

REGULAMIN PROJEKTU SZKOLENIOWEGO AKADEMIA HANDLU I ZARZĄDZANIA PIGMIUR

§ 1. Regulamin określa zasady uczestnictwa w szkoleniach w ramach projektu Akademia Handlu i Zarządzania PIGMiUR.

§2. Akademia Handlu i Zarządzania PIGMiUR jest projektem szkoleniowym organizowanym przez Polską Izbę Gospodarczą Maszyn i Urządzeń Rolniczych.

§3. Partnerem projektu jest firma szkoleniowa UMRK-USE (YOUR) MIND Rafał Komór oraz firma szkoleniowa GROW SZKOLENIA COACHING DORADZTWO HR PAWEŁ MUZYCZYSZYN

§ 4. Celem projektu jest wyposażenie uczestników w praktyczną wiedzę i umiejętności pozwalające na samodzielną pracę w zakupach i sprzedaży oraz zarządzanie zespołami handlowymi – ich zaplanowanie, rekrutowanie, adaptacje, rozwój i ocenę działania oraz ew. analizę strategiczną firmy.

§ 5. Projekt kierowany jest do firm będących członkami Polskiej Izby Gospodarczej Maszyn i Urządzeń Rolniczych.

§ 6. Adresatami szkoleń w ramach projektu mogą być pracownicy firmy należącej do Izby oraz pracownicy firm, które wchodzi w skład sieci sprzedaży firm członkowskich (dealerzy), w szczególności:

- przedstawiciele handlowi działający stacjonarnie lub w terenie,
- pracownicy działów zaopatrzenia,
- kierownicy odpowiedzialni za zespoły handlowe,
- kadra zarządzająca średniego i wyższego szczebla,

§ 7. W ramach Akademii organizowane są szkolenia grupowe w formule zamkniętej tj. dla handlowców lub menedżerów z jednej firmy. Szkolenia mogą mieć charakter warsztatów grupowych (6-14 osób na każdym warsztacie grupowym)

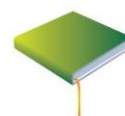
§ 8. W ramach projektu realizowane są szkolenia na dwóch płaszczyznach:

- Akademia Handlu: skierowana głównie dla pracowników działów handlowych i pracowników serwisu
- Akademia Zarządzania: skierowana do kadry zarządzającej średniego i wyższego szczebla.

§ 9. Zajęcia szkoleniowe realizowane są m.in. poprzez:

- pracę w małych grupach: odgrywanie ról, symulację (nagrywanie na kamerze z analizą), analizę przypadków (case study),
- testy i kwestionariusze i inne interaktywne treningi umiejętności,
- wykłady multimedialne,
- metody doskonalenia kompetencji indywidualnych w coachingu „on the job”.

§ 10. Szkolenia prowadzone będą wg zaproponowanej tematyki (§ 15) w ramach Akademii



Handlu lub Akademii Zarządzania lub wg indywidualnych programów po wcześniejszej diagnozie potrzeb szkoleniowych.

§ 11. Miejscem przeprowadzenia szkolenia może być:

- teren własny firmy,
- dowolne miejsce wskazanym przez firmę (z możliwością noclegów),
- siedziba PIGMiUR w Toruniu.

§ 12. Koszty organizacji i przeprowadzenia szkolenia pokrywane są w następujący sposób:

- Polska Izba Gospodarcza Maszyn i Urzędzeń Rolniczych pokrywa koszty wynagrodzenia trenera (w tym dojazd i nocleg wg ustalonych stawek) za trening grupowy.
- firma zamawiająca szkolenie pokrywa:
 - koszty coachingu „on the job” (jest to integralna część szkolenia, ale jest traktowana jako dodatek i może być zmówiona opcjonalnie tylko dla szkoleń prowadzonych przez firmę UMRK-USE (YOUR) MIND Rafał Komór (szkolenie 1-2 w formularzu zgłoszenia). Koszt: 500 zł netto (+VAT) / 1 indywidualny dzień szkoleniowy,
 - koszty wynajęcia sali konferencyjnej, przerw kawowych i obiadów dla uczestników.

§ 13. Koszty szkoleń grupowych, które dotyczą wynagrodzenia trenera nie mogą być przenoszone przez firmy zamawiające szkolnie (w części lub całości) na uczestników szkolenia, czyli pracowników własnych lub pracowników lub firmy, które wchodzi w skład sieci sprzedaży firmy zamawiającej szkolenie.

§ 14. W przypadku nie spełnienia warunku zawartego w § 13 Polska Izba Gospodarcza Maszyn i Urzędzeń Rolniczych będzie miała prawo obciążyć kosztem szkolenia firmę, która je zamawia.

§ 15. Firma zamawiająca szkolnie zobowiązana jest przesłać na adres h.seliwiak@pigmiur.pl lub biuro@pigmiur.pl wypełnione zgłoszenie udziału w szkoleniu z podaniem daty szkolenia najpóźniej na 14 dni przed zaplanowaną datą. W przypadku rezygnacji ze szkolenia na mniej niż 7 dni roboczych przed zaplanowaną datą, Polska Izba Gospodarcza Maszyn i Urzędzeń Rolniczych ma prawo obciążyć kosztem szkolenia firmę, która je zamawiała.

§ 16. Warunkiem wzięcia udziału w szkoleniu jest przesłanie na adres h.seliwiak@pigmiur.pl lub biuro@pigmiur.pl wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego (załącznik do regulaminu).

§ 17. Przykładowa tematyka szkoleń zawarta jest w formularzu zgłoszeniowym (załącznik do regulaminu):

§ 18. Każde szkolnie kończy się przekazaniem materiałów szkoleniowe oraz certyfikatem ukończenia szkolenia.

§ 19. We wszelkich sprawach nieuregulowanych Regulaminem oraz jego interpretacji decyduje Polska Izba Gospodarcza Maszyn i Urzędzeń Rolniczych.



Załącznik do regulaminu

**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:	

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. Z 7 dosprzedaż produktów lub usług.
- h. Z 8 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. Z 8 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

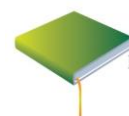
Podczas szkolenia uczestnicy uzyskają praktyczną wiedzę na temat:

- a. cyklu życia klienta,
- b. pozyskiwania klienta,
- c. kształtowania i wzmocnienia 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 skrypcem 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 F.U.O.,
- 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

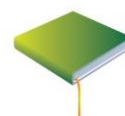
Uczestnicy tego szkolenia dowiedzą się m.in.:

- 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 przewyższania),
- f. jak stać się lepszym mówcą? Zasady wymowy, dykcji i operowania głosem,
- g. jak radzić sobie ze stresem i niepożądaną treścią,
- 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.

