prowadzenia prezentacji (znane a nowe - blaski i cienie),
- c. jaki wpływ ma nastawienie prezentera na odbiór słuchaczy,
- d. jak kształtować wizerunek prezentera (dostosowanie ubioru do osobowości i okoliczności wystąpienia; styl prowadzenia wystąpienia a żywiołowość prezentera),
- e. czym charakteryzuje się "język" skutecznej prezentacji (staranny dobór słów, naturalny styl wypowiedzi, używanie strony czynnej, aktywne słuchanie, dialog ze słuchaczami; podsumowania; parafraza; cisza - jej znaczenie i sposób oddziaływania na słuchaczy; bariery, które zakłócają porozumiewanie się i sposoby ich przewycięzania),
- f. jak stać się lepszym mówcą? Zasady wymowy, dykcji i operowania głosem,
- g. jak radzić sobie ze stresem i niepożądaną tremą,
- h. jak panować nad gestami i przestrzenią,
- i. jak określić cel prezentacji i przygotować się do wystąpienia,
- j. jak korzystać z materiałów i urządzeń pomocniczych (prezentacja multimedialna, komputer, rzutnik, etc),
- k. jakie techniki służą aktywizowaniu słuchaczy,
- l. jakie sposoby sprzyjają rozwiązywaniu "trudnych" sytuacji.

5. **Savoir-vivre biznesowy dla menagerów /handlowców/ pracowników działu obsługi klienta**

Podczas tego szkolenia uczestnicy dowiedzą się:

- a. jakie zasady etykiety biznesowej obowiązują w środowisku biznesowym na co dzień
- b. jak umiejętnie wykorzystać wiedzę na temat zasad budowania i umacniania własnego wizerunku
- c. czym są zasady precedencji w biznesie (komu pierwszemu podać rękę, kogo pierwszego powitać, jak rozsadzać gości, itd.)
- d. jaki ubiór obowiązuje współczesnego biznesmena, menedżera, handlowca, czy pracownika obsługi klienta.
- e. jak budować lepsze relacje z innymi ludźmi, oparte na właściwej komunikacji i szacunku
- f. jak zachować swobodę w kontaktach towarzyskich i biznesowych, wykorzystując m.in. small talk.
- g. jak powinni zachować się na przyjęciu, w restauracji czy kolacji biznesowej.
- h. jak umiejętnie korzystać ze sztuki wizytówkowej komunikacji
- i. jak zrobić dobre wrażenie podczas rozmowy telefonicznej
- j. jakie zasady etykiety obowiązują w komunikacji elektronicznej.