

razem do celu



kierunek: rozwój



**SALES**

Szkolenia sprzedażowe

Business  
Partners

**HR**

Szkolenia interpersonalne

Business  
Partners

**EXECUTIVE**

Business  
Partners

Szkolenia menedżerskie

## Spis treści:

W wersji elektronicznej oferty każdy tytuł pełni funkcję hiperłącza. Po kliknięciu na dany tytuł zostaną Państwo przeniesieni do treści, którego on dotyczy.




1.	<a href="#">O firmie Business Partners</a>	3
2.	<a href="#">Nasi klienci</a>	4
3.	<a href="#">Nasze metody</a>	5
4.	<a href="#">Success fee</a>	6
5.	<b>Szkolenia SALES Business Partners</b>	
a.	<a href="#">Badanie potrzeb klientów</a>	7-8
b.	<a href="#">Psychologia sprzedaży</a>	9-10
c.	<a href="#">Budowanie relacji z klientem</a>	11-12
d.	<a href="#">Telefoniczna obsługa klienta</a>	13-14
e.	<a href="#">Sztuka negocjacji</a>	15-16
f.	<a href="#">Techniki negocjacyjne</a>	17-18
g.	<a href="#">Negocjacje kupieckie</a>	19-20
6.	<b>Szkolenia HR Business Partners</b>	
a.	<a href="#">Współpraca w zespole</a>	21-22
b.	<a href="#">Porywające prezentacje</a>	23-24
c.	<a href="#">Efektywna komunikacja</a>	25-26
d.	<a href="#">Trening automotywacji</a>	27-28
e.	<a href="#">Zarządzanie stresem</a>	29-30
f.	<a href="#">Zarządzanie sobą w czasie</a>	31-32
g.	<a href="#">Train the trainers</a>	33-34
h.	<a href="#">Employer branding</a>	35-36
i.	<a href="#">Skuteczna rekrutacja</a>	37-38
j.	<a href="#">Assessment Centre</a>	39-40
k.	<a href="#">Trening kreatywności</a>	41-42
7.	<b>Szkolenia EXECUTIVE Business Partners</b>	
a.	<a href="#">Budowanie zespołu</a>	43-44
b.	<a href="#">Motywowanie pracowników</a>	45-46
c.	<a href="#">Zarządzanie sytuacyjne</a>	47-48
d.	<a href="#">Negocjacje menedżerskie</a>	49-50
e.	<a href="#">Techniki coachingowe</a>	51-52
f.	<a href="#">Planowanie strategiczne</a>	53
8.	<b>Kontakt</b>	54



## O firmie Business Partners

Konsorcjum szkoleniowo-doradcze Business Partners powstało w 2009 roku w odpowiedzi na płynące z rynku potrzeby praktycznych rozwiązań dla biznesu.

**Nie** jesteśmy **najprawdopodobniej** najlepszą firmą szkoleniową w Polsce. Słowo „**najprawdopodobniej**” zarezerwowane jest dla firm, które dla budowania wiarygodności muszą podierać się marketingowym slangiem. Za naszą marką stoją liczby i fakty:

-  Od początku istnienia firmy **oceny szkoleń**, uzyskane z ankiet ewaluacyjnych wypełnianych przez naszych klientów, ani razu nie spadły poniżej **średniej 5.42** w skali od **1 do 6!**
-  Na szkoleniach zamkniętych i otwartych przeszkoliliśmy ponad **5.000 osób!**
-  Jesteśmy pierwszą i wciąż jedyną na polskim rynku marką szkoleniową, która odważyła się działać na zasadzie **SUCCESS FEE!** Przy szkoleniach „szytych na miarę” dla klientów biznesowych, klient **nie płaci** za szkolenie, jeśli uczestnicy **nie są w pełni usatysfakcjonowani!**

Naszą markę budują nasi trenerzy. Każdy ze zrzeszonych w Firmie trenerów posiada wieloletnie praktyczne doświadczenie w branży, dla której prowadzi szkolenia oraz jest ekspertem z przynajmniej 10-letnim doświadczeniem w zakresie edukacji dorosłych, pracującym wcześniej dla takich międzynarodowych marek szkoleniowych jak Brian Tracy International, Bright Leadership czy Rogen Si.



**Naszymi klientami są firmy z branży IT, HR, finansowej, medycznej, farmaceutycznej, spożywczej, energetycznej, telekomunikacyjnej, produkcyjnej, motoryzacyjnej i nie tylko.**



Nasi trenerzy przeszkolili na szkoleniach zamkniętych i otwartych przedstawicieli m.in. następujących firm:



## Nasze metody



**Diagnoza sytuacji** - Ten etap jest dla Klienta zawsze bezpłatny.

W zależności od potrzeb Klienta, diagnoza sytuacji przebiegać może na kilka sposobów. Możemy skonstruować dopasowane do sytuacji badanie ankietowe i przeprowadzić je metodą 90, 180 lub 360 stopni, lub możemy przeprowadzić standardowe wywiady drogą mailową lub/i telefoniczną.

Finalny scenariusz szkolenia powstaje zawsze na podstawie analizy odpowiedzi uzyskanych od osób badanych i jest ostatecznie konsultowany i zatwierdzany przez Zleceniodawcę.

**Wdrożenie rozwiązania** – W zależności od potrzeb Klienta, możemy zająć się nie tylko przeprowadzeniem, ale także organizacją i obsługą logistyczną szkolenia. Korzystamy z rabatów wielu wypróbowanych ośrodków hotelowo-konferencyjnych na terenie całej Polski, o różnorodnym standardzie i rozmiarze.

Zaś, co do samych szkoleń, nasze metody pracy zawierają **ponad 20 różnorodnych technik** (ich szczegółowy opis znajdziesz na naszej stronie www), dzięki którym na naszych treningach nie ma nudy. Wykład ograniczony jest do minimum, a ponad 90% czasu trwania szkolenia to ćwiczenia interaktywne, dzięki którym zapada ono w pamięć i przekłada się na mierzalne efekty. Przypadki omawiane i ćwiczone w trakcie szkolenia osadzone są w realiach zawodowych firmy Klienta.

**Ewaluacja** - Na koniec każdego szkolenia przeprowadzana jest anonimowa ewaluacyjna, na podstawie której, korzystając z opcji **Success Fee**, ustalana jest płatność za szkolenie. Ocenę ogólną szkolenia, braną pod uwagę przy **Success Fee**, stanowi średnia arytmetyczna wyciągnięta ze wszystkich skal, znajdujących się w ankiecie ewaluacyjnej.

**Raport** - Do 7 dni od zakończenia szkolenia, Klient otrzymuje raport z jego przebiegu. Raport zawiera wyliczone średnie ze wszystkich skal w ankiecie ewaluacyjnej, ważniejsze komentarze a także obserwacje trenera i rekomendacje rozwojowe dla uczestników ogółem.

**UWAGA:** w raporcie nigdy nie zawieramy personalnych komentarzy dotyczących zachowań poszczególnych uczestników w trakcie szkolenia, ponieważ jest to sprzeczne z **zasadą poufności**, jaką zawsze zawieramy z uczestnikami podczas kontraktu na początku szkolenia. Od tej zasady nie uznajemy odstępstw. Głównie dzięki temu, że uczestnicy mają pewność, iż ich komentarze i zachowania nie trafią do ich przełożonych, atmosfera na naszych szkoleniach - a co za tym idzie - także ich efektywność, jest tak doskonała.

**Follow up** - W ramach utrwalenia kompetencji nabytych podczas szkolenia, zapewniamy do 3 miesięcy od jego terminu, bezpłatną konsultację uczestników z trenerem w formie telefonicznej lub mailowej (w łącznym czasie nie przekraczającym 1 godziny lub do 5 odpowiedzi e-mailem).

Jako dodatkową gratyfikację dla uczestników, na wszystkich szkoleniach na których użyta była kamera lub dyktafon, zapewniamy bezpłatny dostęp do własnego nagrania opatrzonego komentarzem trenera.

## Success Fee



Każde ze szkoleń ujętych w ofercie proponujemy na warunkach **Success Fee**.

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.



# Badanie potrzeb klientów



Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w podstawowe narzędzie z portfela handlowca i doradcy klienta, jakim jest zadawanie właściwych pytań. Podczas szkolenia uczestnicy nauczą się we właściwy sposób sondować potrzeby swoich klientów i dopasowywać do nich najtrafniejsze rozwiązania, nauczą się zadawać najlepsze pytania, przetestowane z powodzeniem przez mistrzów sprzedaży, a także tworzyć potrzeby w świadomości klienta, poprzez właściwe kierowanie przebiegiem rozmowy.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- W codziennej pracy zajmują się sprzedażą.
- Do ich zadań należy nawiązywanie kontaktu z klientem.
- Wolą mówić niż słuchać, przez co koncentrują się na ofercie a nie na potrzebach klienta.
- Nie znają lub nie potrafią się posługiwać językiem korzyści.
- Nazbyt często używają pytań zamkniętych, przez co zamykają sobie drogę do sprzedaży.
- Zbyt wiele rozpoczętych przez nie rozmów sprzedażowych kończy się fiaskiem.
- Ich klienci zbyt często nie są zadowoleni z otrzymanych produktów/usług.
- Nie potrafią przeprowadzić rozmowy z klientem w sposób uporządkowany i satysfakcjonujący rozmówcę.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Każdego klienta traktują w sposób indywidualny, klienci czują to i mają większą satysfakcję ze sposobu, w jaki zostali potraktowani.
- Rozmawiając z klientami kierują się empatią, dążą do zrozumienia ich rzeczywistych potrzeb.
- Zadają właściwe pytania otwarte, potrafią dojść do sedna problemu.
- Znają techniki kreowania potrzeb klienta, poprzez zadawanie właściwych pytań.
- W rozmowie z klientem posługują się językiem korzyści.
- Znają i stosują w praktyce metodę „lejka”.
- Podczas rozmowy z klientem koncentrują się na słuchaniu, zamiast na mówieniu.
- Czują się znacznie pewniej podczas rozmów z klientami.
- Mają większą skuteczność sprzedaży.











Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami rozmowy z klientem, które nagrywane są na video i poddawane dokładnej analizie przez uczestników i trenera. Po szkoleniu każdy z uczestników na życzenie otrzyma bezpłatny dostęp do swojego nagrania, opatrzonego komentarzem trenera.








## Program szkolenia



### Dzień 1

-  Wprowadzenie do szkolenia.
-  Otwierane rozmowy sprzedażowej – strategie.
-  Aktywne słuchanie – na co zwracać uwagę podczas rozmowy z klientem, jak prowadzić rozmowę, by klient miał poczucie, że jest traktowany w sposób wyjątkowy.
-  Odzwierciedlanie i parafraza – jak sprawić, by klient miał wrażenie, że rozumiemy jego potrzeby.
-  Rodzaje pytań: otwarte i zamknięte. Kiedy zadawać które pytania, wady i zalety każdego rodzaju pytań.
-  Rodzaje pytań: naprowadzające i doprecyzowujące. Kiedy zadawać jakie pytania, wady i zalety każdego rodzaju pytań.
-  Metoda lejka – kierowanie rozmową handlową „od ogółu do szczegółu”.
-  Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.

### Dzień 2

-  Przypomnienie wiedzy z dnia pierwszego.
-  Co robić, kiedy klient sam nie wie, czego potrzebuje. Strategie prowadzenia rozmowy handlowej, bazujące na metodologii „wyboru pozornego” przez alternatywę, kontrast i prowokację.
-  Znamy potrzeby klienta – co dalej? Używanie języka korzyści celem dopasowania naszej oferty do potrzeb klienta.
-  *Value Proposition* – budowanie przewagi konkurencyjnej, poprzez właściwą prezentację firmy i jej produktów/usług.
-  Konstruowanie schematu prowadzenia rozmowy z klientem dopasowanego do realiów pracy uczestników.
-  Symulacje rozmowy z klientami. Każdy z uczestników prowadzi ok. 10 minutowy wywiad, którego celem jest zbadanie potrzeb klienta. Temat każdego z wywiadów dotyczy sytuacji na co dzień spotykanych w realiach zawodowych uczestników. Rozmowy są nagrywane i omawiane. Każdy z uczestników otrzymuje szczegółowy feedback.
-  Podsumowanie szkolenia.





# Psychologia sprzedaży

Powrót do  
spisu treści



Szkolenie powstało 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. Tym samym jest to jeden z najbardziej praktycznych i dopasowanych do realiów polskiego rynku treningów, spośród wszystkich dostępnych na rynku szkoleń sprzedażowych.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Do ich obowiązków należy sprzedaż produktów/usług, niezależnie od rodzaju sprzedaży (B2B, B2C, telefoniczna, bezpośrednia itp.) i branży.
- Nie znają teorii skutecznej perswazji lub nie potrafią przełożyć jej na praktykę.
- Sprzedają w sposób intuicyjny, pozbawiony wzorców i fundamentu teorii sprzedaży.
- Ich efektywność handlowa jest zbyt niska w stosunku do możliwości rynkowych.
- Są skutecznymi handlowcami, ale potrzebują odświeżyć/doszlifować swój warsztat.
- Nie lubią sprzedawać, a pomimo to muszą odnaleźć się w tej branży.
- Wskutek niepowodzeń w domykaniu kontraktów, ich motywacja do pracy spada.
- Interesują się psychologią wywierania wpływu i chciałyby podzielić się swoimi doświadczeniami z innymi praktykami z tej branży.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Mają większy zapał do aktywnej sprzedaży.
- Są bardziej skuteczni, udaje im się zamknąć więcej kontaktów.
- Znają i stosują w praktyce najskuteczniejsze techniki perswazji psychologicznej.
- Potrafią swobodnie rozmawiać z każdym typem osobowościowym klienta, dopasowując do niego język perswazji.
- Potrafią dopasować techniki wywierania wpływu do sytuacji i rodzaju klienta.
- Budują długofalowe relacje z klientem, nie zadawalają się jednorazowym domknięciem sprzedaży.
- Znają swoje silne strony i obszary rozwoju w odniesieniu do poszczególnych etapów procesu sprzedaży.
- Potrafią zainteresować klienta każdym możliwym produktem/usługą.
- Potrafią, korzystając z języka perswazji, skonstruować skuteczną ofertę pisemną.











Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami rozmowy z klientem, które nagrywane są na video i poddawane dokładnej analizie przez uczestników i trenera. Po szkoleniu każdy z uczestników na życzenie otrzyma bezpłatny dostęp do swojego nagrania, opatrzonego komentarzem trenera.









## Program szkolenia



### Dzień 1

-  Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Różnice indywidualne, jako klucz do zrozumienia potrzeb i stylów komunikacyjnych klientów.
-  Geneza różnic indywidualnych, wprowadzenie typologii klientów bazującej na psychologicznym modelu biznesowym Insights Discovery™.
-  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 sprzedają 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.
-  Teoria i praktyka komunikacji perswazyjnej: słowa, których należy używać świadomie w celu otwierania i zamykania sprzedaży.
-  *Value proposition* – wykorzystywanie języka perswazji w celu konstruowania oferty handlowej.
-  Psychologia tzw. wyboru pozornego: wykorzystywanie alternatywy, kontrastu i prowokacji.
-  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.
-  Symulacje rozmów handlowych bazujących na sytuacjach zaczerpniętych z codziennej praktyki zawodowej uczestników. Symulacje są nagrywane na video, następnie odtwarzane i szczegółowo omawiane przez trenera i pozostałych uczestników.
-  Podsumowanie szkolenia.



# Budowanie relacji z klientem



Celem szkolenia jest utrwalenie umiejętności nawiązywania i pielęgnowania trwałych relacji biznesowych z klientem, celem generowania długofalowego zysku i budowania sieci kontaktów. Dzięki zastosowanej metodologii, uczestnicy po szkoleniu są w stanie zbudować porozumienie i podtrzymać relację z każdym typem klienta, niezależnie jak bardzo trudny wydawał się być do tej pory.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Do ich obowiązków należy sprzedaż produktów/usług lub/i obsługa posprzedażowa.
- Mają problem z „utrzymaniem” zdobytego klienta, ich sprzedaż kończy się zwykle jednorazowymi sukcesami.
- Wszystkich klientów traktują podobnie, ich klienci nie mają poczucia indywidualnego podejścia.
- Są zainteresowane nawiązywaniem długofalowych relacji na płaszczyźnie nie tylko biznesowej.
- Nie widzą korzyści z podtrzymywania relacji z klientem, koncentrują się na sprzedaży „tu i teraz”.
- Wydaje im się, że są w stanie dogadać się tylko z niektórymi klientami, innych, z którymi nie rozmawia im się najlepiej, unikają.
- Mają problemy z porozumiewaniem się z określonym rodzajem klientów (np. z klientem dyrektywnym, klientem chaotycznym itp.)

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Rozumieją różnice indywidualne i potrzebę odmiennego traktowania różnych klientów.
- Potrafiają porozumieć się skutecznie z każdym rodzajem klienta.
- Są bardziej skuteczni, generują większe zyski dzięki zleceniom od stałych klientów.
- Wiedzą jak zatrzymać klienta, potrafią długofalowo zadbać o jego potrzeby.
- Wkładają co najmniej tyle samo wysiłku w utrzymanie klienta, co w pozyskiwanie nowego.
- Budują długofalowe relacje z klientem, nie zadawalają się jednorazowym domknięciem sprzedaży.
- Znają swoje silne strony i obszaru rozwoju w odniesieniu do poszczególnych etapów procesu sprzedaży.
- Potrafiają skutecznie wzbudzać zaufanie i sympatię swoich klientów.















Metodologia szkolenia oparta jest na modelu Typów Umysłu C. G. Junga, na której bazują takie biznesowe narzędzia jak Insights, Extended Disc czy MBTI – dzięki czemu Klient nie płaci za autorską metodologię w. w. testów, a pomimo tego otrzymuje rezultat porównywalny do szkoleń przeprowadzonych przy ich użyciu.

**Na życzenie klienta istnieje możliwość przebadania uczestników testem Insights Discovery™.**

## Program szkolenia

### Dzień 1 (szkolenie 1-dniowe)



-  Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Różnice indywidualne jako klucz do zrozumienia potrzeb i stylów komunikacyjnych klientów.
-  Geneza różnic indywidualnych, wprowadzenie typologii klientów bazującej na psychologicznym modelu biznesowym Insights Discovery™.
-  Styl funkcjonowania każdego z 4 typów – o czym poznać, z którym typem mamy do czynienia.
-  Style komunikacyjne każdego z czterech typów, sposoby docierania i przekonywania każdego typu.
-  Budowanie relacji z typem antagonistycznym. Co robić, czego unikać.
-  Co buduje zainteresowanie a co stresuje i odpycha – poznanie preferencji poznawczych każdego typu.
-  Reguła autorytetu vs reguła lubienia i sympatii – czym zdobędziesz autorytet a czym pozyskasz sympatię każdego z 4 typów, w jaki sposób przełożyć to na efektywną sprzedaż.
-  Przygotowywanie oferty dla każdego typu klienta – na co zwracać uwagę, co podkreślać, czego unikać.
-  W jaki sposób komunikować się z klientem nie wiedząc do którego typu należy? Uniwersalne zasady skutecznej komunikacji i budowania relacji z klientem.
-  Symulacje rozmów z różnymi typami klienta, bazujące na autentycznych przypadkach z realiów zawodowych uczestników. Omówienie i feedback.
-  Podsumowanie szkolenia dnia.











# Telefoniczna obsługa klienta











Szkolenie łączy w sobie elementy szkolenia z efektywnej komunikacji, asertywności oraz obsługi klienta. Prowadzone jest w sposób interaktywny, maksymalnie angażujący wszystkich uczestników, dzięki czemu przećwiczone techniki zapadają na długo w pamięć. Pierwszy dzień poświęcony jest na zrozumienie typów komunikacyjnych klientów i umiejętność dobrania właściwego stylu prowadzenia rozmowy. Drugi dzień to aktywne ćwiczenie konkretnych technik radzenia sobie z różnymi typami klientów.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

-  W codziennej pracy zajmują się telefoniczną sprzedażą lub/i obsługą klienta.
-  Do ich zadań należy przyjmowanie reklamacji i opieka posprzedażowa nad klientem.
-  Reagują emocjonalnie (smutek, złość, zniechęcenie) na krytykę i silne emocje innych ludzi.
-  Mają problem z przejrzystym porozumiewaniem się; ich słuchacze nie zawsze rozumieją, co zostało im przekazane.
-  Nie są asertywne. Biorą winę na siebie lub nie przyjmują krytyki do wiadomości.
-  Odczuwają stres podczas prowadzenia rozmowy telefonicznej.
-  Przyjmują telefony od klientów w sposób mechaniczny, nie empatyczny.
-  Nie znają lub nie potrafią zastosować podczas swojej pracy technik profesjonalnej obsługi klienta.

## Po szkoleniu uczestnicy:









-  Znąją i stosują w praktyce 6 technik radzenia sobie z zastrzeżeniami klientów.
-  Każdego klienta traktują w sposób indywidualny, klienci czują to i mają większą satysfakcję ze sposobu, w jaki zostali obsłużeni.
-  Rozmawiając z klientami kierują się empatią, dążą do zrozumienia ich rzeczywistych potrzeb.
-  Lepiej panują nad emocjami, a nawet jeśli emocje się pojawiają, by zdominowały one rozmowę.
-  Znąją mocne i słabsze strony swojego głosu, wiedzą na co zwracać uwagę, by komunikować się w sposób profesjonalny i zrozumiały.
-  Potrafią kierować emocjami rozmówców.
-  Reagują asertywnie i rzeczowo, potrafią dojść wspólnie z klientem do sedna problemu.
-  Potrafią posługiwać się schematem profesjonalnego prowadzenia rozmowy telefonicznej i dopasowywać go do typu rozmówcy.










Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami rozmowy telefonicznej, które nagrywane są na dyktafon i szczegółowo omawiane pod kątem wykorzystania poznanych technik. Nagrania, opatrzone komentarzem trenera, dostępne są dla uczestników po szkoleniu.



### Dzień 1

-  Wprowadzenie do szkolenia.
-  Typy komunikacyjne klientów – geneza nawiązująca do popularnego narzędzia biznesowego Insights Discovery®
-  Cechy charakterystyczne i potrzeby komunikacyjne każdego typu. Rozpoznawanie.
-  Jak dopasować się i zaspokoić potrzeby każdego typu.
-  Konstruowanie odpowiedzi idealnie trafiających w potrzeby każdego typu, na podstawie rzeczywistych przypadków z realiów pracy uczestników.
-  Uniwersalny styl komunikacyjny – w jaki sposób rozmawiać z klientem, którego typu nie znamy. Jak płynnie łączyć kluczowe aspekty każdego typu komunikacyjnego.
-  Style mówienia – cechy głosu. Uczestnicy rozpoznają swój aktualny styl mówienia i inne dostępne style. Praca z dyktafonem nad większą wyrazistością i przejrzystością przekazu.
-  Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.

### Dzień 2

-  Przypomnienie wiedzy z dnia pierwszego.
-  Empatia vs asertywność – dwa podejścia do przyjmowania reklamacji, plusy i minusy każdego z nich.
-  Łączenie podejścia asertywnego z empatycznym podczas symulacji rozmów z klientami. Wykorzystanie techniki IZI OK oraz techniki AIKIDO.
-  Radzenie sobie z zastrzeżeniami klientów, wykorzystanie technik: zmniejszenie, kompensacja, przekształcenie w argument, redukcja, fragmentacja i referencja.
-  Konstruowanie schematu prowadzenia rozmowy z klientem dopasowanego do realiów pracy uczestników.
-  Symulacje rozmowy telefonicznej z klientami. Każdy z uczestników prowadzi ok. 5 minutową rozmowę z klientem, za każdym razem rozmowa dotyczy innego problemu, spośród najczęściej występujących tematów zaczerpniętych ze specyfiki pracy uczestników. Rozmowy są nagrywane i omawiane. Każdy z uczestników otrzymuje szczegółowy feedback.
-  Podsumowanie szkolenia.



# Sztuka negocjacji



Program szkolenia koncentruje się na zrozumieniu i opanowaniu podejścia do negocjacji jako do procesu, a także na skutecznym badaniu potrzeb klienta poprzez wnikliwe zadawanie pytań, uważne słuchanie oraz poszukiwanie „Wspólnych Obszarów Zainteresowania” (WOZ). Podczas tego szkolenia uczestnicy przejdą pod okiem trenera przez cały proces negocjacji: począwszy od etapu przygotowania się do negocjacji (określenie celów oraz analizy potrzeb i oczekiwań własnych i klienta), poprzez etap przeprowadzenia negocjacji (poszukiwanie WOZ oraz zastosowanie podstawowych technik negocjacyjnych i rozpoznanie technik stosowanych przez klienta), skończywszy na etapie podsumowania negocjacji (analiza realizacji celów, wnioski).

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📁 Posiadają niewielkie doświadczenie w prowadzeniu negocjacji.
- 📁 Osiągnięte wyniki w negocjacjach zawdzięczają to głównie szczęściu i intuicji, ponieważ nie posiadają ustrukturyzowanej wiedzy na temat negocjacji.
- 📁 Nie znają lub/i nie korzystają z narzędzi służących planowaniu negocjacji.
- 📁 Koncentrują się wyłącznie na własnych celach, ignorując potrzeby drugiej strony.
- 📁 Prowadzone przez nie negocjacje zbyt często kończą się zerwaniem rozmów lub wynikiem niezadawalającym.
- 📁 Nie potrafią w swobodny sposób operować pytaniami, badającymi rzeczywiste cele drugiej strony.
- 📁 Zbyt mało czasu poświęcają na przygotowanie do negocjacji, przez nie mają dokładnie określonych celów i kryteriów ich realizacji.
- 📁 Podczas negocjacji mają zbyt niską pewność siebie i swoich argumentów.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- 📁 Są bardziej pewni siebie podczas negocjacji.
- 📁 Prowadzone przez nich negocjacje częściej kończą się sukcesem.
- 📁 Zawsze dążą do uzyskania wyniku *win-win* podczas negocjacji.
- 📁 Potrafią w sposób swobodny badać cele i potrzeby drugiej strony.
- 📁 Podczas negocjacji koncentrują się na odnajdywaniu WOZ (wspólnych obszarów zainteresowania).
- 📁 Podchodzą do negocjacji jako do wymiany.
- 📁 Potrafią rzetelnie zaplanować proces negocjacji i zrealizować plan w praktyce podczas rozmów negocjacyjnych.
- 📁 Potrafią podsumować i ocenić prowadzone przez siebie negocjacje by wyciągnąć z nich naukę i wdrożyć ją w przyszłości.
- 📁 Mają większą świadomość własnego stylu negocjacyjnego.













Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami negocjacji, które nagrywane są na video i poddawane dokładnej analizie przez uczestników i trenera. Po szkoleniu każdy z uczestników na życzenie otrzyma bezpłatny dostęp do swojego nagrania, opatrzonego komentarzem trenera.

## Program szkolenia









Powrót do  
spisu treści



### Dzień 1

-  Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Negocjacje jako proces. Omówienie każdego z czterech etapów negocjacji wg G. Kennedy'ego: przygotowania, debaty, propozycji i ugody.
-  Planowanie negocjacji – wypełnianie arkusza negocjacyjnego Nego-SMART. Uczestnicy uczą się procesowego podejścia do planowania strategii i taktyki negocjacyjnej.
-  Negocjacja jako wymiana – wady i zalety podejścia.
-  Gra negocjacyjna oparta na modelu decyzyjnym Johna Nasha – porównanie trzech podejść do negocjacji: *win-lose*, *win-win*, *compromise*.
-  Wspólne Obszary Zainteresowania WOZ oraz ich funkcja w negocjacjach.
-  Symulacja negocjacji 1 na 1 z wykorzystaniem arkusza Nego-SMART.
-  Omówienie symulacji, feedback dla uczestników.
-  16 fundamentalnych zasad negocjacji wg dra Jima Henninga.
-  Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
-  Wprowadzenie pojęcia BATNA oraz techniki Jujitsu.
-  Wykorzystanie BATNA podczas negocjacji, przykłady zastosowania Jujitsu.
-  Funkcja pytań podczas negocjacji: pytania otwarte oraz pytania z zakresu wyboru pozornego przez alternatywę, kontrast i prowokację.
-  Techniki radzenia sobie z zastrzeżeniami klienta: zmniejszenie; przekształcenie w argument; kompensacja; redukcja; fragmentacja; odraczenie.
-  Symulacja negocjacji nagrywana na video.
-  Odtworzenie nagrań, omówienie symulacji, feedback dla uczestników.
-  Podsumowanie szkolenia.





# Techniki negocjacyjne

Powrót do  
spisu treści



Program szkolenia koncentruje się na nauczaniu uczestników praktycznego wykorzystania najskuteczniejszych znanych technik negocjacyjnych oraz na praktycznym pokazaniu uczestnikom w jaki sposób świadomie dopasować dostępne strategie i style negocjacyjne do sytuacji, typu klienta i zamierzonych rezultatów. Podczas tego szkolenia uczestnicy poznają kilkadziesiąt gier negocjacyjnych opisanych i stosowanych przez ekspertów i praktyków w zakresie negocjacji: Roberta Cialdiniego, Dariusza Świerka i Gavina Kennedy'ego, nauczą się je rozpoznawać, stosować w praktyce i na nie reagować.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Posiadają średnie doświadczenie w prowadzeniu negocjacji.
- Osiągnięte wyniki w negocjacjach zawdzięczają to głównie szczęściu i intuicji, ponieważ nie posiadają ustrukturyzowanej wiedzy na temat technik negocjacyjnych.
- Interesują się zagadnieniami perswazji psychologicznej.
- Podczas negocjacji czują się swobodnie, lubią podchodzić do rozmów negocjacyjnych jak do partii szachów, gdzie kluczowe znaczenie ma strategia i przewidywanie ruchów drugiej strony.
- Prowadzone przez nie negocjacje zbyt często kończą się impasem.
- Potrafią skutecznie negocjować tylko z wybranymi typami negocjatorów.
- Nie kontrolują w sposób świadomy swojej mowy ciała podczas negocjacji, wysyłając drugiej stronie przypadkowe, niezamierzone sygnały, często ukazujące brak spójności między tym co mówią a tym co myślą.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Znąją i stosują w praktyce ponad 20 technik negocjacyjnych.
- Potrafią trafnie reagować na techniki stosowane przez drugą stronę.
- Mają wyższą skuteczność prowadzonych negocjacji.
- Potrafią skuteczniej oszacować ryzyko i dopasować strategię do rzeczywistej sytuacji negocjacyjnej.
- Znąją swój indywidualny styl negocjacyjny i potrafią dostosować go do stylu drugiej strony.
- Potrafią w sposób świadomy dobierać mowę ciała (gesty, ton głosu, postawę) do sytuacji negocjacyjnej.
- Znąją różne typy negocjatorów, potrafią dopasować swój styl komunikacji do danego typu.
- Częściej niż dotychczas potrafią rozpoznać kiedy druga strona blefuje.
- Potrafią stosować impas jako element strategii negocjacyjnej oraz wiedzą jak wyjść z impasu, kiedy stosuje go druga strona.











Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami negocjacji, które nagrywane są na video i poddawane dokładnej analizie przez uczestników i trenera. Po szkoleniu każdy z uczestników na życzenie otrzyma bezpłatny dostęp do swojego nagrania, opatrzonego komentarzem trenera.







## Program szkolenia



### Dzień 1

-  Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Zasady wywierania wpływu społecznego wg prof. Roberta Cialdiniego.
-  Gry negocjacyjne bazujące na zasadach wywierania wpływu społecznego (m.in. stopa w drzwiach, próbny balon, zdechła ryba, gra w profesora i studenta, porucznik Colombo, bezinteresowny kelner, ingracja itp.)
-  Symulacja negocjacji w zespołach.
-  Omówienie symulacji, feedback dla uczestników.
-  Gry negocjacyjne zdefiniowane przez dra Dariusz Świerka (m.in. wyższa instancja, wstępne żądania, technika wielu oczek, technika absurdałnej ceny, nagroda w raju, techniki francuskie itp.)
-  Rozpoznawanie i reagowanie na techniki negocjacyjne.
-  Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
-  Impas strategiczny – kiedy i w jaki sposób stosować.
-  Techniki wychodzenia z impasu (na później, możliwości, sprawy zasadnicze, hipoteza, przymierzeniec, zmiana miejsca itp.)
-  Symulacja negocjacji w zespołach nagrywane na video.
-  Odtworzenie filmów, omówienie symulacji, feedback dla uczestników.
-  Podsumowanie szkolenia.



# Negocjacje kupieckie od kulis

Powrót do  
spisu treści



Szkolenie zawiera kompendium wiedzy i umiejętności z zakresu negocjacji kupieckich. Uczestnik poznaje techniki i strategie negocjacyjne stosowane i polecane przez światowej sławy negocjatorów i specjalistów od taktyki negocjacyjnej, takich jak: Jim Henning, Gavin Kennedy, Dariusz Świerk i Robert Cialdini. Poznaje triki stosowane przez sprzedawców, uczy się omijać pułapki negocjacyjne, dowiaduje się jak rozpoznawać i interpretować sygnały werbalne i niewerbalne a także jak w sposób zaplanowany maksymalizować swój zysk.

Zasadnicza różnica pomiędzy tym szkoleniem a programowo zbliżonymi szkoleniami: „Sztuka negocjacji” oraz „Techniki negocjacyjne”, polega na tym, że scenariusz szkolenia skonstruowany jest w taki sposób, by kulisy gier negocjacyjnych poznać z perspektywy kupca i od tej właśnie strony nauczyć się je wykorzystywać.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Do ich obowiązków należy dokonywanie zakupów.
- Na co dzień negocjują, lecz osiągnięte przez nich rezultaty nie są zadowalające.
- Osiągają dobre wyniki w negocjacjach, lecz zawdzięczają to głównie szczęściu i intuicji, ponieważ nie posiadają ustrukturyzowanej wiedzy na temat technik negocjacyjnych.
- Ich praca w najbliższej przyszłości związana będzie z zakupami.
- Sprzedają produkty i usługi, i chcieliby poznać techniki stosowane przez drugą stronę by móc na nie skutecznie reagować.
- Mają zbyt twardy (roszczeniowy) lub zbyt miękki (uległy) styl negocjacyjny, przez co ich negocjacje kończą się często impasem lub zbyt dużymi ustępstwami.
- Chciałyby lub powinny zwiększyć swoją skuteczność jako negocjatorzy.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Potrąfią w sposób rzetelny, korzystając z konspektu Nego-SMART, zaplanować proces negocjacji.
- Znąją i stosują w praktyce fundamentalne zasady negocjacji.
- Podczas negocjacji koncentrują się na wyszukiwaniu WOZ (wspólnych obszarów zainteresowania).
- Znąją techniki negocjacyjne stosowane w sprzedaży i potrafią na nie reagować.
- Znąją i stosują w praktyce najskuteczniejsze techniki negocjacji kupieckich.
- Potrąfią w sposób kontrolowany stosować impas.
- Wiedzą na czym polega BATNA i zawsze podczas negocjacji mają w zanadrzu alternatywne rozwiązanie.
- Znąją swój indywidualny styl negocjacyjny i potrafią dostosować go do stylu drugiej strony.
- Zawsze dążą do zakończenia negocjacji obopólnym zwycięstwem.



Podczas szkolenia uczestnicy wezmą udział w aż 3 symulacjach negocjacji, z których każda będzie miała na celu utrwalenie kolejnej porcji umiejętności i zostanie poddana rzetelnemu feedbackowi. Ostatnia symulacja, podsumowująca szkolenie, zostanie nagrana na video i, wraz z komentarzami trenera, będzie dostępna dla uczestników po zakończeniu szkolenia.

## Program szkolenia



### Dzień 1

- Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
- Negocjacje jako proces. Omówienie każdego z czterech etapów negocjacji wg G. Kennedy'ego: przygotowania, debaty, propozycji i ugody.
- Planowanie negocjacji – wypełnianie arkusza negocjacyjnego Nego-SMART. Uczestnicy uczą się procesowego podejścia do planowania strategii i taktyki negocjacyjnej.
- Negocjacja jako wymiana – wady i zalety podejścia.
- Gra negocjacyjna oparta na modelu decyzyjnym Johna Nasha – porównanie trzech podejść do negocjacji: *win-lose*, *win-win*, *compromise*.
- Wspólne Obszary Zainteresowania WOZ oraz ich funkcja w negocjacjach.
- Symulacja negocjacji 1 na 1 z wykorzystaniem arkusza Nego-SMART.
- Perswazja werbalna - pytania z zakresu wyboru pozornego przez alternatywę, kontrast i prowokację.
- Impas strategiczny – kiedy i w jaki sposób stosować.
- Techniki wychodzenia z impasu (na później, możliwości, sprawy zasadnicze, hipoteza, sprzymierzeniec, zmiana miejsca itp.)
- Symulacja negocjacji 1 na 1 z wykorzystaniem technik wychodzenia z impasu.
- Omówienie symulacji, feedback dla uczestników, podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

- Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
- Pojęcie BATNA, styl negocjacyjny, strategia negocjacyjna i technika negocjacyjna – rozróżnienie.
- Praktyczne zastosowanie BATNA podczas negocjacji – przykłady.
- Styl twardy, miękki i rzeczowy – autodiagnoza preferowanego stylu.
- 16 zasad negocjacyjnych wg Jima Henninga – zasady stanowią absolutny fundament pod każde profesjonalne negocjacje.
- Gry negocjacyjne bazujące na zasadach wywierania wpływu społecznego wg Dariusza Świerka i Roberta Cialdiniego, stosowane przez kupców i sprzedawców.
- Rozpoznawanie i reagowanie na techniki negocjacyjne – co robić żeby nie dać się zmanipulować, w jaki sposób reagować kiedy druga strona gra nie fair.
- Symulacja negocjacji w zespołach nagrywane na video, z wykorzystaniem zasad Henninga oraz poznanych gier negocjacyjnych.
- Odtworzenie filmów, omówienie symulacji, feedback dla uczestników.
- Podsumowanie szkolenia.

# Współpraca w zespole



Szkolenie łączy w sobie specyfikę aktywnego team-buildingu z ukierunkowanym na wgląd charakterem treningu interpersonalnego. Dzięki wykorzystaniu dwóch potężnych psychologicznych narzędzi biznesowych: Insights Discovery® i teorii ról zespołowych Belbina, po jego zakończeniu każdy z uczestników ma świadomość swojego miejsca w zespole oraz roli, jaką w nim odgrywa. Zwiększa się poziom tolerancji na odmienność oraz poziom wzajemnego zaufania.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Współpracują ze sobą w jednym dziale lub zespole projektowym. Jakość ich współpracy przekłada się na efektywność całego zespołu.
- Pracują w różnych zespołach i potrzebują zrozumieć i popracować nad interpersonalnymi czynnikami współpracy w swoich zespołach.
- Na co dzień zarządzają ludźmi i chcą poznać od praktycznej strony mechanizm formowania się zespołu.
- Są zainteresowane pogłębieniem wiedzy z zakresu psychospołecznych uwarunkowań powstawania zespołu.
- Nie są akceptowane lub rozumiane w swoim zespole.
- Nie akceptują lub nie rozumieją innych członków zespołu.
- W niedługim czasie podejmą współpracę ze sobą.
- Są ze sobą skonfliktowane a przyczyną konfliktu są różnice w tyłu pracy lub/i preferowanym zachowaniu.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Stanowią zgrany, wspierający się nawzajem zespół.
- Rozumieją z czego wynikają różnice indywidualne, zwiększa się ich poziom akceptacji na odmienne poglądy i zachowania.
- Są bardziej efektywni w zadaniach zespołowych.
- Bardziej sobie nawzajem ufają.
- Znają swoją preferowaną rolę w zespole, zdają sobie sprawę z jej mocnych stron i obszarów rozwoju.
- Potrafia skutecznie komunikować się ze swoim charakterologicznym antagonistą.
- Są bardziej pewni siebie jako zespół.
- Rozumieją proces formowania się zespołu, zdają sobie sprawę z zagrożeń cychających po drodze.
- Są do siebie nawzajem bardziej przyjaźnie nastawieni, wiedzą jak zażegnawać konflikty u źródeł ich powstania.











Podczas szkolenia każdy z uczestników wypełni Kwestionariusz Ról Zespołowych Belbina, poznając swoją preferowaną rolę, jej silne i słabsze strony. Jeśli uczestnicy szkolenia na co dzień pracują w jednym zespole, na podstawie wyników uzyskanych przez wszystkich, Klient otrzyma rekomendacje dotyczące idealnej z punktu widzenia dynamiki i efektywności, konfiguracji zadań w zespole.







## Program szkolenia



### Dzień 1

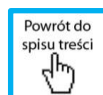
-  Wprowadzenie do szkolenia.
-  Geneza różnic indywidualnych, wprowadzenie do typologii osobowości Insights Discovery®
-  Charakterystyka czterech typów osobowości z punktu widzenia preferencji komunikacyjnych, motywacyjnych oraz preferowanego stylu pracy.
-  Silne strony i obszary rozwoju każdego typu. O czym powinniśmy wiedzieć, zanim uznamy, że druga osoba robi nam na złość.
-  Budowanie porozumienia – praca projektowa w zespołach homo i heterogenicznych.
-  Komunikacja z typem antagonistycznym – ćwiczenia komunikacyjne.
-  Budowanie zaufania z typem antagonistycznym – ćwiczenia team-buildingowe.
-  Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Powtórzenie dnia pierwszego.
-  Wprowadzenie do teorii Ról Zespołowych Belbina - wypełnienie kwestionariusza.
-  Charakterystyka ról, ich mocnych i słabych stron. Porównanie i interpretacja wyników uzyskanych w teście Belbina.
-  Ćwiczenia team-buildingowe (saperzy, budowla, most na rzece Ying, przeprawa, bungee, pajęczyna) ukazujące poszczególne role w ich idealnym środowisku, zwrócenie uwagi na predyspozycje i preferencje każdej z ról. Każde ćwiczenie omawiane jest osobno. Dyskusja na temat dopasowania roli preferowanej do roli faktycznie pełnionej.
-  Bezludna wyspa – ćwiczenie, którego celem jest bliższe poznanie się uczestników i pogłębienie wzajemnego zaufania.
-  Podsumowanie szkolenia.



# Prowadzenie Porywających Prezentacji



Szkolenie łączy w sobie elementy gry aktorskiej z elementarną strukturą profesjonalnej prezentacji biznesowej, dzięki czemu każdy, kto je ukończy, nie tylko potrafi w sposób spójny i przejrzysty zaprezentować wybrany temat, ale także potrafi to zrobić w sposób charyzmatyczny i porywający słuchaczy. Szkolenie luźno bazuje na międzynarodowym programie *Powerful Presentations* na licencji angielsko-australijskiego konsorcjum szkoleniowo-doradczego RogensI [www.rogensi.com](http://www.rogensi.com), z którego korzystały największe i najbardziej prestiżowe marki na całym świecie.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📌 Zarządzają zespołem, zatem ich zadaniem jest prezentowanie celów i strategii w sposób przejrzysty i charyzmatyczny.
- 📌 Sprzedają poprzez prezentację funkcji i korzyści oferowanych produktów/usług.
- 📌 Ich praca polega na przekazywaniu wiedzy i umiejętności (trenerzy, mentorzy, instruktorzy, nauczyciele, wykładowcy).
- 📌 Mają problem z przejrzystym porozumiewaniem się; ich słuchacze nie zawsze rozumieją, co zostało im przekazane.
- 📌 Ich codzienne wyzwania wymagają od nich prowadzenia zebrań, dokonywania publicznych podsumowań itp.
- 📌 Kiedy muszą zabrać głos przed audytorium, nawet przy dobrym przygotowaniu merytorycznym, „zżera” ich trema, przez co nie zawsze wypadają profesjonalnie.
- 📌 Nie potrafią nadać czytelnej struktury przekazywanym informacjom.

## Po szkoleniu uczestnicy:








- 📌 Potrafią korzystać z wrodzonych środków przekazu (gesty, postawa, kontakt wzrokowy, ruch sceniczny, mimika) w sposób spójny i motywujący do słuchania.
- 📌 Potrafią zbudować zainteresowanie na wstępie prezentacji i podtrzymać je do jej zakończenia.
- 📌 Potrafią przemawiać w sposób inspirujący do działania.
- 📌 Potrafią nadać prezentacji czytelną, profesjonalną strukturę.
- 📌 Potrafią dostosować swój przekaz do różnych typów słuchaczy.
- 📌 Potrafią w sposób profesjonalny i dynamiczny wykorzystać przestrzeń, na której się poruszają.
- 📌 Potrafią robić użytek z pomocy audiowizualnych dla wzbogacenia prezentacji.
- 📌 Odczuwają mniejszy stres podczas prowadzenia prezentacji.
- 📌 Potrafią uważnie obserwować, wyłapywać własne błędy i konsekwentnie doskonalić warsztat prezentera.








Szkolenie kończy się indywidualnymi wystąpieniami uczestników przed kamerą, które następnie są odtwarzane i szczegółowo omawiane przez trenera i uczestników. Na życzenie, do 14 dni od zakończenia szkolenia, każdy z uczestników otrzyma GRATIS swoje wystąpienie opatrzone komentarzami trenera.







### Dzień 1

-  Wprowadzenie do szkolenia.
-  8-stopnowy model przygotowywania profesjonalnej prezentacji biznesowej.
-  Konstruowanie struktury prezentacji. Grupowanie treści na przejrzyste i spójne bloki.
-  Jak zbudować zainteresowanie słuchaczy – model 4MAT Bernice McCarthy. Uczestnicy rozpoczynają pracę nad prezentacją, którą przeprowadzą przed kamerą następnego dnia, konstruując zachęcający wstęp wg modelu 4MAT.
-  Metody zapamiętywania treści prezentacji – Mind Mapping. Uczestnicy rozpisują swoje prezentacje na mapy myśli, z których będą mogli korzystać podczas swoich wystąpień drugiego dnia.
-  Praca z dyktafonem – 5 sposobów wzbogacania przekazu werbalnego. Każdy z uczestników poznaje mocne strony i obszary rozwoju swojego głosu, i uczy się wykorzystywać własny styl do budowania i podtrzymywania zainteresowania słuchaczy w trakcie prezentacji.
-  Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Powtórzenie dnia pierwszego.
-  Komunikacja niewerbalna – budowanie spójnego i wiarygodnego przekazu. Uczestnicy poznają znaczenie niewerbalne poszczególnych gestów i uczą się je wykorzystywać w celu podkreślenia znaczenia słów.
-  Dynamika wystąpień publicznych – gesty, mimika, postawa. Pierwsze ćwiczenie z kamerą – uczestnicy prezentują te same zdania na 3 różne sposoby niewerbalne. Podczas video-feedbacku dowiadują się, jaki rodzaj gestykulacji najlepiej pasuje do ich stylu werbalnego.
-  Metoda *walk-stop-talk*. Uczestnicy uczą się metody kontrolowania ruchu scenicznego podczas prowadzenia prezentacji.
-  Podsumowanie drugiego dnia.

### Dzień 3

-  Powtórzenie dnia pierwszego i drugiego.
-  Wystąpienia uczestników przed kamerą.
-  Szczegółowy feedback dla każdego udzielany przez trenera oraz pozostałych uczestników.
-  Podsumowanie szkolenia.





# Trening efektywnej komunikacji



Szkolenie stanowi kompendium podstawowej wiedzy psychologiczno-socjologicznej z zakresu efektywnej komunikacji międzyludzkiej, asertywności i aktywnego słuchania. Zbudowane wokół dwóch potężnych metodologii z zakresu psychologii biznesu: Typologii Umysłu C. G. Junga i Analizy Transakcyjnej, otwiera uczestnikom oczy na odmienne postawy i przekonania, uczy tolerancji, niweluje bariery komunikacyjne, tym samym wzmacniając potrzebę zrozumienia, uelastyczniając sposób komunikowania się i dostarczając prostych i skutecznych narzędzi dochodzenia do porozumienia z każdym typem osobowości.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📌 Często uważają, że wyłącznie ich sposób postępowania jest słuszny, przez co negują cudze pomysły i rozwiązania.
- 📌 Mają kłopot ze zrozumiałym lub/i konstruktywnym przekazywaniem informacji zwrotnej.
- 📌 Nie lubią pytać o opinie czy prosić o porady, co przekłada się na mniejszą efektywność ich pracy.
- 📌 Nie potrafią odmawiać, są zbyt uległe wobec cudzych próśb i nalegań.
- 📌 Mogą być postrzegane jako napastliwe lub agresywne, dzięki stylowi wypowiedzi czy używanym słowom.
- 📌 Często wchodzą w konflikty z innymi ludźmi lub obrażają się i izolują się od innych ludzi.
- 📌 Wydając polecenia czy przekazując instrukcje, otrzymują często rezultaty rozbieżne z założonymi oczekiwaniami.
- 📌 Mają kłopoty z koncentracją lub ze zrozumieniem podczas słuchania cudzych wypowiedzi.
- 📌 Bezrefleksyjnie powtarzają zasłyszane opinie, przyczyniając się do rozprzestrzeniania się plotek.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- 📌 Częściej przejawiają inicjatywę w zakresie spontanicznego nawiązywania kontaktu z innymi ludźmi.
- 📌 Nie boją się pytać i potrafią zadawać właściwe pytania właściwym osobom, co zwiększa efektywność ich pracy.
- 📌 Potrafią odmawiać w sposób asertywny, szanując i respektując własne i cudze granice psychologiczne.
- 📌 Potrafią skuteczniej unikać konfliktów, a kiedy do nich dojdzie, wychodzą z inicjatywą ich zażegnania.
- 📌 Potrafią przekazywać informacje w sposób spójny i zrozumiały dla każdego odbiorcy.
- 📌 Nie unikają okazji do udzielania informacji zwrotnej, a kiedy do tego dochodzi, potrafią zrobić to w sposób konstruktywny i zrozumiały dla drugiej strony.
- 📌 Potrafią i chcą dostosowywać swój sposób komunikacji do rozmówcy.
- 📌 Unikają przenoszenia plotek.
- 📌 Są bardziej cierpliwi w stosunku do osób, z którymi porozumienie sprawia im wciąż trudności.
- 📌 Potrafią aktywnie słuchać i korzystają z tej umiejętności przy każdej okazji.













Metodologia szkolenia oparta jest na modelu Typów Umysłu C. G. Junga, na której bazują takie biznesowe narzędzia jak Insights, Extended Disc czy MBTI – dzięki czemu Klient nie płaci za autorską metodologię w. w. testów, a pomimo tego otrzymuje rezultat porównywalny do szkoleń przeprowadzonych przy ich użyciu.










**Na życzenie klienta istnieje możliwość przebadania uczestników testem Insights Discovery™.**



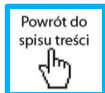
### Dzień 1

-  Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Psychologiczne i poznawcze przyczyny różnic interpersonalnych. Geneza najczęstszych nieporozumień.
-  Wprowadzenie do typologii charakterów i stylów komunikacyjnych opartej na teorii osobowości C. G. Junga.
-  Geneza modelu oraz charakterystyka typów charakteru opisywanych przy pomocy czterech wymiarów.
-  Autodiagnoza typu osobowości przy pomocy psycho-testu i ćwiczenia obrazującego preferencje poznawcze każdego z uczestników.
-  Różnice w postrzeganiu otoczenia oraz formułowaniu i przyjmowaniu komunikatów, charakterystyczne dla każdego typu na podstawie analizy własnych relacji z różnymi ludźmi.
-  Strategie przełamywania i omijania barier komunikacyjnych oraz świadomego dobierania stylu najtrafniejszego dla rozmówcy. Nauka trudnej sztuki tolerancji i poprawnej komunikacji z typem antagonistycznym: w zespole, z klientem, z przełożonym – *case studies*.
-  Symulacja rozmowy z typem antagonistycznym – analiza formy i treści komunikatu, szczegółowy feedback.
-  Udzielanie konstruktywnego feedbacku, sposób dopasowany do każdego typu rozmówcy. Konstruowanie informacji zwrotnej w formie „kanapki”.
-  Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Powtórzenie dnia pierwszego.
-  Analiza transakcyjna – 3 poziomy komunikacji wynikające z roli, w jaką wchodzimy w relacji z innymi ludźmi.
-  Transakcje między poziomami (równoległe i skrzyżowane) – czyli nieporozumienia i konflikty wynikające z różnicy roli – jak im zapobiegać i rozwiązywać, kiedy wystąpią.
-  Mechanizmy efektywnej i nieefektywnej komunikacji: spójność komunikatów werbalnych i niewerbalnych, techniki aktywnego słuchania, dystans przestrzenny, zadawanie pytań.
-  Rodzaje pytań i ich znaczenie dla efektywności komunikacji.
-  Asertywność – definiowanie własnych granic psychologicznych. Autodiagnoza preferowanego stylu komunikacji (agresywny, uległy lub asertywny).
-  Techniki asertywnego reagowania i odmawiania.
-  Mechanizm plotki – jak powstaje, jakie zagrożenia za sobą niesie. Ćwiczenie obrazujące powstawanie i rozpowszechnianie plotki.
-  Podsumowanie szkolenia.

# Trening automotywacji



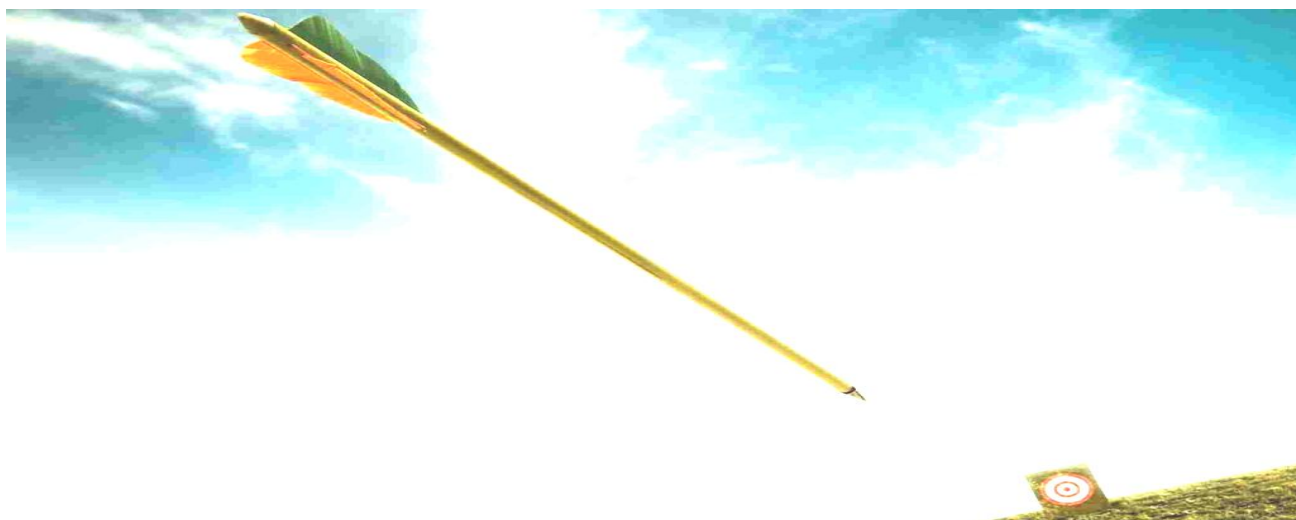
Szkolenie oparte na technikach Programowania Neurolingwistycznego NLP, wzorowane na metodach opatentowanych i używanych na szkoleniach przez motywacyjnego guru Anthony Robbinsa <http://www.tonyrobbins.com>. Dzięki wykorzystaniu unikalnych technik planowania i zarządzania sobą, szkolenie zapada na długo w pamięć uczestników i zmienia na zawsze ich nastawienie do zmagania z wyzwaniami, jakie niesie codzienność. 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.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📄 Odczuwają skutki zmęczenia pracą, jej monotonią lub nadmiarem.
- 📄 Pomimo odpowiednich kompetencji, realizują cele poniżej oczekiwanego poziomu.
- 📄 Mają problemy z pewnością siebie lub/i pozytywną samooceną.
- 📄 Mają problemy natury motywacyjnej – „potrafią, ale nie zawsze im się chce”.
- 📄 Mają tendencję do silnego przeżywania swoich niepowodzeń.
- 📄 Powtarzają po kilka razy te same błędy.
- 📄 Nie są odporne na stres lub/i pracują w silnie stresującym środowisku.
- 📄 Mają trudności z podejmowaniem istotnych decyzji.
- 📄 Do ich obowiązków należy skuteczne motywowanie innych do efektywnej pracy.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- 📄 Są zdecydowanie bardziej pewni siebie, mają wyższą samoocenę.
- 📄 Mają jasno określoną hierarchię najważniejszych celów i dążeń.
- 📄 Znają sprawdzone narzędzia zarządzania emocjami i potrafią z nich skutecznie korzystać.
- 📄 Potrafią skutecznie radzić sobie ze stresem i lękiem.
- 📄 Są zrelaksowani – mają „naładowane akumulatory”.
- 📄 W sytuacji spadku formy potrafią skutecznie motywować się do działania.
- 📄 Potrafią spojrzeć na trudności jak na wyzwania.
- 📄 Porażki traktują jako nauczki na przyszłość; uczą się na błędach.
- 📄 Swoim podejściem potrafią skutecznie motywować innych do działania.
- 📄 Z większą łatwością podejmują trudne decyzje.
















Podczas szkolenia uczestnicy przygotowani są poprzez różnego rodzaju techniki do zmierzenia się najsilniej hamującą każdego człowieka emocją – lękiem przed uczynieniem pierwszego kroku na drodze do zmiany. Przełamanie lęku symbolizuje złamanie na swojej tchawicy prawdziwej, wykorzystywanej w łucznictwie tarczowym, strzały. Pomimo głośnie brzmiących akcentów, wszystkie wykorzystane podczas szkolenia techniki są absolutnie bezpieczne.










## Program szkolenia



### Dzień 1

-  Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Dyskusja na temat strategii 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 utarty schematów działania.
-  Mechanizm powstawania emocji i motywacji – praktyczne pokazanie uczestnikom w jaki sposób nasze zachowania determinowane są tym, co w danej chwili odczuwamy.
-  Wpływ emocji i nastawienia na naszą efektywność – jak radzić sobie z hamującymi emocjami.
-  Coachingowe techniki panowania nad emocjami – technika BOR i technika REFRAMINGU.
-  Żonglowanie 3 piłkami jako metafora procesu uczenia się oraz pokazania zgubnego wpływu nawyków na efekty.
-  4 stopnie uczenia się – ekstrakcja krytycznych momentów w procesie uczenia się, decydujących o wzroście lub spadku motywacji.
-  Coachingowe techniki panowania nad emocjami – wyciąganie wniosków z porażek.
-  Wizualizacyjne techniki radzenia sobie z hamującymi emocjami: techniki dysocjacji i asocjacji.
-  Wykorzystywanie własnej fizjologii w celu poprawy nastroju.
-  Przełamywanie hamujących przekonań poprzez symboliczne łamanie desek ciosem karate – prawdziwe deski wykorzystywane w sportach walki.
-  Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.

### Dzień 2

-  Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
-  Zarządzanie emocjami i motywacją w sytuacji zmiany – na podstawie książki S. Johnsona „Kto zabrał mój ser”. Analiza zachowań ludzi w obliczu zmiany.
-  Podtrzymywanie motywacji na etapie zmian.
-  Planowanie – kotwiczenie emocji pozytywnych i neutralizacja negatywnych na drodze do realizacji zamierzonego celu.
-  Coachingowe techniki wzmacniania motywacji na każdym etapie dążeniu do celu – technika odwróconej drabiny.
-  Wychodzenie ze strefy komfortu – planowanie działania ukierunkowanego na rozwój.
-  Marzenia jako najsilniejsze motywatory – jak przemieniać marzenia w cele i definiować motywujące plany działania.
-  Symulacja realizacji celów indywidualnych uczestników – wykorzystanie poznanych wcześniej technik zakończone złamaniem strzały na tchawicy każdego z uczestników.
-  Podsumowanie szkolenia.

# Trening zarządzania stresem

Powrót do  
spisu treści



Głównym celem szkolenia jest dostarczenie uczestnikom skutecznych narzędzi zarządzania stresem i towarzyszącymi mu emocjami. Dzięki unikalnym technikom wpływania na ciało i umysł, szkolenie nie tylko uczy uczestników w jaki sposób radzić sobie ze stresem, ale także pozwala im odprężyć się, zrelaksować, pozbyć zalegających w ciele napięć i nabrać wiatru w żagle przed powrotem do pracy.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📌 Odczuwają skutki zmęczenia pracą, jej monotonią lub nadmiarem.
- 📌 Wciąż są napięte, łatwo dają się ponieść emocjom.
- 📌 Nie potrafią poradzić sobie z nadmiarem obowiązków, przez co stres towarzyszy im przez większość czasu.
- 📌 Nie znają lub/i nie stosują technik wspomagających organizm w walce ze stresem.
- 📌 W obliczu stresujących wydarzeń korzystają głównie z mechanizmu walki lub/i ucieczki.
- 📌 Stres zawodowy zbierają ze sobą do domu a domowy do pracy, przez nie mają czasu na odreagowanie i powrót do równowagi.
- 📌 Potrzebują odpocząć i „naładować akumulatory” nową energią.
- 📌 Czekają ich stresujące wydarzenia i powinni wiedzieć jak poradzić sobie z czekającymi ich stresem.

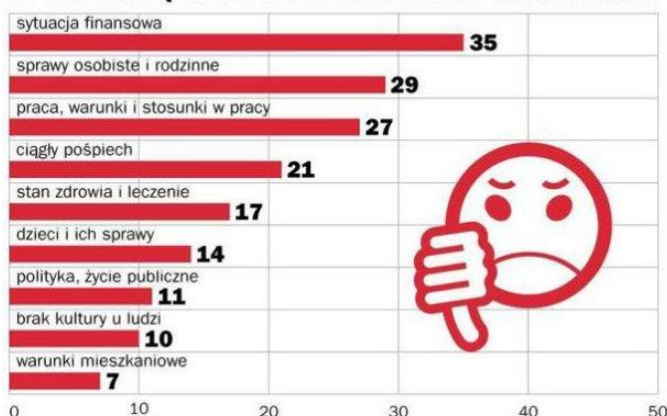
## Po szkoleniu uczestnicy:

- 📌 Są wypoczęci i zrelaksowani.
- 📌 Mają wyższą świadomość własnych kompetencji i predyspozycji związanych z radzeniem sobie ze stresem.
- 📌 Znąją sprawdzone narzędzia i techniki zarządzania emocjami i potrafią z nich skutecznie korzystać.
- 📌 Potrafią skutecznie radzić sobie ze stresem i lękiem.
- 📌 Potrafią skutecznie przewidywać stresujące sytuacje i reagować, zanim one wystąpią.
- 📌 Potrafią określić swój poziom optymizmu i świadomie kontrolować jego wpływ pojawiające się stresory.
- 📌 Potrafią korzystać z technik prewencji i interwencji antystresowej.
- 📌 Potrafią w sposób świadomy przywoływać pozytywne emocje.
- 📌 Potrafią skutecznie korzystać z antystresowej metody informacyjnej (planowanie, rangowanie priorytetów, szukanie niezbędnych informacji).

## CO WKURZA POLAKA?

DANE W PROC.

### CO JEST NAJCZĘŚCIEJ POWODEM NASZEGO PODENERWOWANIA?



Podczas szkolenia uczestnicy poznają fizjologiczne i mentalne uwarunkowania stresu, poznają swoje indywidualne predyspozycje do poddawania się różnym jego rodzajom oraz dowiadują się które z dostępnych technik i strategii są dla nich najskuteczniejsze i najbardziej rekomendowane. Poznają także swój poziom optymizmu i na tej podstawie wdrażając indywidualny program radzenia sobie ze stresem.

## Program szkolenia

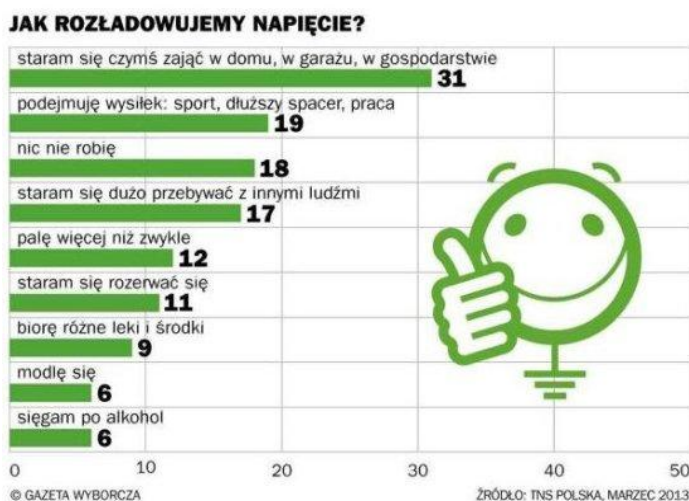


### Dzień 1

- Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
- Fizjologiczne i mentalne przyczyny stresu.
- Różnice indywidualne a podatność na stres – autodiagnoza.
- Strategie radzenia sobie ze stresem – strategia walki i ucieczki:
  - poznane mechanizmu leżącego u podstaw strategii,
  - poznanie własnych predyspozycji do jej stosowania,
  - omówienie jej mocnych i słabych stron.
- Strategie radzenia sobie ze stresem – strategia relaksacyjno-wizualizacyjna:
  - poznane mechanizmu leżącego u podstaw strategii,
  - poznanie własnych predyspozycji do jej stosowania,
  - omówienie jej mocnych i słabych stron.
- Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.

### Dzień 2

- Powtórzenie wiedzy z dnia pierwszego.
- Strategie radzenia sobie ze stresem – strategia źródeł wsparcia.
  - poznane mechanizmu leżącego u podstaw strategii,
  - poznanie własnych predyspozycji do jej stosowania,
  - omówienie jej mocnych i słabych stron.
- Strategie radzenia sobie ze stresem – strategia informacyjna
  - poznane mechanizmu leżącego u podstaw strategii,
  - poznanie własnych predyspozycji do jej stosowania,
  - omówienie jej mocnych i słabych stron.
- Poziom optymizmu a indywidualna podatność na stres – autodiagnoza.
- Eustres i dystres – wpływ natężenia stresu na efektywność.
- Projektowanie indywidualnych strategii walki ze stresem.
- Podsumowanie szkolenia.



# Zarządzanie sobą w czasie



Głównym celem szkolenia jest uświadomienie uczestnikom istoty zagadnienia zarządzania sobą samym poprzez zarządzanie czasem. Zrozumienie faktu, że każdy człowiek dysponuje identyczną ilością zasobu, jakim jest czas, a słowa „nie mam czasu” wynikają jedynie z percepcji planu dnia, jaki sami sobie tworzymy, pozwalają uczestnikom podjąć świadomą i silnie ugruntowaną decyzję o zmianie swoich rutynowych zachowań.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Wiecznie nie mają czasu, wciąż są zapracowane.
- Biorą na siebie zbyt wiele obowiązków, po czym nie są w stanie poradzić sobie z ich realizacją.
- Odczuwają skutki zmęczenia pracą, jej monotonią lub nadmiarem.
- Nie dysponują narzędziami (lub nie potrafią ich używać) ułatwiającymi porządkowanie priorytetów i planowanie pracy.
- Nie potrafią poradzić sobie z nadmiarem obowiązków, przez co stres towarzyszy im przez większość czasu.
- Mają problem z asertywnym odmawianiem, przez co biorą na siebie dodatkowe obowiązki.
- Często zostają po godzinach lub/i biorą pracę do domu.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Są bardziej świadomi własnego wpływu na zaplanowanie każdego dnia.
- Znają metody i narzędzia wspierające planowanie i rangowanie priorytetów oraz potrafią z nich korzystać.
- Mają więcej czasu dla siebie lub na dodatkowe projekty.
- Są bardziej uporządkowani.
- Są bardziej efektywni, potrafią zrobić więcej w tej samej jednostce czasu.
- Potrafią odmówić, kiedy ktoś próbuje rzucić na nie dodatkowe obowiązki, na których realizację nie posiadają zasobów.
- Rzadziej zostają po godzinach a mimo to, są w stanie wykonać pracę na którą do tej pory brakowało im czasu.
- Każdy dzień rozpoczynają od planowania.



Podczas szkolenia uczestnicy poznają i nauczą się stosować w praktyce techniki pozwalające skutecznie planować i organizować czas pracy, ustalać priorytety, skutecznie reagować na pojawiające się dystraktory, delegować zadania oraz w sposób asertywny odmawiać aby bronić swój kalendarz przed nieautoryzowanym wpływem „ludzkich dystraktorów”.

## Program szkolenia



### Dzień 1

- 📅 Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
- 📅 Analiza czasu – reguły zarządzania czasem.
- 📅 Znaczenie zarządzania sobą w czasie.
- 📅 Umiejętne zarządzanie priorytetami:
  - ✚ analiza ABC,
  - ✚ zasada Pareto,
  - ✚ zasada Eisenhowera.
- 📅 Przeszkody w zarządzaniu czasem – pożeracze czasu:
  - ✚ czym są pożeracze czasu i ich rodzaje,
  - ✚ istota i znaczenie w skutecznej realizacji zadań i priorytetów,
  - ✚ metody radzenia sobie z optymalizacją pożeraczy czasu.
- 📅 Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

- 📅 Powtórzenie wiedzy z dnia pierwszego.
- 📅 Planowanie:
  - ✚ wytyczanie celów i priorytetów,
  - ✚ cele krótko – i długoterminowe,
  - ✚ SMART i SMARTNES,
  - ✚ tworzenie efektywnego planu działania,
  - ✚ tworzenie harmonogramu zadań-wykres Gantta,
  - ✚ identyfikowanie problemów w realizacji zadań CPM,
  - ✚ monitorowanie podjętych działań
- 📅 Elementy asertywności w zarządzaniu czasem
  - ✚ asertywne odmawianie
  - ✚ asertywne delegowanie
- 📅 Podsumowanie szkolenia.












# Train the trainers











Celem treningu jest przygotowanie uczestników do prowadzenia szkoleń metodami aktywnymi. Przez dwa dni uczestnicy poznają podstawowe techniki i narzędzia profesjonalnego trenera warsztatu, trzeciego dnia samodzielnie prowadzą fragment zaprojektowanego przez siebie szkolenia, poddając się ewaluacji uczestników i trenera prowadzącego. Każda z technik, których uczą się uczestnicy, ilustrowana jest przykładem ćwiczenia prowadzonego przez trenera prowadzącego, dzięki czemu teorię łatwo jest przełożyć na praktykę.

W połączeniu ze szkoleniem „Prowadzenie porywających prezentacji”, trening ten może stworzyć 6-dniową Akademię Trenera Wewnętrznego.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

-  Pełnią lub będą pełnić funkcję trenera wewnętrznego.
-  Prowadzą na co dzień szkolenia, lecz brakuje im technik i narzędzi, dzięki którym ich szkolenia staną się ciekawsze.
-  Ich praca polega na przekazywaniu wiedzy i umiejętności (trenerzy, mentorzy, instruktorzy, nauczyciele, wykładowcy).
-  Zarządzają na co dzień zespołem i od czasu do czasu prowadzą dla swoich pracowników interaktywne prezentacje lub/i szkolenia.
-  Zamierzają powiązać swoją przyszłość z pracą trenera biznesu.
-  Posiadają już podstawy związane z prowadzeniem prezentacji biznesowych.
-  Prowadzone przez nich szkolenia/prezentacje nie są dobrze zapamiętywane i oceniane nie tak wysoko jak być powinny.

## Po szkoleniu uczestnicy:

-  Potrafią poprowadzić interaktywny warsztat szkoleniowy.
-  Potrafią zaprojektować przynajmniej 6 rodzajów ćwiczeń warsztatowych.
-  Potrafią przygotować scenariusz i program warsztatu biznesowego.
-  Wiedzą jak radzić sobie z trudnymi sytuacjami podczas szkoleń.
-  Potrafią skutecznie budować zainteresowanie i zapamiętywalność wśród słuchaczy.
-  Prowadzone przez nich szkolenia są ciekawsze i wyżej oceniane przez uczestników.
-  Są dużo pewniejsi siebie jako trenerzy.
-  Potrafią omówić każde ćwiczenie używając do tego metody sokratejskiej.












Szkolenie kończy się superwizją, polegającą na tym, że uczestnicy prowadzą wcześniej przygotowany fragment szkolenia przed kamerą. Wystąpienia są następnie odtwarzane i szczegółowo omawiane przez trenera i uczestników. Na życzenie, do 14 dni od zakończenia szkolenia, każdy z uczestników otrzyma GRATIS swoje wystąpienie opatrzone komentarzami trenera.








## Program szkolenia







### Dzień 1

-  Wprowadzenie do szkolenia.
-  Budowanie zainteresowania podczas szkolenia – konstruowanie autoprezentacji trenerskich.
-  Cykl Kolba jako podstawa konstruowania ćwiczeń warsztatowych.
-  Dyskusja moderowana i dyskusja sokratejska jako podstawowe narzędzia pracy trenera.
-  Konstruowanie przez uczestników dyskusji sokratejskiej jako omówienie wybranego ćwiczenia.
-  Podstawowe narzędzia pracy trenera: jak prowadzić mini-wykład oraz burzę mózgów.
-  Konstruowanie *case studies* dopasowanych do tematu prowadzonych szkoleń.
-  Modelowanie przez wzór i anty-wzór.
-  Posumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Przypomnienie wiedzy z dnia pierwszego.
-  Symulacja jako potężne narzędzie utrwalania wiedzy – konstruowanie symulacji przez uczestników.
-  Gra decyzyjna jako jedna z najciekawszych i najtrudniejszych metod pracy warsztatowej.
-  Trudne sytuacje podczas szkolenia – jak zapobiegać, jak sobie z nimi radzić kiedy wystąpią.
-  Dynamika procesu grupowego na szkoleniach – rozpoznawanie etapów. Szanse zagrożenia.
-  Konstruowanie scenariusza profesjonalnego warsztatu biznesowego.
-  Podsumowanie drugiego dnia.

### Dzień 3

-  Powtórzenie dnia pierwszego i drugiego.
-  Uczestnicy prowadzą przygotowane przez siebie ćwiczenia. Ich praca nagrywana jest na video.
-  Szczegółowy feedback dla każdego udzielany przez trenera oraz pozostałych uczestników.
-  Podsumowanie szkolenia.

# Employer Branding



## Strategiczne budowanie wizerunku firmy jako pracodawcy

Celem szkolenia jest pokazania uczestnikom sposobów diagnozowania aktualnego oraz budowania pożądanego wizerunku firmy jako pracodawcy. Szkolenie prowadzone jest w sposób silnie angażujący uczestników w liczne dyskusje, gry, symulacje i studia przypadków, podczas których mają oni okazję przećwiczyć na „poligonie doświadczalnym” działanie poznanych narzędzi i technik.

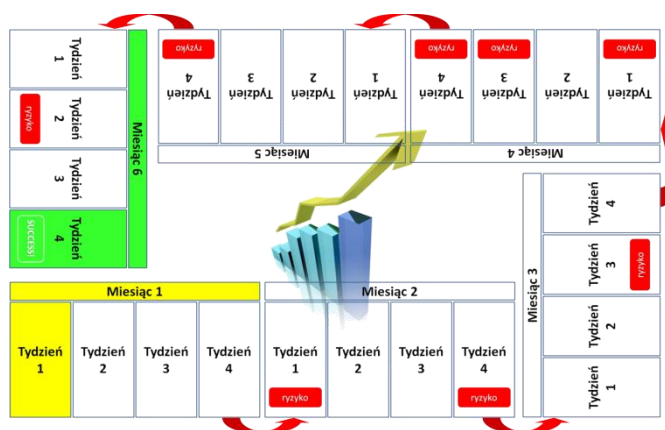
W latach 2010-2011 szkolenie to w formie otwartej, jako sztandarowe szkolenie dla klientów portalu rekrutacyjnego Pracuj.pl, dedykowany do niego trener przeprowadził dla ponad 500 pracowników z ponad 30 organizacji na terenie całej Polski. Jego wartość merytoryczna uzyskała średnie oceny w ankietach ewaluacyjnych powyżej 4,7 w skali 1-5.

### Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📁 Podejmują decyzję dotyczące budowania wizerunku firmy jako pracodawcy.
- 📁 Pracują w dziale HR lub marketingu i mają istotny wpływ na postrzeganie firmy przez pracowników i kandydatów do pracy.
- 📁 Interesują się tematyką reklamy i marketingu.
- 📁 Powinny lub chcą dowiedzieć się jak wygląda proces świadomego budowania wizerunku firmy w dłuższym okresie czasu.
- 📁 Nie znają a powinny/chcą poznać dostępne na rynku narzędzia employer brandingowe oraz ich faktyczny wpływ na pozycję firmy na rynku.
- 📁 Mają za zadanie niskimi kosztami i ograniczonymi siłami wpłynąć na wewnętrzny lub/i zewnętrzny wizerunek firmy jako pracodawcy.
- 📁 Są odpowiedzialne za długofalowe strategie biznesowe firmy.

### Po szkoleniu uczestnicy:

- 📁 Znąją większość dostępnych na rynku narzędzi employer brandingowego wewnętrznego i zewnętrznego.
- 📁 Wiedzą po jakim czasie i w jaki sposób inwestowanie w narzędzia EB przekłada się na mierzalne korzyści.
- 📁 Wiedzą kiedy jest idealny czas na inwestowanie w EB i potrafią dobrać odpowiednie narzędzia do preferowanego wizerunku firmy.
- 📁 Potrafią przeprowadzić diagnozę wizerunku faktycznego firmy wewnątrz i na zewnątrz.
- 📁 Potrafią zarządzać wizerunkiem firmy długoterminowo.
- 📁 Znąją i rozumieją zależność między efektywnością pracy a wewnętrznym wizerunkiem firmy jako pracodawcy.
- 📁 Znąją i rozumieją zależność między skutecznością rekrutacji w firmie a employer brandingiem zewnętrznym.
- 📁 Posiadają gotowy wachlarz niskobudżetowych narzędzi employer brandingowych do wdrożenia od zaraz w firmie.















Szkolenie wykorzystuje innowacyjną metodologię Strategy Business Games. Pierwszego dnia uczestnicy szkolenia biorą udział w symulacji biznesowej w grze strategicznej EB Success. Wcielają się w rolę zarządu fikcyjnych firm i konkurują ze sobą w grze o zwycięstwo, jakim jest najsilniejsza pozycja na rynku i najwyższy możliwy zysk. Aby wygrać, muszą z rozwagą i pełną premedytacją inwestować w dostępne na rynku narzędzia employer brandingowe, dzięki którym pozyskują najlepszych na rynku fachowców, którzy wyprowadzą ich biznes na szerokie wody.







## Program szkolenia



### Dzień 1

-  Powitanie uczestników. Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Czym jest Employer Branding. Wizerunek pracodawcy a świadomy wizerunek pracodawcy.
-  Trendy związane z budowaniem wizerunku.
-  Diagnoza wizerunku obecnego, ustalanie strategii budowania wizerunku pracodawcy.
-  Budowanie wizerunku pracodawcy w Internecie (fora internetowe, pozycjonowanie w Google, strona kariery, profil pracodawcy na portalach rekrutacyjnych itp.).
-  Media społecznościowe (Facebook, YouTube, Golden Line i inne) i ich rola w budowaniu wizerunku jako pracodawcy.
-  Targi pracy i wirtualne targi pracy – cel i metody promocji pracodawcy.
-  Inne narzędzia i metody budowania wizerunku.
-  Benchmarking – jak to robią najlepsi (strategie takich firm jak Google, Facebook, KPMG i innych).
-  Jak odbudować wizerunek w sytuacji kryzysowej.
-  W jaki sposób Employer Branding realnie przekłada się na sukces firmy na rynku - strategiczne budowanie wizerunku pracodawcy w grze HR Success. Praca w zespołach nad strategicznym budowaniem wizerunku fikcyjnej organizacji. Zadaniem każdego zespołu jest zbudowanie silnej pozycji na rynku dla jego organizacji, przy użyciu dostępnych na rynku narzędzi Employer Brandingowych.
-  Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Powtórzenie dnia pierwszego.
-  Diagnoza aktualnego wizerunku i jego przyczyn przy pomocy Diagramu Ishikawy.
-  Kreatywne generowanie pomysłów na narzędzia employer brandingowe przy użyciu analizy morfologicznej.
-  Prezentacja i analiza uzyskanych pomysłów. Przygotowanie strategii employer brandingowej – uczestnicy pracują nad rzeczywistą, możliwą do wdrożenia strategią EB dla swojego pracodawcy.
-  Omówienie przygotowanych strategii.
-  Podsumowanie szkolenia.



# Recepta na skuteczną rozmowę rekrutacyjną



Powrót do  
spisu treści



Szkolenie stanowi kompendium wiedzy z zakresu planowania i prowadzenia rozmów rekrutacyjnych, jaką powinny posiadać nie tylko osoby pracujące na stanowiskach związanych stricte z rekrutacją (head-hunterzy, rekruterzy w agencjach doradztwa personalnego i w działach HR), ale także menedżerowie uczestniczący w rekrutacjach do swoich działów.

W latach 2010-2012 szkolenie to, w formie otwartej i zamkniętej, jako sztandarowe szkolenie dla klientów portalu rekrutacyjnego Pracuj.pl, dedykowany do niego trener przeprowadził dla ponad 500 pracowników z ponad 60 organizacji na terenie całej Polski. Jego wartość merytoryczna uzyskała średnie oceny w ankietach ewaluacyjnych powyżej 4,8 w skali 1-5. W tej samej formie szkolenie to stanowi ważny moduł podyplomowego „Studium Profesjonalnej Rekrutacji” organizowanego z powodzeniem od 2 lat przy współpracy Polskiego Forum HR, Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego oraz Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- ❏ Do ich obowiązków należy prowadzenie projektów rekrutacyjnych dla klienta wewnętrznego lub zewnętrznego.
- ❏ Podczas prowadzonej rozmowy rekrutacyjnej, przy wyborze kandydata kierują się głównie intuicją i emocjami.
- ❏ Zatrudnieni przez nich pracownicy często nie sprawdzają się na powierzonym stanowisku.
- ❏ Chcą lub powinny udoskonalić swój warsztat w zakresie planowania i prowadzenia rozmowy rekrutacyjnej.
- ❏ Chcą lub powinny popracować nad budowaniem wizerunku organizacji podczas rozmowy rekrutacyjnej.
- ❏ Mają zbyt miękki lub zbyt twardy styl prowadzenia rozmowy rekrutacyjnej.
- ❏ Pozwalają kandydatowi przejąć kontrolę nad prowadzoną rozmową lub skutecznie zafałszować przekazywane informacje.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- ❏ Znąją i potrafią stosować w praktyce metodologię wywiadu behawioralnego.
- ❏ Wiedzą na czym polega technika wywiadu behawioralnego STAR, potrafią konstruować kompletne „gwiazdy” i rozpoznawać oraz domykać „gwiazdy” niekompletne i fałszywe.
- ❏ Nie dają się zwieść pierwszemu wrażeniu ani próbom zafałszowania informacji przez kandydata. Przy wyborze kierują się mierzalnymi, obiektywnie zweryfikowanymi danymi.
- ❏ Mają wyższą skuteczność prowadzonych rozmów rekrutacyjnych – więcej niż dotychczas kandydatów sprawdza się na powierzonym stanowisku.
- ❏ Podczas prowadzonej rozmowy rekrutacyjnej budują pozytywny wizerunek organizacji dla której pracują.
- ❏ Prowadzą rozmowę rekrutacyjną w sposób uporządkowany i rzeczowy, nie pozwalają kandydatowi przejąć kontroli nad jej przebiegiem.



Szkolenie kończy się przeprowadzeniem symulacji rozmów rekrutacyjnych przed kamerą, które następnie są odtwarzane i szczegółowo omawiane przez trenera i uczestników. Na życzenie, do 14 dni od zakończenia szkolenia, każdy z uczestników otrzyma GRATIS swoje wystąpienie opatrzone komentarzami trenera.

## Program szkolenia



### Dzień 1

- Powitanie uczestników. Wprowadzenie do szkolenia.
- Proces rekrutacji od kulis – etapy. W jaki sposób profesjonalnie zaplanować przebieg rekrutacji na wybrane stanowisko.
- Tworzenie i praktyczne wykorzystanie profilu idealnego kandydata.
- Definiowanie kompetencji - konstruowanie arkusza oceny. Wybór i określenie zachowań definiujących kompetencje na stanowiskach, na które uczestnicy prowadzą rekrutacje.
- Wstępna selekcja kandydatów – na co zwracać uwagę w dokumentach aplikacyjnych. Uczestnicy w praktyczny sposób uczą się rozpoznawać luki i nieścisłości w dokumentach aplikacyjnych, a także konstruować pytania do kandydatów odślaniające kulisy tych właśnie luk i nieścisłości.
- Zaproszenie kandydata na rozmowę – prowadzenie wywiadu telefonicznego jako metody pre-selekcyjnej.
- Omówienie najpopularniejszych na rynku metod prowadzenia rekrutacji z uwzględnieniem takich parametrów jak koszty, czas trwania i ich rzeczywista skuteczność (wywiad strukturalny, wywiad kompetencyjny, Assessment Centre, stress interview, testy kompetencji, scenki itp.)
- Rozmowa rekrutacyjna – przebieg. W jaki sposób przeprowadzić efektywną rozmowę rekrutacyjną. Omówienie każdego etapu ze szczególnym uwzględnieniem pytań i odpowiedzi kandydata na każdym etapie.
- O co wolno pytać a o co nie należy. Ryzyko związane z różnego rodzaju pytaniami.
- Pierwsze wrażenie podczas rozmowy rekrutacyjnej – co robić, czego unikać.
- Komunikacja werbalna i niewerbalna podczas rozmowy rekrutacyjnej – jak budować wrażenie wiarygodności i profesjonalizmu oraz jak odczytywać sygnały niewerbalne kandydatów.
- Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

- Przypomnienie wiedzy i umiejętności z dnia pierwszego.
- Wprowadzenie do tematyki wywiadu behawioralnego / kompetencyjnego.
- Rodzaje i zastosowanie pytań rekrutacyjnych: teoretyczne, naprowadzające i behawioralne.
- Strategie łączenia pytań celem weryfikacji rzeczywistych doświadczeń i kompetencji kandydatów.
- Wykorzystanie modelu STAR do badania kompetencji kandydata – pytania behawioralne ubrane w strategię 3-wymiarowego sondowania kompetencji.
- Analiza *case studies* – filmy z rozmów rekrutacyjnych. Rozpoznawanie i analiza błędów popełnianych przez rekruterów.
- Video-feedback – symulacja rozmów rekrutacyjnych nagrywana i odtwarzana na video.
- Kryteria wyboru kandydata na podstawie obiektywnych danych z arkuszy oceny.
- Badanie referencji – co wolno, a czego nie wolno.
- Podsumowanie szkolenia.

# Assessment Centre



Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do pełnienia odpowiedzialnej funkcji asesorów podczas centrum oceny AC lub DC. Po jego ukończeniu każdy z uczestników będzie w stanie zaprojektować i dopasować do specyfiki stanowiska wybrane typy zadań assessmentowych oraz z należytą uwagą przeprowadzić i podsumować centrum oceny, dokonując obiektywnej ewaluacji obserwowanych kandydatów.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Do ich obowiązków należy prowadzenie rekrutacji.
- Uczestniczą lub mają uczestniczyć w przyszłości w projektowaniu i prowadzeniu centrum oceny Assessment Centre.
- Uczestniczą lub mają uczestniczyć w przyszłości projektowaniu i prowadzeniu centrum oceny Development Centre.
- Do ich obowiązków należy czuwanie nad poprawnością przebiegu centrum oceny AC lub DC w ich firmie.
- Z racji na pełnione obowiązki potrzebują znać teorię i praktykę konstruowania prowadzenia centrów oceny AC lub DC.
- Znają teorię ról zespołowych M. Belbina i chcieliby wykorzystać bazującą na niej metodologię do rekrutacji i rozwoju pracowników.

## Po szkoleniu uczestnicy:









- Potrafia stworzyć kompetencyjny profil idealnego kandydata, na podstawie którego prowadzone będzie centrum oceny.
- Potrafia zaprojektować, w oparciu o realne wymagania stanowiska na które prowadzona jest rekrutacja, wybrane ćwiczenia Assessment / Development Centre.
- Potrafia zaprojektować i zaplanować przebieg centrum oceny AC lub DC.
- Potrafia wykorzystać do konstruowania ćwiczeń assessmentowych teorię ról zespołowych M. Belbina.
- Potrafia skonstruować AC lub DC skoncentrowany na badaniu kompetencji lub/i preferencji.
- Znają swoją własną preferowaną rolę w zespole, zdają sobie sprawę z jej mocnych stron i obszarów rozwoju.
- Potrafia skutecznie pełnić funkcję asesora, opierając swoje obserwacje na mierzalnych wskaźnikach.











Dodatkowym benefitem dla uczestników jest wypełnienie kwestionariusza ról zespołowych M. Belbina i poznanie własnej preferowanej roli w zespole z punktu widzenia komfortu pracy oraz efektywności w różnego rodzaju projektach.



### Dzień 1

-  Wprowadzenie do szkolenia.
-  Assessment i Development Centre – co to jest, jaka jest geneza, jaka jest skuteczność narzędzia.
-  Projektowanie rekrutacji w oparciu o Assessment Centre – konstruowanie profilu kandydata idealnego.
-  Projektowanie ścieżki rozwoju w oparciu o Development Centre.
-  Definiowanie kompetencji badanych podczas AC lub DC.
-  Konstruowanie arkusza oceny.
-  Konstruowanie podstawowych ćwiczeń assessmentowych (symulacja, *case study*, koszyk zadań, dyskusja grupowa, prezentacja).
-  Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Powtórzenie dnia pierwszego.
-  Wprowadzenie do teorii Ról Zespołowych Belbina - wypełnienie kwestionariusza.
-  Charakterystyka ról, ich mocnych i słabych stron.
-  Porównanie i interpretacja wyników uzyskanych w teście Belbina.
-  Konstruowanie ćwiczeń assessmentowych badających predyspozycje i preferencje kandydatów.
-  Symulacja sesji AC lub DC. Uczestnicy wcielają się w role kandydatów i asesorów. Asesorzy pracują w oparciu o stworzony przez siebie arkusz oceny.
-  Sposoby udzielania feedbacku kandydatowi.
-  Podsumowanie szkolenia.





# Trening Kreatywności



Szkolenie, którego celem jest „otwarcie umysłów” uczestników na niekonwencjonalne metody poszukiwania pomysłów i rozwiązań. Wszystkie poznane podczas szkolenia techniki są możliwe do wykorzystania nie tylko w pracy zespołowej, ale także indywidualnej.

**Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:**

- Do ich obowiązków należy generowanie pomysłów i rozwiązań.
- Ich praca jest bardziej twórcza niż odtwórcza.
- Pracują w dziale kreatywnym, reklamy, marketingu itp.
- Z powodu długotrwałej rutyny ich zdolność do generowania kreatywnych pomysłów została stępiona.
- Mają do wygenerowania rozwiązanie konkretnego problemu.
- Do ich obowiązków należy prowadzenie diagnozy zaistniałej sytuacji biznesowej.
- Prowadzą zebrania dla innych pracowników, których zadaniem jest wypracowywanie pomysłów i rozwiązań.
- Korzystają ze standardowych metod kreatywnego myślenia i potrzebują urozmaicenia/odświeżenia warsztatu.

**Po szkoleniu uczestnicy:**











- Są bardziej otwarci na nowatorskie metody dochodzenia do rozwiązań.
- Znają i potrafią zastosować w praktyce diagram Ishikawy, diagnostyczną metodę dochodzenia do przyczyn problemu.
- Znają i potrafią zastosować w praktyce strukturalizowaną burzę mózgów, heurystyczną metodę przyczynowo-skutkową.
- Znają i potrafią zastosować w praktyce analizę morfologiczną, heurystyczną metodę generowania twórczych rozwiązań.
- Posiadają gotowe rozwiązania wypracowane na podstawie rzeczywistego przypadku biznesowego z obszaru własnej firmy.



Dodatkowym benefitem dla uczestników szkolenia jest wypracowanie kreatywnych rozwiązań dla sytuacji biznesowej osadzonej w realiach firmy Klienta. Np. stworzenie kampanii reklamowej, employer brandingowej, zdiagnozowanie sytuacji problemowej itp.

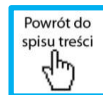


### Dzień 1 (szkolenie 1-dniowe)

-  Wprowadzenie do szkolenia.
-  Demotywatory i hamulce kreatywnego myślenia – jak przeciwdziałać i reagować, kiedy wystąpią.
-  Wychodzenie z rutyny – ćwiczenia praktyczne pokazujące w jaki sposób nieszablonowe myślenie prowadzi do ponadprzeciętnych efektów.
-  Diagram Ishikawy – zapoznanie się techniką diagnostyczną dochodzenia do przyczyn problemu.
-  Praktyczne wykorzystanie diagramu Ishikawy do zdiagnozowania realnej sytuacji biznesowej – studium przypadku.
-  Ustrukturalizowana burza mózgów – poznanie schematu i okoliczności zastosowania narzędzia.
-  Wykorzystanie ustrukturalizowanej burzy mózgów do ustalenia przyczyn i wypracowania rozwiązań dla realnej sytuacji biznesowej – studium przypadku.
-  Analiza morfologiczna – poznanie zasad i zastosowania narzędzia służącego do kreatywnego generowania pomysłów.
-  Wykorzystanie analizy morfologicznej do wypracowania rozwiązań dla realnej sytuacji biznesowej – studium przypadku.
-  Podsumowanie szkolenia.



# Budowanie efektywnych zespołów



Celem szkolenia jest dostarczenie uczestnikom wiedzy i umiejętności z zakresu samodzielnego pozyskiwania i wdrażania najlepszych pracowników do swoich zespołów. Na szkolenie składają się dwa bloki tematyczne: budowanie zespołu w oparciu o indywidualne role w świetle teorii M. Belbina oraz rekrutowanie pracowników metodą wywiadu behawioralnego.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📌 Zarządzają zespołem przynajmniej 3-osobowym.
- 📌 Przygotowują się do pełnienia roli menedżera/lidera zespołu.
- 📌 Do ich zadań należy między innymi samodzielne pozyskiwanie pracowników do swoich zespołów.
- 📌 Aktywnie współpracują z działem HR w obszarze rekrutowania pracowników do swoich zespołów.
- 📌 Mają wpływ na to, z jakimi ludźmi współpracują lub/i będą współpracować.
- 📌 Współpraca w zespole, którym zarządzają, przebiega nie tak efektywnie jak powinna.
- 📌 Zarządzają silnie zróżnicowanym zespołem.
- 📌 Niektórzy pracownicy z ich zespołów pracują mniej efektywnie niż powinni.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- 📌 Potrafią samodzielnie zaprojektować i przeprowadzić rekrutację do swojego zespołu.
- 📌 Potrafią skutecznie wspierać rekruterów w zakresie definiowania kompetencji i pozyskiwania pracowników.
- 📌 Potrafią zweryfikować dopasowanie pracowników w swoim zespole do preferowanych przez nich ról.
- 📌 Potrafią sprawdzić predyspozycje i preferencje swoich pracowników pod kątem efektywności na danym stanowisku.
- 📌 Potrafią skutecznie dopasować pozyskanego pracownika do wakującej roli w zespole.
- 📌 Posiadają rzetelne podstawy do budowania efektywnego zespołu w sposób przemyślany i zorganizowany.
- 📌 Są znacznie bardziej pewni siebie jeśli chodzi o pozyskiwanie właściwych ludzi i zarządzanie nimi.



Pierwszego dnia każdy z uczestników nie tylko pozna model budowania zespołu w oparciu o predyspozycje i preferencje do pełnienia określonych ról, ale także wypełni Kwestionariusz Ról Zespołowych Belbina, poznając swoją preferowaną rolę, jej silne i słabsze strony. Na życzenie, każdy z uczestników otrzyma demonstracyjną wersję kwestionariusza Belbina, przy użyciu której będzie sprawdzać role w zespole, którym na co dzień zarządza. Drugi dzień szkolenia zakończony zostanie nagrywaną na video symulacją rozmowy rekrutacyjnej.

## Program szkolenia



### Dzień 1

- Powitanie uczestników. Wprowadzenie do szkolenia.
- Definiowanie potrzeby rekrutacyjnej – etap wstępny świadomego budowania zespołu.
- Budowanie zespołu w oparciu o Teorię Ról Belbina. Geneza i założenia Teorii Ról.
- Wypełnienie kwestionariusza Belbina. Identyfikacja własnej roli.
- Omówienie wszystkich ról z uwzględnieniem mocnych stron i obszarów rozwoju.
- Konstruowanie arkusza oceny kandydata w świetle Teorii Ról.
- Badanie i dopasowania roli podczas rozmowy rekrutacyjnej oraz ćwiczeń assessmentowych.
- Zespoły idealne – konfiguracja ról.
- Symulacje konstruowania zespołów idealnych w oparciu o studium przypadku bazujące na realiach rynkowych.
- Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

- Powtórzenie wiedzy z dnia pierwszego.
- Tworzenie i praktyczne wykorzystanie profilu idealnego kandydata.
- Definiowanie kompetencji - konstruowanie arkusza oceny. Wybór i określenie zachowań definiujących kompetencje na stanowiskach, na które uczestnicy prowadzą rekrutacje.
- Rozmowa rekrutacyjna – przebieg. W jaki sposób przeprowadzić efektywną rozmowę rekrutacyjną. Omówienie każdego etapu ze szczególnym uwzględnieniem pytań i odpowiedzi kandydata na każdym etapie.
- O co wolno pytać a o co nie należy. Ryzyko związane z różnego rodzaju pytaniami.
- Pierwsze wrażenie podczas rozmowy rekrutacyjnej – co robić, czego unikać.
- Komunikacja werbalna i niewerbalna podczas rozmowy rekrutacyjnej – jak budować wrażenie wiarygodności i profesjonalizmu oraz jak odczytywać sygnały niewerbalne kandydatów.
- Wprowadzenie do tematyki wywiadu behawioralnego / kompetencyjnego.
- Rodzaje i zastosowanie pytań rekrutacyjnych: teoretyczne, naprowadzające i behawioralne.
- Wykorzystanie modelu STAR do badania kompetencji kandydata – pytania behawioralne ubrane w strategię 3-wymiarowego sondowania kompetencji.
- Analiza *case studies* – filmy z rozmów rekrutacyjnych. Rozpoznawanie i analiza błędów popełnianych przez rekruterów.
- Video-feedback – symulacja rozmów rekrutacyjnych nagrywana i odtwarzana na video.
- Podsumowanie szkolenia.

# Motywowanie pracowników

Powrót do  
spisu treści



Celem szkolenia jest dostarczenie uczestnikom narzędzi i technik motywowania podwładnych i współpracowników w sposób odpowiadający ich indywidualnym potrzebom i oczekiwaniom. Modelem metodologicznym wokół którego zbudowane jest szkolenie jest Insights Discovery®, jedno z najpopularniejszych współcześnie psychologicznych narzędzi biznesowych, bazujące na typologii umysłu C. G. Junga. Uczestnicy poznają typologię i uczą się wykorzystywać ją w praktyce. Na podstawie nabytej wiedzy i znajomości swoich pracowników, dopasowują profile osobowe Insights do profili swoich pracowników.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📌 Zarządzają zespołem przynajmniej 3-osobowym.
- 📌 Przygotowują się do pełnienia roli menedżera/lidera zespołu.
- 📌 Zarządzają silnie zróżnicowanym zespołem.
- 📌 Niektórzy pracownicy z ich zespołów pracują mniej efektywnie niż powinni.
- 📌 W zespole występuje zbyt duża rotacja pracowników.
- 📌 Dochodzi do zbyt częstych nieporozumień w relacji z pracownikami, którymi zarządzają.
- 📌 Chcą pogłębić swoją wiedzę z zakresu motywowania i komunikacji z różnymi typami osób.
- 📌 Chcą lepiej zrozumieć potrzeby i preferencje osób, którymi zarządzają lub/i z którymi współpracują.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- 📌 Traktują każdego ze swoich pracowników w sposób indywidualny.
- 📌 Potrafią skutecznie dobrać strategię motywowania do konkretnej osoby.
- 📌 Wiedzą w jaki sposób zarządzać motywacją swojego zespołu.
- 📌 Znają własne silne strony oraz obszary rozwoju jeśli chodzi o motywowanie i komunikację z różnymi typami osób.
- 📌 Rozumieją przyczyny konfliktów oraz demotywację niektórych osób ze swojego zespołu i są w stanie przeciwdziałać takim sytuacjom w przyszłości.
- 📌 Są bardziej tolerancyjnie na różne style pracy swoich pracowników. Patrzą bardziej na osiągnięte efekty a mniej na sposób pracy, który do nich prowadzi.









Dnia pierwszego uczestnicy dowiadują się na czym polegają najważniejsze psychologiczne różnice pomiędzy ludźmi, dlaczego nie powinno się stosować tych samych narzędzi motywacyjnych w stosunku do każdej osoby i w jaki sposób rozpoznawać i reagować na potrzeby różnych typów osobowości. W wersji **rozszerzonej** szkolenia uczestnicy poznają dodatkowo profile indywidualne swoich podwładnych. Dzień drugi szkolenia przeznaczony jest na pokazanie uczestnikom w jaki sposób wiedzę, narzędzia i techniki poznane w pierwszym dniu szkolenia wykorzystać w celu zmieniania destrukcyjnych i wzmacniania wspierających przekonań oraz podnoszenia poziomu zaangażowania innych ludzi. Jako podsumowanie szkolenia każdy z uczestnikom przygotowuje plan zarządzania motywacją 1 wybranej osoby ze swojego otoczenia, który następnie poddawany jest szczegółowej analizie i dyskusji.







## Program szkolenia



### Dzień 1

-  Powitanie uczestników. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Skąd biorą się różnice indywidualne – dlaczego z jednymi ludźmi dogadujemy się lepiej a z innymi gorzej. Ćwiczenia pokazujące różnice w postrzeganiu rzeczywistości przez różne osoby.
-  Typologia osobowości nawiązująca do biznesowego modelu Insights Discovery, bazującego na teorii C. G. Junga. Wyjaśnienie psychologicznych podstaw różnic w motywowaniu różnych typów osobowości.
-  Autodiagnoza – na podstawie kilku krótkich ćwiczeń uczestnicy, obserwując swoje reakcje, poznają własne preferencje komunikacyjne i motywacyjne, i dowiadują się, do którego z typów osobowości jest im najbliższym, z kim najłatwiej im się porozumieć oraz co zmienić we własnym zachowaniu by skutecznie zarządzać motywacją swojego typu antagonistycznego.
-  Mocne strony i obszary rozwoju każdego z 4 typów Insights. Po czym rozpoznawać każdy z 4 typów, w jaki sposób nimi zarządzać by unikać konfliktów i demotywacji.
-  Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.

### Dzień 2

-  Powtórzenie wiedzy z dnia pierwszego.
-  Zarządzanie typem antagonistycznym – w jaki sposób komunikować się, motywować do działania, delegować zadania i udzielać feedbacku pracownikowi każdego typu osobowości, w szczególności z przeciwnego bieguna koła Insights (osobie różniące się od nas najbardziej).
-  Zespół na kole Insights – na podstawie własnych obserwacji i nabytej wiedzy, uczestnicy „nanoszą” swoich pracowników na koło Insights. Analiza mocnych stron i zagrożeń takiego składu personalnego zespołu. Wnioski dotyczące zarządzania i przyszłych rekrutacji.
-  Komunikacja i motywowanie pracowników w zespole zróżnicowanym – w jaki sposób budować swoje wypowiedzi (komunikacja werbalna i niewerbalna), aby pracownicy, niezależnie od profilu osobowościowego, czuli się zmotywani do działania.
-  Planowanie motywacji dla wybranego pracownika - na podstawie nabytej wiedzy i znajomości swoich pracowników, każdy z uczestników planuje działania motywacyjne na najbliższy miesiąc dla jednego, wybranego pracownika ze swojego zespołu. Następuje omówienie i analiza powstałych strategii.
-  Podsumowanie szkolenia.

# Zarządzanie sytuacyjne

Powrót do  
spisu treści



Myśl przewodnia przyświecająca szkoleniu brzmi: „Aby skutecznie motywować pracownika do rozwoju - musisz znać kierunek rozwoju. Aby znać kierunek rozwoju - musisz znać pracownika. Aby znać pracownika – musisz z nim rozmawiać.”

Celem szkolenia jest dostarczenie uczestnikom wiedzy psychologiczno-socjologicznej z zakresu wdrażania pracownika do roli w zespole w taki sposób, by podtrzymać i ukierunkować jego motywację. Modele metodologiczne wokół których zbudowane jest szkolenie, to rewolucyjna teoria ról zespołowych M. Belbina oraz koncepcja Przywództwa Sytuacyjnego K. Blancharda. Połączenie tych dwóch modeli daje menedżerom trójwymiarowe spojrzenie na rozwój pracownika w organizacji oraz dostarcza bogaty arsenał narzędzi do świadomego zarządzania motywacją i rozwojem podwładnych.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📁 Zarządzają zespołem przynajmniej 3-osobowym.
- 📁 Przygotowują się do pełnienia roli menedżera/lidera zespołu.
- 📁 Pomimo doświadczenia w zarządzaniu, mają problemy ze zmotywowaniem niektórych osób do efektywnej pracy.
- 📁 Mają wrażenie, że na płaszczyźnie komunikacyjnej ze swoimi podwładnymi dochodzi zbyt często do nieporozumień.
- 📁 W ich zespole znajdują się osoby z różnym stażem w zespole i doświadczeniem na podobnym stanowisku.
- 📁 Niektórzy pracownicy z ich zespołów pracują mniej efektywnie niż powinni.
- 📁 W zespole występuje zbyt duża rotacja pracowników.
- 📁 Dochodzi do zbyt częstych nieporozumień w relacji z pracownikami, którymi zarządzają.
- 📁 Chcą lepiej zrozumieć potrzeby i preferencje osób, którymi zarządzają lub/i z którymi współpracują.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- 📁 Są bardziej efektywni jako menedżerowie.
- 📁 Są bardziej lubiani w swoich zespołach.
- 📁 Rozumieją zróżnicowane potrzeby swoich pracowników wynikające z dynamiki rozwoju w organizacji.
- 📁 Traktują każdego ze swoich pracowników w sposób odpowiadający etapowi rozwoju w organizacji, na którym się on znajduje.
- 📁 Potrafią dobrać odpowiedni rodzaj komunikacji do typu osobowości i etapu rozwoju na jakim znajduje się pracownik.
- 📁 Potrafią dobrać odpowiedni rodzaj motywacji do typu osobowości i etapu rozwoju na jakim znajduje się pracownik.
- 📁 Rozmawiają ze swoim pracownikami częściej i bardziej otwarcie.
- 📁 Potrafią w sposób świadomy opierać decyzje personalne o preferencje, predyspozycje, posiadane kompetencje a także etap rozwoju pracownika w organizacji.












Przed szkoleniem, każdy z uczestników da swoim pracownikom do wypełnienia kwestionariusz ról zespołowych M. Belbina. Podczas szkolenia otrzymają gotowe wyniki, poznają predyspozycje i preferencje swoich podwładnych i zastanowią się nad dopasowaniem ich do najważniejszej w zespole roli.

Podczas szkolenia uczestnicy nauczą się także prowadzić motywującą dla pracownika rozmowę rozwojową, opartą na strukturalnym feedbacku.











## Program szkolenia



### Dzień 1

-  Powitanie uczestników. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Teoria ról zespołowych M. Belbina – omówienie preferencji i predyspozycji wynikających z ról społecznych, zadaniowych i intelektualnych.
-  Menedżer jako dobry obserwator – analiza zachowa pracowników, rozpoznawanie pełnionych przez nich ról. Porównanie własnych obserwacji z wynikami uzyskanych z kwestionariuszy.
-  Szanse i zagrożenia dla efektywności wynikające z różnych konfiguracji ról w zespole.
-  Konflikt ról – jakie są konsekwencje obsadzenia pracownika w niewłaściwej roli, jakie są konsekwencje współpracy z pracownikiem, którego rola jest antagonistyczna w stosunku do roli przełożonego.
-  Development Centre – jak zaplanować ćwiczenia uwypuklające najsilniejsze wskaźniki pozytywne i negatywne danej roli.
-  Prowadzenie rozmowy rozwojowej z uwzględnieniem roli pełnionej przez pracownika.
-  Dobór pracowników do zespołu – *case study*. Na podstawie analizy opisanego przypadku, zadaniem uczestników jest stworzyć idealny profil pracownika.
-  Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.

### Dzień 2

-  Powtórzenie wiedzy z dnia pierwszego.
-  Koncepcja Przywództwa Sytuacyjnego K. Blancharda – omówienie.
-  4 etapy rozwoju pracownika w organizacji i związane z nimi pułapki motywacyjne.
-  Jak rozpoznać na którym etapie znajduje się pracownik – studium przypadku.
-  Jak wspierać w rozwoju pracowników – dobór technik, narzędzi i zachowań menedżera na każdym z 4 etapów rozwoju pracownika.
-  Typy zachowań wspierających i instruujących i ich proporcje na każdym z 4 etapów.
-  Symulacja rozmowy rozwojowej z pracownikami na każdym z 4 etapów.
-  Planowanie ścieżki rozwoju dla pracownika na określonym etapie rozwoju, z preferencjami i predyspozycjami do pełnienia określonej roli – wykorzystanie wiedzy z całego szkolenia w celu zaplanowania gotowych modeli rozwojowych dla konkretnych pracowników.
-  Analiza zaplanowanych modeli rozwoju.
-  Podsumowanie szkolenia.



# Negocjacje menedżerskie



Szkolenie stworzone specjalnie z myślą o menedżerach, zawiera kompendium wiedzy i umiejętności z zakresu negocjacji. Uczestnik dowiaduje się jak maksymalizować zyski poprzez świadome przygotowanie się do negocjacji oraz poznaje techniki i strategie negocjacyjne stosowane i polecane przez światowej sławy negocjatorów i specjalistów od taktyki negocjacyjnej, takich jak: Jim Henning, Gavin Kennedy, Dariusz Świerk i Robert Cialdini.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Pracują na stanowisku menedżerskim.
- Do ich obowiązków należy negocjowanie warunków (wynagrodzenie, kontrakty itp.)
- Chcą lub powinny podnieść swoją skuteczność w zakresie negocjacji.
- Pracują w handlu lub zakupach i chcą podnieść swoją skuteczność w negocjacjach z kluczowymi kontrahentami.
- Nie są zadowolone z efektów prowadzonych przez siebie negocjacji.
- Prowadzone przez nie negocjacje zbyt często kończą się impasem lub zerwaniem rozmów.
- Mają zbyt miękki lub zbyt twardy styl negocjacyjny i powinny popracować nad stylem rzeczowym.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Potrąfią w sposób rzetelny, korzystając z konspektu Nego-SMART, zaplanować proces negocjacji.
- Znąją i stosują w praktyce fundamentalne zasady negocjacji.
- Podczas negocjacji koncentrują się na wyszukiwaniu WOZ (wspólnych obszarów zainteresowania).
- Znąją i stosują w praktyce najskuteczniejsze techniki negocjacyjne.
- Potrąfią w sposób kontrolowany stosować impas.
- Wiedzą na czym polega BATNA i zawsze podczas negocjacji mają w zanadru alternatywne rozwiązanie.
- Znąją swój indywidualny styl negocjacyjny i potrafią dostosować go do stylu drugiej strony.
- Zawsze dążą do zakończenia negocjacji obopólnym zwycięstwem.















Podczas szkolenia uczestnicy wezmą udział w aż 3 symulacjach negocjacji, z których każda będzie miała na celu utrwalenie kolejnej porcji umiejętności i zostanie poddana rzetelnemu feedbackowi. Ostatnia symulacja, podsumowująca szkolenie, zostanie nagrana na video i, wraz z komentarzami trenera, będzie dostępna dla uczestników po zakończeniu szkolenia.

Wszystkie symulacje osadzone są w realiach negocjacji biznesowych prowadzonych przez menedżerów. Przypadki wykorzystane w tym szkoleniu dotyczą negocjacji z podwładnymi, przełożonymi, współpracownikami i kontrahentami – innymi słowy – chleb powszedni każdego menedżera, niezależnie od branży i działu, którym zarządza.











## Program szkolenia



### Dzień 1

-  Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Negocjacje jako proces. Omówienie każdego z czterech etapów negocjacji wg G. Kennedy'ego: przygotowania, debaty, propozycji i ugody.
-  Planowanie negocjacji – wypełnianie arkusza negocjacyjnego Nego-SMART. Uczestnicy uczą się procesowego podejścia do planowania strategii i taktyki negocjacyjnej.
-  Negocjacja jako wymiana – wady i zalety podejścia.
-  Gra negocjacyjna oparta na modelu decyzyjnym Johna Nasha – porównanie trzech podejść do negocjacji: *win-lose*, *win-win*, *compromise*.
-  Wspólne Obszary Zainteresowania WOZ oraz ich funkcja w negocjacjach.
-  Symulacja negocjacji 1 na 1 z wykorzystaniem arkusza Nego-SMART.
-  Perswazja werbalna - pytania z zakresu wyboru pozornego przez alternatywę, kontrast i prowokację.
-  Impas strategiczny – kiedy i w jaki sposób stosować.
-  Techniki wychodzenia z impasu (na później, możliwości, sprawy zasadnicze, hipoteza, sprzymierzeniec, zmiana miejsca itp.)
-  Symulacja negocjacji 1 na 1 z wykorzystaniem technik wychodzenia z impasu.
-  Omówienie symulacji, feedback dla uczestników, podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

-  Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
-  Pojęcie BATNA, styl negocjacyjny, strategia negocjacyjna i technika negocjacyjna – rozróżnienie.
-  Praktyczne zastosowanie BATNA podczas negocjacji – przykłady.
-  Styl twardy, miękki i rzeczowy – autodiagnoza preferowanego stylu.
-  16 zasad negocjacyjnych wg Jima Henninga – zasady stanowią absolutny fundament pod każde profesjonalne negocjacje.
-  Gry negocjacyjne bazujące na zasadach wywierania wpływu społecznego wg Dariusza Świerka i Roberta Cialdiniego, stosowane przez kupców i sprzedawców.
-  Rozpoznawanie i reagowanie na techniki negocjacyjne – co robić żeby nie dać się zmanipulować, w jaki sposób reagować kiedy druga strona gra nie fair.
-  Symulacja negocjacji w zespołach nagrywane na video, z wykorzystaniem zasad Henninga oraz poznanych gier negocjacyjnych.
-  Odtworzenie filmów, omówienie symulacji, feedback dla uczestników.
-  Podsumowanie szkolenia.

# Techniki coachingowe w pracy menedżera



Celem szkolenia jest praktyczne nauczenie uczestników narzędzi i technik pracy coachingowej w sposób pozwalający na ich swobodne stosowanie w codziennej pracy menedżera. Podczas licznych symulacji i *case studies* nawiązujących do realiów biznesowych Klienta, każdy z uczestników wyjdzie z niego bogatszy nie tylko o teorię, ale przede wszystkim o praktykę z zakresu motywującego zarządzania.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- Pracują na stanowisku kierowniczym i zarządzają przynajmniej 1 osobą.
- Są przygotowywani do pełnienia funkcji menedżerskiej.
- Do ich obowiązków należy motywowanie pracowników a także wyznaczanie im celów i monitorowanie ich realizacji.
- Do ich obowiązków należy prowadzenie rozmów feedbackowych lub/i rozwojowych z pracownikami.
- Mają zbyt twarde lub zbyt miękkie styl zarządzania.
- Nie są zbyt pewne siebie jako menedżerowie.
- Delegowane przez nich zadania nie są wykonywane na najwyższym poziomie.
- Chcą nauczyć się skutecznego motywowania swoich pracowników.
- Chcą nauczyć się skutecznego zarządzania rozwojem swoich pracowników.

## Po szkoleniu uczestnicy:

- Będą bardziej obiektywni w zakresie stawiania celów i udzielania feedbacku swoim pracownikom.
- Będą potrafili skuteczniej ukierunkować potencjał pracowników, co przełoży się na ich wyższą motywację i efektywność pracy,
- Będą potrafili w sposób zrozumiały i motywujący prowadzić rozmowy ocenające, motywacyjne i feedbackowe.
- Będą stawiać swoim pracownikom cele bardziej realne, mierzalne i dostosowane do ich indywidualnych predyspozycji.
- Będą mieli wyższą świadomość własnego potencjału menedżerskiego, swoich mocnych stron i obszarów rozwoju.
- Będą pewniejsi siebie jako menedżerowie.
- Będą lepiej postrzegani i wyżej oceniani przez swoich pracowników.



Szkolenie prowadzone jest przez doświadczonego menedżera, licencjonowanego coacha, który każdą z zawartych w nim technik przetestował w praktyce. Zastosowane w nim metody pozwalają na realne podniesienie poziomu motywacji pracowników, którymi zarządza dany menedżer, co przełoży się w sposób mierzalny na efektywność pracy poszczególnych zespołów.

## Program szkolenia



### Dzień 1

- Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
- Zapoznanie uczestników z modelem stawiania celów STORM – struktura rozmowy i narzędzia: specific result (określenie oczekiwanego rezultatu), time to complete (wyznaczenie ram czasowych), resources needed (określenie niezbędnych środków wykonania), measures of Progress (określenie miary sukcesu).
- Obiektywizowanie oceny w oparciu o mierzalne wskaźniki – ćwiczenia, których celem jest pokazanie różnic pomiędzy oceną obiektywną i subiektywną, jej odbiorem przez pracownika oraz konsekwencjami.
- Doprecyzowanie celów wieloznacznych – studium przypadku.
- Definiowanie ustaleń: lider – pracownik. Konstruowanie wiążących kontraktów.
- Podstawowe bariery komunikacyjne w pracy działów produkcyjnych – jak ich unikać i przewycięzać, kiedy wystąpią.
- Udzielanie informacji zwrotnej:
  - zasady udzielania informacji zwrotnej,
  - informacja zwrotna wzmacniająca i korygująca – aranżowanie warunków sprzyjających feedbackowi pozytywnemu i negatywnemu,
  - schemat rozmowy opartej na informacji zwrotnej,
  - trening udzielania informacji zwrotnej – symulacje prawidłowo prowadzonych rozmów feedbackowych
- Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.

### Dzień 2






- Przypomnienie wiedzy z dnia pierwszego.
- Rozmowa feedbackowa – model udzielania informacji zwrotnej STAGES:
  - settings (warunki rozmowy: techniczne, merytoryczne, psychologiczne)
  - topic (określenie tematu rozmowy)
  - ask for opinion (zadawanie pytań o opinie pracownika)
  - give feedback (dawanie feedback w oparciu o otrzymane informacje)
  - establish action plan (ustalenie planu działania)
  - set the review date (ustalenie daty przeglądu: monitoring, korekta, utrwalenie zmian)
- Kompetencje lidera – coacha i ich wskaźniki:
  - umiejętność zadawania pytań,
  - aktywne słuchanie: parafraza, klaryfikacja, odzwierciedlanie,
  - praca na zasobach pracownika
- Zasady budowania i utrzymywania kontaktu coachingowego.
- Rozpoznawanie zasobów pracowników – FIES: fizyczne, intelektualne, emocjonalne, społeczne.
- Podsumowujące symulacje rozmów coachingowych z pracownikami.
- Podsumowanie szkolenia.

# Planowanie strategiczne









Motorem szkolenia jest interaktywna, strategiczna symulacja biznesowa „Poszukiwacze zaginionego galeonu”, stanowiąca analogię do niełatwej sytuacji rynkowej. Uczestnicy pracując w zespołach, wcielają się w ekipy poszukiwaczy skarbów, których zadaniem jest odszukać pośród głębin oceanu wrak hiszpańskiego galeonu, wraz z którym zatonął skarb wart kilkaset milionów euro. Aby odnaleźć wrak, wyłowić skarb i powrócić bezpiecznie do portu, należy zaplanować dostępne zasoby i czas przeznaczony na wyprawę.

## Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

-  Zarządzają zespołem i ich zadaniem jest przygotowywanie długofalowych planów i analiz.
-  Są liderami projektów.
-  Ich praca polega na planowaniu i organizowaniu zasobów w długofalowe strategie biznesowe.
-  Podejmują decyzje strategiczne dotyczące funkcjonowania całej firmy (top management, executive board).
-  Potrzebują podnieść swoje kompetencje w zakresie zarządzania ludźmi, czasem oraz zasobami.






## Po szkoleniu uczestnicy:

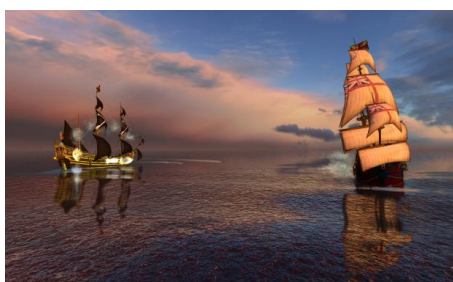
-  Rozumieją, że nie zawsze istnieje korelacja między aktywnością a efektywnością.
-  Znają 3 podstawowe strategie funkcjonowania organizacji na rynku i rozumieją wynikające z nich konsekwencje.
-  Są bardziej świadomi ryzyk występujących na rynku.
-  Potrafią w pełni docenić wagę informacji jako waluty wymiennej.
-  Potrafią skuteczniej szacować ryzyko i dostrzegać szanse tam, gdzie wcześniej nie szukali.
-  Potrafią w sposób bardziej efektywny zarządzać ludźmi, czasem i zasobami.

Dzięki sportowej rywalizacji, znakomitej oprawie audiowizualnej oraz atrakcyjnym nagrodom dla zwycięzców, szkolenie stanowi jedno z atrakcyjniejszych dostępnych na rynku rozwiązań biznesowych, pasujących idealnie także na firmowe wyjazdy integracyjne oraz eventy organizowane dla kluczowych klientów.

## Program szkolenia

### Dzień 1 (szkolenie 1-dniowe)

-  Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Podział na zespoły, rozdysponowanie zasobów, przydzielenie ról, zapoznanie z instrukcją gry.
-  Gra strategiczna, podczas której zespoły konkurują ze sobą, wcielając się w załogi statków poszukiwawczych.
-  Omówienie strategii podjętych przez poszczególne zespoły. Niektóre zespoły, mimo że wykonały więcej ruchów na planszy i wydały większą pulę z budżetu na zasoby, osiągną słabsze rezultaty od zespołów, które działały w sposób zaplanowany i zorganizowany – ukazanie różnic pomiędzy aktywnością i efektywnością przy zarządzaniu projektem/firmą.
-  Wręczenie nagród zwycięzcom, podsumowanie gry.



## Kontakt



Business Partners

Ul. Lutomierska 109a/6

91-046 Łódź

[www.trainyou.pl](http://www.trainyou.pl)

[office@trainyou.pl](mailto:office@trainyou.pl)



Osoba do kontaktu:

Piotr Drozdowski

Tel.: +48 697 597 418

[piotr.drozdowski@trainyou.pl](mailto:piotr.drozdowski@trainyou.pl)