



RAZEM DO CELU

KIERUNEK: ROZWÓJ

Business partners.

PROPOZYCJA SZKOLEŃ HANDLOWYCH

DLA PARTNER TELE.COM

Szanowni Państwo,

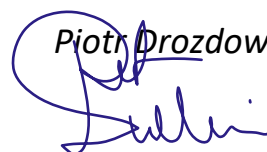
Poniżej znajduje się propozycja rozwiązań rozwojowych z zakresu kompetencji sprzedażowych, dedykowanych dla pracowników działu handlowego.

Kliknięcie na hiperłącza ze spisu treści spowoduje przeniesienie do programów rekomendowanych szkoleń i innych szczegółów propozycji. Kliknięcie logotypu na górze strony spowoduje powrót do spisu treści.

Spis Treści:

- I. [Różnica, którą dajemy w porównaniu z innymi dostawcami](#)
- II. [Doświadczenie w realizacji podobnych projektów](#)
- III. 3-dniowe szkolenie Vademecum handlowca
 - a. [Strona pierwsza programu](#)
 - b. [Strona druga programu](#)
 - c. [Strona trzecia programu](#)
- IV. 4-dniowe szkolenie Psychologia sprzedaży
 - a. [Strona pierwsza programu](#)
 - b. [Strona druga programu](#)
 - c. [Strona trzecia programu](#)
- V. [Follow up supewizja on the job](#)
- VI. Rekomendowani trenerzy
 - a. [Piotr Drozdowski](#)
 - b. [Konrad Schroeder](#)
 - c. [Joanna Sajko](#)
- VII. [Success Fee](#)
- VIII. [Inwestycja – ceny i rabaty](#)
- IX. [Kontakt](#)

Z poważaniem

Piotr Drozdowski


RÓŻNICA, którą oferujemy:



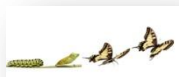
SUCCESS FEE

Wynagrodzenie za nasze usługi szkoleniowe proponujemy w opcji **SUCCESS FEE** – czyli uzależniamy je od oceny uczestników. W przypadku niskich ocen, klient nie tylko nie płaci za szkolenie, ale także zwracamy jego koszt organizacyjne. Do pierwszego szkolenia wersję **Basic Security** opcji *Success Fee* proponujemy *gratis*.



BEZPŁATNY SAMPLING

Aby dać Państwu możliwość poznania naszych rozwiązań od strony praktycznej, proponujemy **BEZPŁATNIE** trwającą do 2 godzin próbkę wybranego szkolenia.



FOLLOW UP W POSTACI **SUPERWIZJI ON THE JOB**

Każdy z uczestników będzie miał możliwość zaprosić doświadczonego trenera z naszej firmy jako superwizora podczas prowadzonych przez siebie szkoleń i rozmów handlowych (zarówno przy biurku, podczas rozmów telefonicznych jak i w terenie, podczas spotkania twarzą w twarz). Jedno jednodniowe spotkanie superwizyjne dla wybranego uczestnika proponujemy **bezpłatnie**. Pozostali uczestnicy będą mogli skorzystać z **50% rabatu** na to rozwiązanie.



PANEL KLIENTA NA STRONIE WWW

Otrzymujecie Państwo od nas **BEZPŁATNIE** przestrzeń dyskową w naszym PANELU KLIENTA, w którym znajdować się będą wszystkie dokumenty, ankiety i inne dane powstałe w trakcie współpracy. Do Panelu Klienta można się dostać wyłącznie poprzez udostępniony w mailu link. W celu przetestowania rozwiązania, proszę wejść w poniższy link, a następnie kliknąć na przycisk z nazwą swojej firmy: **PANEL KLIENTA PARTNER TELE.COM**



RABAT 50% NA CZWARTY DZIEŃ

Aby zachęcić Państwa do wyboru bardziej wyczerpującego, 4-dniowego wariantu szkolenia, proponujemy za 4 dzień rabat w wysokości 50% jego wartości.

Doświadczenie w ramach realizacji szkoleń handlowych

Szkolenia z zakresu podnoszenia kompetencji handlowych trenerzy dedykowani do projektu realizowali między innymi dla następujących klientów:



W łącznym wymiarze 87 dniu szkoleniowych, rozwijając kompetencje około 600 osób.



Vademecum handlowca – 3 dni

Szkielet szkolenia powstał przy współpracy z najlepszymi aktywnymi sprzedawcami, przedstawicielami handlowymi i doradcami klienta z 5 branż (IT, finansowej, konsultingowej, rekrutacyjnej i medycznej). Stanowi zbiór najskuteczniejszych dostępnych na rynku technik pozyskiwania klienta i zamykania sprzedaży, skonfrontowanych z teorią skutecznej komunikacji i wywierania wpływu społecznego.

Pierwszego dnia uczestnicy nauczą się rozpoznawać różne typy klientów i dopasowywać do nich sposób komunikacji i perswazji handlowej. Poznają także język korzyści odpowiedni do każdego typu.

Drugiego dnia uczestnicy przejdą przez cały proces sprzedaży, od wykonania pierwszego telefonu, po domknięcie kontraktu, poznając odpowiednie techniki wspierające ich na każdym z etapów.

Trzeciego dnia uczestnicy nauczą się i przećwiczą w praktyce przekazywanie wiedzy handlowej zarówno na spotkaniach prowadzonych dla klientów, jak również na szkoleniach dla współpracowników.

Program szkolenia

Dzień 1

- 🎧 Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
- 🎧 Różnice indywidualne jako klucz do zrozumienia potrzeb i stylów komunikacyjnych klientów. Uczestnicy poznają trzy główne przyczyny różnic interpersonalnych oraz skutki ich występowania w życiu codziennym i pracy handlowca.
- 🎧 Geneza różnic indywidualnych, wprowadzenie typologii klientów bazującej na psychologicznym modelu biznesowym Insights Discovery™. Uczestnicy wypełniają test, na podstawie którego poznają lepiej własne predyspozycje i obszary rozwoju w zakresie komunikacyjnym i motywacyjnym, w odniesieniu do innych ludzi.
- 🎧 Style komunikacyjne każdego z czterech typów, sposoby docierania i przekonywania każdego typu, ze szczególnym akcentem na zrozumienie i dopasowanie się do stylu antagonistycznego.
- 🎧 Język korzyści – przypomnienie teorii języka korzyści, dopasowanie korzyści z realnych produktów/usług, których sprzedażą zajmują się uczestnicy szkolenia, do różnych typów klientów.
- 🎧 Przygotowanie prezentacji handlowej dla typu antagonistycznego, z wykorzystaniem wiedzy dotyczącej różnic indywidualnych i dopasowanego do nich języka korzyści.
- 🎧 Omówienie prezentacji, feedback dla uczestników
- 🎧 Podsumowanie pierwszego dnia.

Dzień 2

- Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
- Otwieranie sprzedaży – od rozmowy telefonicznej do podpisania kontraktu. Rodzaje i efektywność pytań otwierających proces sprzedaży. Omówienie i przećwiczenie znanych sposobów otwierania i zamykania sprzedaży.
- Teoria i praktyka komunikacji perswazyjnej: słowa których należy używać świadomie w celu zbudowania i podtrzymania zainteresowania klienta oraz otwierania i zamykania sprzedaży.
- *Value proposition* – wykorzystywanie języka perswazji w celu konstruowania oferty handlowej. Uczestnicy w zespołach nurtują przykładowe *value propositions*, z których będą mogli korzystać na etapie pozyskiwania kolejnych klientów.
- Budowanie przewagi konkurencyjnej – w jaki sposób rozmawiać z klientem, aby zostać zapamiętanym. Techniki powodujące bycie „figurą” na tle.
- Pytania otwarte i zamknięte w procesie budowania zainteresowania i badania potrzeb klientów. Przykłady prowadzenia rozmów handlowych nastawionych na zadawanie pytań lub suche przekazanie wiedzy reklamującej produkt.
- Psychologia tzw. wyboru pozornego: wykorzystywanie alternatywy, kontrastu i prowokacji. Uczestnicy poznają model perswazji werbalnej bazującej na modelu pozornego wyboru, następnie konstruują pytania mogące im w przyszłości pomóc w ukierunkowywaniu uwagi klienta i domykaniu rozmów handlowych.
- Zasady wywierania wpływu społecznego, teoria prof. R. Cialdiniego w praktyce handlowej.
- Techniki perswazji bazujące na zasadach Cialdiniego: jak i kiedy z nich korzystać, silne i słabsze strony sprzedaży opartej na perswazji psychologicznej. Studium przypadku obrazujące wykorzystanie poszczególnych technik.
- Podstawy negocjacji handlowych – na co się godzić, kiedy grać na zwłokę, kiedy kategorycznie odmówić i jak to uczynić, by nie stracić zaufania klienta.
- Podsumowanie drugiego dnia.

Dzień 3

- Przypomnienie wiedzy z dnia pierwszego i drugiego.
- Budowanie wizerunku handlowca i firmy podczas prezentacji handlowej. *Savoir vivre* oraz elementy budujące prestiż i wzbudzające sympatię klienta.
- Prowadzenie spotkań i prezentacji dla klientów i współpracowników. Budowanie i podtrzymywanie zainteresowania słuchaczy.
- Konstruowanie profesjonalnej prezentacji biznesowej – poznanie i przećwiczenie schematu.
- Autoprezentacja trenera – sposoby budowania autorytetu i wzbudzania sympatii. Konstruowanie własnych notek autoprezentacyjnych.
- Praca nad przekazem werbalnym – 5 sposobów budowania zainteresowania poprzez skuteczne operowanie głosem. Uczestnicy, korzystając ze wskazówek trenera, nagrywają swój głos na dyktafon, po czym otrzymują szczegółowy, konstruktywny *feedback* na temat ich sposobu mówienia.

- ☯ Komunikacja werbalna i niewerbalna, spójność wewnętrzna i zewnętrzna prezentera. Przećwiczenie gestów budujących wiarygodność, postawy, mimiki twarzy oraz kontaktu wzrokowego ze słuchaczami.
- ☯ Wystąpienia uczestników przed kamerą, przećwiczenie nowych umiejętności. Każdy z uczestników ma za zadanie powiedzieć na dwa sposoby kilka zdań, wykorzystując gesty, postawę, mimikę twarzy i cechy głosu do urozmaicenia i wzbogacenia przekazu. Do ćwiczenia wykorzystana jest profesjonalna kamera z jasną optyką, mikroporyt oraz teleprompter.
- ☯ Odtworzenie nagrań oraz szczegółowe informacje zwrotne dla uczestników.
- ☯ Podsumowanie szkolenia.





Psychologia sprzedaży – 4 dni

Szkolenie stanowi rozbudowaną wersję szkolenia Vademecum handlowca, wzbogaconą o zaczerpnięte z psychologii sportu, funkcjonujące od lat w biznesie, techniki zarządzania własnym zaangażowaniem. W porównaniu ze szkoleniem Vademecum handlowca, Psychologia sprzedaży posiada także bardziej rozbudowany moduł trenerski, skoncentrowany na umiejętnym przekazywaniu wiedzy handlowej oraz więcej elementów budujących wzajemne zaufanie i scalających grupę, których celem jest lepsza współpraca i silniejsza identyfikacja uczestników z zespołem.

Dzięki wykorzystaniu unikalnych technik planowania i zarządzania sobą, szkolenie zapada na długo w pamięć uczestników i zmienia na zawsze ich nastawienie do zmagania z wyzwaniami, jakie niesie praca w sprzedaży. Po jego zakończeniu każdy z uczestników ma zakotwiczoną jedną myśl przewodnią: nie ma rzeczy niemożliwych, jeśli wiemy jak korzystać z potencjału naszego ciała i umysłu.

Na zakończenie szkolenia, każdy z uczestników stanie w obliczu wyzwania, jakim jest złamanie prawdziwej, wykorzystywanej w sportach walki, deski. Łamanie deski jest metaforą przełamywania negatywnych przekonań, jest także ćwiczeniem dostarczającym uczestnikom ogromną dawkę euforii i pewności siebie. Wyzwanie to jest w 100% wykonalne dla każdej osoby, która w aktywny sposób, z otwartym umysłem, podejmie do udziału we wcześniejszych ćwiczeniach.

Program szkolenia

Dzień 1

- 🕒 Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
- 🕒 Strategie ludzi osiągających ponadprzeciętne rezultaty w swojej pracy – prezentacja badań Harvard University na temat wpływu nastawienia na efektywność.
- 🕒 „Syndrom trzmiela” – ukazanie na przykładach w jaki sposób nasze przekonania hamują nas przez podejmowaniem wyzwań lub zmianą utartych schematów działania, w konsekwencji utrudniając realizację targetów sprzedażowych.
- 🕒 Różnice indywidualne jako klucz do zrozumienia potrzeb i stylów komunikacyjnych klientów. Uczestnicy poznają trzy główne przyczyny różnic interpersonalnych oraz skutki ich występowania w życiu codziennym i pracy handlowca.
- 🕒 Geneza różnic indywidualnych, wprowadzenie typologii klientów bazującej na psychologicznym modelu biznesowym Insights Discovery™. Uczestnicy wypełniają test, na podstawie którego poznają lepiej własne predyspozycje i obszary rozwoju w zakresie komunikacyjnym i motywacyjnym, w odniesieniu do innych ludzi.
- 🕒 Style komunikacyjne każdego z czterech typów, sposoby docierania i przekonywania każdego typu, ze szczególnym akcentem na zrozumienie i dopasowanie się do stylu antagonistycznego.
- 🕒 Język korzyści – przypomnienie teorii języka korzyści, dopasowanie korzyści z realnych produktów/usług, których sprzedażą zajmują się uczestnicy szkolenia, do różnych typów klientów.

- 🕒 Przygotowanie prezentacji handlowej dla typu antagonistycznego, z wykorzystaniem wiedzy dotyczącej różnic indywidualnych i dopasowanego do nich języka korzyści.
- 🕒 Omówienie prezentacji, *feedback* dla uczestników
- 🕒 Podsumowanie pierwszego dnia.

Dzień 2

- 🕒 Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
- 🕒 Otwieranie sprzedaży – od rozmowy telefonicznej do podpisania kontraktu. Rodzaje i efektywność pytań otwierających proces sprzedaży. Omówienie i przećwiczenie znanych sposobów otwierania i zamykania sprzedaży.
- 🕒 Teoria i praktyka komunikacji perswazyjnej: słowa których należy używać świadomie w celu zbudowania i podtrzymania zainteresowania klienta oraz otwierania i zamykania sprzedaży.
- 🕒 *Value proposition* – wykorzystywanie języka perswazji w celu konstruowania oferty handlowej. Uczestnicy w zespołach nurtują przykładowe *value propositions*, z których będą mogli korzystać na etapie pozyskiwania kolejnych klientów.
- 🕒 Budowanie przewagi konkurencyjnej – w jaki sposób rozmawiać z klientem, aby zostać zapamiętanym. Techniki powodujące bycie „figurą” na tle.
- 🕒 Pytania otwarte i zamknięte w procesie budowania zainteresowania i badania potrzeb klientów. Przykłady prowadzenia rozmów handlowych nastawionych na zadawanie pytań lub suche przekazanie wiedzy reklamującej produkt.
- 🕒 Psychologia tzw. wyboru pozornego: wykorzystywanie alternatywy, kontrastu i prowokacji. Uczestnicy poznają model perswazji werbalnej bazującej na modelu pozornego wyboru, następnie konstruują pytania mogące im w przyszłości pomóc w ukierunkowywaniu uwagi klienta i domykaniu rozmów handlowych.
- 🕒 Zasady wywierania wpływu społecznego, teoria prof. R. Cialdiniego w praktyce handlowej.
- 🕒 Techniki perswazji bazujące na zasadach Cialdiniego: jak i kiedy z nich korzystać, silne i słabsze strony sprzedaży opartej na perswazji psychologicznej. Studium przypadku obrazujące wykorzystanie poszczególnych technik.
- 🕒 Podsumowanie drugiego dnia.

Dzień 3

- 🕒 Przypomnienie wiedzy z dnia pierwszego i drugiego.
- 🕒 Podstawy negocjacji handlowych – na co się godzić, kiedy grać na zwłokę, kiedy kategorycznie odmówić.
- 🕒 Aktywne słuchanie i szukanie WOZ (wspólnych obszarów zainteresowania) na drodze porozumienia. Domykanie negocjacji w sposób gwarantujący długotrwałe relacje z klientem.
- 🕒 Budowanie wizerunku handlowca – prowadzenie spotkań i prezentacji dla klientów i współpracowników.
- 🕒 Konstruowanie profesjonalnej prezentacji biznesowej – poznanie i przećwiczenie schematu.

- Wzbudzanie i podtrzymywanie zainteresowania słuchaczy – model 4MAT Bernice McCarthy.
- Cykl Kolba – konstruowanie ćwiczeń praktycznych, jako elementu najsilniej utrwalającego wiedzę słuchaczy.
- Autoprezentacja trenera – sposoby budowania autorytetu i wzbudzania sympatii. Konstruowanie własnych notek autoprezentacyjnych.
- Praca nad przekazem werbalnym – 5 sposobów budowania zainteresowania poprzez skuteczne operowanie głosem. Uczestnicy, korzystając ze wskazówek trenera, nagrywają swój głos na dyktafon, po czym otrzymują szczegółowy, konstruktywny *feedback* na temat ich sposobu mówienia.
- Komunikacja werbalna i niewerbalna, spójność wewnętrzna i zewnętrzna prezentera. Przećwiczenie gestów budujących wiarygodność, postawy, mimiki twarzy oraz kontaktu wzrokowego ze słuchaczami.
- Wystąpienia uczestników przed kamerą, przećwiczenie nowych umiejętności. Każdy z uczestników ma za zadanie powiedzieć na dwa sposoby kilka zdań, wykorzystując gesty, postawę, mimikę twarzy i cechy głosu do urozmaicenia i wzbogacenia przekazu. Do ćwiczenia wykorzystana jest profesjonalna kamera z jasną optyką, mikroporyt oraz teleprompter.
- Podsumowanie dnia trzeciego.

Dzień 4

- Przypomnienie wiedzy z pierwszych trzech dni.
- Prezentacje własne przed kamerą. Uczestnicy prezentują fragmenty przygotowanych dnia trzeciego szkoleń. Prezentacje nagrywane są na video, następnie odtwarzane i poddawane szczegółowej analizie, pod kątem technik nabytych podczas szkolenia. Każdy z uczestników otrzymuje szczegółowy *feedback* na temat swoich mocnych stron i obszarów rozwoju w zakresie efektywnego i interesującego przekazywania wiedzy.
- Wpływ emocji i nastawienia na naszą efektywność – jak radzić sobie z hamującymi emocjami. Coachingowe techniki REFRAMINGU i SNZ.
- Wizualizacyjne techniki radzenia sobie z hamującymi emocjami, zaczerpnięte z psychologii sportu.
- Wykorzystywanie własnej fizjologii w celu zmiany nastawienia.
- Przełamywanie hamujących przekonań na drodze do realizacji celu. Każdy z uczestników podchodzi do złamania deski, symbolizującej przeszkodę na drodze do celu. Do tego ćwiczenia wykorzystywane są prawdziwe deski do karate.
- Podsumowanie szkolenia, wręczenie certyfikatów ukończenia.

Follow up – superwizja *on the job*

W ramach superwizji *on the job*, każdy z uczestników projektu będzie mógł wykorzystać jednego z naszych trenerów jako superwizora podczas prowadzonych przez siebie rozmów handlowych i szkoleń, zarówno w biurze jak i w terenie. Podczas takiej sesji, trener superwizor ma za zadanie obserwować uczestnika w trakcie pracy, a także służyć radą w trakcie i *feedbackiem* na zakończenie.

Z tej opcji Klient może skorzystać w terminie do 60 dni od daty ostatniego przeprowadzonego szkolenia w ramach projektu.



TRENERZY:



Kliknij PLAY aby obejrzeć fragment prezentacji

Piotr Drozdowski

Założyciel i dyrektor zarządzający konsorcjum szkoleniowego Business Partners, trener biznesu, mówca motywacyjny.

Ponad 16 lat doświadczenia w projektowaniu i prowadzeniu szkoleń indywidualnych i grupowych. Trener trenerów, ekspert w dziedzinie edukacji dorosłych – prowadził szkolenia z teorii i praktyki efektywnego nauczania dla trenerów, nauczycieli oraz mentorów. Autor kilkudziesięciu szkoleń o tematyce sprzedażowej i HR.

Wykładowca na podyplomowych studiach Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie.

Współpracował z międzynarodowymi firmami doradczo-szkoleniowymi w zakresie przygotowywania i wdrażania projektów edukacyjnych dla wszystkich poziomów organizacji dla firm z branży IT, medycznej, produkcyjnej, finansowej, telekomunikacyjnej, FMCG, energetycznej a także jednostek budżetowych Skarbu Państwa.

Prowadził szkolenia dla pracowników takich firm, jak: Auchan Retail Polska, TVN, PGE Polska Grupa Energetyczna, Enea, Nokia Poland, Orlen Gaz, Ceramika Tubądzin, Bank BPH, Nordea Bank, Sanitec Koło, Grupa Pracuj, Fresenius Medical Care, EGB Investments i wielu innych.

Wykształcenie:

Mgr Psychologii Doradztwa Zawodowego i Organizacji na Uniwersytecie Łódzkim. Specjalizacje: Zarządzanie Zasobami Ludzkimi, Reklama i Marketing.

Przygotowanie specjalistyczne:

-  Absolwent Szkoły Trenerów Warsztatu Umiejętności Psychospołecznych akredytowanej przez Polskie Towarzystwo Psychologiczne
-  Master NLP
-  Terapeuta - Praktyk NLP
-  Akredytowany Konsultant Insights Discovery ®
-  Akredytowany Konsultant Belbin Team Role ®
-  Absolwent licznych szkoleń i kursów trenerskich w Polsce i Wielkiej Brytanii



Kliknij PLAY aby obejrzeć fragment prezentacji

Joanna Sajko-Stańczyk

Psycholog, certyfikowany coach (ACC ICF), trener, ekspert komunikacji międzypłciowej, doradca kariery, wykładowca akademicki. Osobiście przeszkolona przez Johna Gray'a („Mężczyźni są z Marsa, kobiety są z Wenus”) w jego Instytucie w Las Vegas z zakresu executive, business i life coachingu. Jako jedyny psycholog w Polsce posiada certyfikat uprawniający ją do pracy jego metodami. W zakresie różnic płciowych w kontekście naukowym współpracuje z dr Anne Moir („Płeć mózgu”). Autorka cyklu spektakli edukacyjnych „Mężczyźni są z Marsa, kobiety są z Wenus” - pierwszej w Polsce dydaktycznej i zarazem humorystycznej adaptacji bestsellera Johna Gray'a. Certyfikowany Trener Neurolingwistycznego Programowania z zakresu rozwoju osobistego oraz zaawansowanej komunikacji. Od 11 lat projektuje i prowadzi szkolenia otwarte oraz szkolenia dla firm w zakresie: psychologicznych różnic płciowych w życiu zawodowym i osobistym, umiejętności menagerskich, tworzenia i wdrażania kultury coachingowej, radzenia sobie ze stresem z wykorzystaniem Mindfulness oraz TRE – Trauma Releasing Exercises. Prowadzi sesje coachingowe indywidualne oraz team- coaching. W trakcie swoich zajęć łączy naukową wiedzę z zakresu badań nad płcią mózgu z praktycznymi metodami działania w sferze biznes- i life-coachingu, terapii oraz neurolingwistyki. Posiada doświadczenie w ocenie kompetencji trenerów (juror komisji oceniającej w MS Team) oraz przedsiębiorców (członek licznych komisji konkursowych i rekrutacyjnych w projektach POKL).

Od 2008 roku jest prezesem Fundacji La Loba (www.laloba.eu) realizującej projekty unijne oraz projekty autorskie związane z rozwojem osobistym i zawodowym kobiet. Szkoliła pracowników wszystkich szczebli firm z branży: motoryzacyjnej, edukacyjnej, wojskowej, medycznej, produkcyjnej, budowlanej, administracji państwowej, NGO.

Autorka wielu publikacji oraz książki „Garnitur kontra garsonka, czyli jak zbudować dobre relacje w pracy”. Ekspertka w programie Ewy Drzyzgi „Rozmowy w toku”. Prywatnie pasjonatka żeglarstwa, narciarstwa, tańca, i motoryzacji, kochająca żona i dumna mama Cypriana i Ali.

Wykształcenie:

- Mgr Psychologii Doradztwa Zawodowego i Organizacji na Uniwersytecie Łódzkim. Specjalizacje: Zarządzanie Zasobami Ludzkim
- Licencjat Filologii Angielskiej na Uniwersytecie Przyrodniczo-Humanistycznym w Siedlcach

Przygotowanie specjalistyczne:

- Executive, Business i Life Coach Mars Venus Institute w Las Vegas.
- Certyfikat w zakresie „Gender mainstreaming in operations” Holandia.
- Certyfikacja w zakresie TRE – Trauma Releasing Exercises - uwalnianie traumy, stresu i emocji (I stopień)
- Ukończony program „Power of Coaching” w Centrum Life Coachingu Polska
- Akredytowany Coach International Coach Federation
- Licencjonowany Trener NLP i Personal Coach Instytutu Coachingu i Psychologii Biznesu
- Rekomendacja superwizorów Płockiego Towarzystwa Psychologicznego
- Liczne kursy i szkolenia z zakresu podnoszenia kwalifikacji trenerskich, coachingowych i terapeutycznych



Konrad Schroeder

Trener biznesu, dyplomowany coach.

Działalność szkoleniową prowadzi od 2005 roku realizując programy szkoleniowe z zakresu rozwijania kompetencji psychospołecznych. Pracuje w oparciu o metody aktywnej edukacji, bazując na przekonaniu, iż najcenniejsza jest wiedza zdobyta empirycznie. W oparciu o brzmienie tej zasady działa na rzecz rozwoju kompetencji osobistych swoich klientów, tak poprzez treningi grupowe jak i indywidualne konsultacje.

Wykładowca na studiach podyplomowych z zakresu zarządzania dedykowanych dyrektorom placówek oświatowych na Wyższej Szkole Edukacji Zdrowotnej w Łodzi.

Pracował między innymi w ogólnopolskim wydawnictwie, firmach event'owych, kierował poradnią promocji zdrowia, gdzie szkolił nauczycieli i współtworzył społeczne kampanie prozdrowotne.

Poza działaniami szkoleniowymi, swoje kompetencje interpersonalne wykorzystuje, także w obszarze przygotowania i koordynacji realizacji eventów – konferencji, kampanii społecznych, wydarzeń kulturalnych, targów i zawodów sportowych oraz koncertów.

W gronie Klientów, dla których miał przyjemność prowadzić projekty rozwojowe znaleźć możemy firmy: Astra Zeneca, LSI Software, Specjalną Łódzką Strefę Ekonomiczną, Uniqa, Asseco Polska, Narodowe Centrum Kultruty, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Urząd Marszałkowski w Łodzi, PKO BP, KGHM Polska Miedź, PZU, Ambasada Nowej Zelandii, Hamilton Sundstrand Wrocław - United Technologies Company, Poczta Polska, Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny, Coats Polska.

Wykształcenie:

Uniwersytet Łódzki, kierunek: Psychologia, specjalizacja: „Doradztwo zawodowe i organizacja” – 2006 rok.

Przygotowanie specjalistyczne:

- 🎓 Absolwent studiów podyplomowych Coaching w życiu i biznesie - Wyższa Szkoła Menadżerska w Warszawie
- 🎓 Trener warsztatu – Szkoła Trenerów w Laboratorium Edukacji i Psychoedukacji
- 🎓 Absolwent licznych kursów i szkoleń podnoszących kompetencje trenerskie

Każde ze szkoleń ujętych w ofercie proponujemy w dwóch wariantach
Success Fee:

Success Fee Full Security

W przypadku, jeśli dane szkolenie zostanie ocenione w ankietach ewaluacyjnych w przedziale 4.0 – 4.5 (w skali 1 – 6), jedyny koszt, jaki ponosi Państwa firma to koszt materiałów i rekwizytów wykorzystanych podczas szkolenia (10% wartości szkolenia).

Jeśli szkolenie zostanie ocenione poniżej 4.0, nie ponosicie Państwo z tytułu szkolenia żadnych kosztów.

Jeśli szkolenie ocenione zostanie poniżej 3.0 – dodatkowo przysługuje Państwu refundacja udokumentowanych kosztów organizacji szkolenia (sala szkoleniowa, catering) do kwoty 2000 PLN netto.

Success Fee Basic Security

W przypadku, jeśli dane szkolenie zostanie ocenione w ankietach ewaluacyjnych poniżej 5.0 (w skali 1 – 6), przysługuje Państwu rabat w wysokości 20% wartości szkolenia.



Inwestycja



- ceny **zawierają** dojazd trenera/konsultanta na miejsce zlecenia
- ceny **zawierają** przygotowanie materiałów szkoleniowych, certyfikatów oraz korzystanie ze wszystkich dostępnych na szkoleniach rekwizytów, w tym desek karate
- ceny **zawierają** wszystkie materiały audio i video nagrane przez uczestników w trakcie trwania projektu
- cena pierwszego szkolenia **zawiera** opcję SUCCESS FEE BASIC SECURITY
- ceny **nie zawierają** zakwaterowania i wyżywienia dla trenera/konsultanta na miejscu zlecenia
- ceny **nie zawierają** opcji SUCCESS FEE FULL SECURITY, która stanowi dodatkowe 10% wartości inwestycji

Do wszystkich cen należy dodać obowiązujący podatek VAT.

1. **Opcja 1 – szkolenie Psychologia Sprzedaży 3 dni dla grupy liczącej do 12 uczestników**

13.800 PLN / 3 dni 4.600 za dzień

2. **Opcja 2 – szkolenie Psychologia Sprzedaży 3 dni dla grupy liczącej do 12 uczestników**

16.100 PLN / 4 dni 4 dni x 4.600 minus 50% rabatu za dzień ostatni

3. **Follow up w postaci superwizji on the job**

**Pierwsza osoba – gratis. Każda kolejna osoba 2.000 PLN – rabat 50% =
1.000 PLN**

Kontakt

Business Partners

Ul. Lutomska 109a/6

91-046 Łódź

Tel.: +48 697 597 888

www.trainyou.pl

office@trainyou.pl



Opiekun Klienta:

Piotr Drozdowski

Tel.: +48 697 597 418

piotr.drozdowski@trainyou.pl