



## Katalog szkoleń dedykowanych 2024



Oferta szkoleń dedykowanych

## Założenia

Szkolenie to odpowiedź na potrzebę rozwoju kompetencji rozumianych jako wiedza, umiejętności i postawa.

Szkolenie warsztatowe tworzy przestrzeń dla rozwoju kompetencji poprzez zaplanowany proces uczenia się dorosłych – przez doświadczenie.

Szkolenia dedykowane są szyć na miarę czyli na bazie zdefiniowanych potrzeb rozwojowych zakres, treść, trener prowadzący i forma są dobierane do konkretnie zdefiniowanej grupy szkoleniowej.

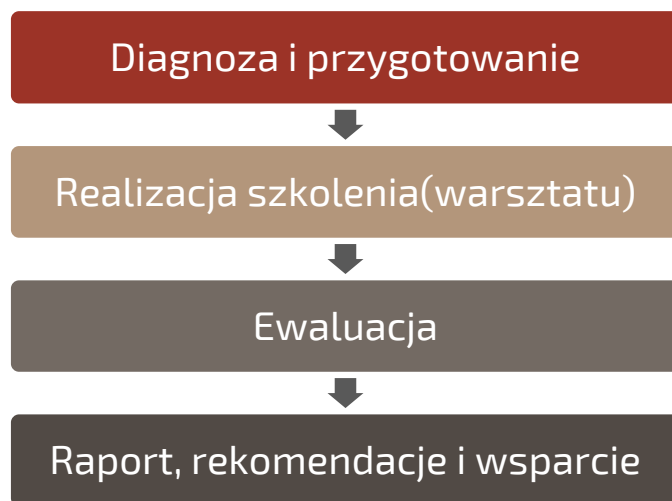
Szkoleniom towarzyszą dodatkowe działania rozwojowe, które wspomagają wdrożenie w praktykę rozwijanych w przestrzeni Sali warsztatowej kompetencji.

## Forma pracy:

- Projekty szkoleniowe skoncentrowane są na rozwoju i doskonaleniu kompetencji menedżerskich osób na kierowniczych stanowiskach mających swoje zespoły ale także szerzej na rozwoju szerszej grupy ekspertów firmowych (np. szkolenia z prezentacji, prowadzenia spotkań czy zarządzania czasem)
- Warsztaty będą prowadzone w grupach różnorodnych (z poszczególnych oddziałów/lokalizacji). Pozwoli na wymianę doświadczeń m. uczestnikami i optymalizację kosztów
- Forma szkoleń – warsztaty stacjonarne na sali zapewnionej przez firmę
- Struktura szkolenia – oparta przede wszystkim na pracy warsztatowej – min 80% warsztat, max 20% teoria
- Grupy warsztatowe do max 15 osób (średnio 12 osobowe).
- Każde szkolenie potrwa 2 dni
- Po zakończeniu szkolenia uczestnicy mają do dyspozycji pulę **5 godzin konsultacji dla wszystkich uczestników – w cenie** – by wesprzeć doradztwem proces doskonalenia kompetencji.
- Raport podsumowujący wraz z rekomendacjami zostanie opracowany na zakończenie szkoleń.



## Etapy współpracy – wariant bazowy dla każdego ze szkoleń



### Szczegółowy przebieg etapów współpracy

#### 1. Diagnoza potrzeb szkoleniowych i przygotowanie

- Ankieta online badająca potrzeby szkoleniowe wśród uczestników
- Wywiady telefoniczne z reprezentatywną grupą uczestników oraz przetożonych uczestników – definiujące priorytety poszczególnych szkoleń z perspektywy uczestników oraz weryfikujące zidentyfikowane w ankietach wyzwania w pracy.
- Przygotowanie scenariusza realizacyjnego i materiałów szkoleniowych: ćwiczeń, zadań, testów, arkuszy, handout'ów, lektury do przeczytania, treści pre-worku, webinary etc.

Czas trwania: 2-3 tygodnie.

#### 2. Realizacja szkolenia (warsztatu)

Proponujemy formę warsztatowych szkoleń stacjonarnych, w której nad teorią dominuje praktyka (80/20) oraz ćwiczenia rozwijające umiejętności i kształtujące pożądane postawy. Więcej w metodach, opisanych pod programem szkolenia. Pod koniec szkolenia uczestnicy mogą zostać poproszeni o wypełnienie arkusza Action Plan, za które rozwój będą odpowiedzialni. To opcja w wariantcie bazowym.

Czas trwania: 2 dni / grupa.

#### 3. Ewaluacja procesu szkoleniowego i Action Plan

- Po każdym szkoleniu badamy reakcję uczestników za pomocą ankiety ewaluacyjnej online. Główny wskaźnik, który wykorzystamy w ewaluacji to NPS, czyli skłonność do poleceń szkolenia innym współpracownikom.
- Po szkoleniu nastąpi zagregowanie i komunikacja do przetożonego Action Planów (indywidualnych planów działania).
- Za realizację Action Planów w wariantcie bazowym odpowiada uczestnik.

Czas trwania: do tygodnia od daty szkolenia.

#### 4. Raport, rekomendacje i wsparcie uczestników

- Po szkoleniach trener opracowuje raport na podstawie wyników ankiet poszkoleniowych oraz obserwacji. W raporcie będą wskazówki dotyczące zakresu i formy wspierania dalszego rozwoju umiejętności wśród uczestników przez przetożonego.
- Spotkanie omawiające raport. Po przestaniu raportu proponujemy spotkanie online w celu omówienia przebiegu szkolenia i efektów, spostrzeżeń trenera dt. poszczególnych grup uczestników oraz też zawartych w raporcie – tak by przetożony (nie będąc na Sali) miał świadomość tego co wydarzyło się podczas szkolenia, co jest efektem, czego może wymagać/oczekiwać od uczestników.
- Możliwość skorzystania z **puli 5 godzin konsultacji online jedynie dla uczestników szkoleń**. Pula jest ważna i do wykorzystania przez uczestników przez miesiąc od daty ostatniego szkolenia.

Czas trwania: miesiąc od daty zakończenia cyklu szkoleń.



## Etapy współpracy – wariant poszerzony - rekomendowany



### Etapy z wariantu bazowego + 2 dodatkowe etapy:

#### 5. Edukacja przełożonego

By zwiększyć siłę oddziaływań proponujemy **2 spotkania ONLINE edukujące w zakresie szkolenia** – tak by zwiększyć komfort przełożonego w poruszaniu się w zakresie wiedzy i narzędzi, które poznali i przeciwiczyli uczestnicy szkolenia. Edukacja ta odbywa się podczas szkolenia ONLINE **trwającego 4h. Prowadzi je ten sam trener** by na bieżąco wskazywać na wyzwania i potrzeby rozwojowe poszczególnych grup na które warto by zareagował przełożony. Na tym szkoleniu będzie także omówiony sposób interwencji, który będzie optymalny dla danej grupy uczestników szkolenia. Omówione będą także wątpliwości czy pytania szefa zespołu – tak by go przygotować przez np. mikrotrening wybranych metodyk, narzędzi. Omówione także zostaną Action Plany, które uzupełnili uczestnicy szkolenia.

Czas trwania: 2 sesje ONLINE po max 4h w tydzień od daty zakończenia szkoleń.

#### 6. Wsparcie w rozwoju uczestników – doradztwo dla przełożonego uczestników dt. wdrażania Action Planów

Ponieważ rozwój umiejętności to proces a szkolenie zazwyczaj wymaga dodatkowego wsparcia proponujemy **doradztwo w postaci sesji 1:1** z szefem uczestników (przełożonym) na przestrzeni **6 miesięcy** od daty zakończenia szkoleń dla uczestników. Doradztwo to pomaga przełożonemu skonsultować z ekspertem ProOptima zakres i formę wsparcia dla konkretnych uczestników. Doradztwo to prowadzi także ten sam trener, który zna grupy uczestników. Doradztwo to zwiększa stopień kontroli wdrożenia Action Planów uczestników szkoleń i prawdopodobieństwo wprowadzenia z życie postanowień rozwojowych ze szkoleń ( w zakresie zmiany nawyków, zachowań, postawy).

Czas trwania: 6 miesięcy od daty zakończenia szkoleń.



## Przywództwo i kompetencje menedżerskie

Nowo awansowany menedżer. Jak stanąć na mocnym gruncie po awansie?

### Cele szkolenia

- Przygotowanie do nowej roli: kierowniczej i zmiany relacji z podwładnymi.
- Rozwój kompetencji menedżerskich (szczególnie komunikacyjnych) w pracy z zespołami i pojedynczymi osobami.
- Zbudowanie świadomości swoich silnych stron oraz zwiększenie poczucia własnej skuteczności w pełnieniu roli kierowniczej u uczestników szkolenia.
- Doskonalenie skuteczności w radzeniu sobie w sytuacjach trudnych i problemowych w codziennej praktyce.

### Tematyka

- Po co zespołowi szef? Cele zarządzania i mapa kompetencji menedżera.
- Nowa rola, nowe zadania - co zmienia się w relacji z zespołem po awansie?
- Za co mi płacą – za co odpowiada menedżer? Priorytetowe zadania nowoczesnego menedżera.
- Rola kompetencji społecznych i osobistych w osiągnięciu sukcesu zawodowego.
- Jak zbudować sprawny zespół?
- Jak motywować, by nie demotywować?
- Rozwijanie kluczowych umiejętności komunikacyjnych menedżera.
- Symulacja prowadzenia rozmów rozwojowych - videotrening.
- Czemu poświęcamy najwięcej czasu i energii? Diagnoza stopnia wykorzystania własnych zasobów.
- Proste sposoby na zarządzanie uwagą i koncentrację na cel – jak zachowywać priorytety i podejmować lepsze decyzje związane z wykorzystaniem czasu.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

Wprowadzenie do zarządzania projektami. Jak zwiększyć efektywność funkcjonowania firmy poprzez usprawnienie zarządzania projektami?

### Cele szkolenia

- Przygotowanie uczestników do prawidłowego definiowania celów projektu.
- Nabycie umiejętności budowania zespołu projektowego i pełnienie różnych ról jako członek zespołu.
- Nauka planowania projektu i tworzenia harmonogramu działań.
- Zapoznanie się z wybranymi metodykami i najlepszymi praktykami zarządzania projektami.
- Nabycie kompetencji określania ryzyka w projekcie i planowania reakcji optymalizujących.
- Poznanie sposobów monitorowania postępów i raportowania ich na wszystkich etapach projektu.

### Tematyka

- Obowiązki kierownika projektu.
- Cykl życia projektu i najważniejsze procesy w projekcie.
- Ocena potrzeb, decyzja o wyborze projektów do realizacji.
- Formułowanie celów zgodnie z zasadą SMART.
- Struktura Podziału Prac (WBS – Work Breakdown Structure).
- Macierz odpowiedzialności a Macierz RACI.
- Planowanie zasobów, zamówień, komunikacji i jakości.
- Przegląd BAR.
- Harmonogram projektu.
- Diagramy sieciowe – metoda ścieżki krytycznej.
- Planowanie zarządzania ryzykiem.
- Monitorowanie projektu.
- Ocena wykonania projektu.
- Dobór i zarządzanie zespołem projektowym.
- Analiza wybranych metodyk – do uzgodnienia w zależności od oczekiwania: PMI / PMBOK, PRINCE2, SIX sigma.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Skuteczne delegowanie i egzekwowanie zadań. Jak zwiększyć skuteczność w realizacji zadań przez Twoich ludzi?

### Cele szkolenia

- Wzmocnienie kompetencji do budowania produktywnych relacji z pracownikami.
- Opanowanie znajdowania równowagi między nadmierną kontrolą a pozostawieniem pracowników samych z trudnymi zadaniami.
- Doskonalenie umiejętności komunikowania się z pracownikami w trakcie: przekazywania poleceń, delegowania zadań, motywowania, oceny i kontroli pracy.
- Opracowanie praktycznych rozwiązań – metod do wykorzystania w realiach pracy menedżerów.
- Rozwój umiejętności delegowania w praktyce komunikacji.

### Tematyka

- Warunki skutecznego delegowania.
- Jak pozyskiwać do realizacji celu pracowników niebędących w relacji zależności?
- Kontrakt z pracownikiem - czyli jak budować odpowiedzialność za wykonanie.
- Autorytet - czy można budować autorytet bez władzy?
- Jak formułować polecenia?
- Jak sprawdzać zrozumienie polecenia?
- Monitorowanie realizacji – czyli skąd będę wiedzieć, że zadanie jest realizowane.
- Motywacyjna rola informacji zwrotnych.
- Postępowanie się konstruktywną krytyką w celu modyfikacji zachowań.
- Egzekwowanie, korygowanie - jak prowadzić rozmowę oceniającą efekty?
- Symulacje rozmów z pracownikami.
- Analiza własnych mocnych stron w delegowaniu zadań oraz obszarów, które wymagają wzmocnienia.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Informacja zwrotna dla rozwoju - Feedback. Jak skutecznie udzielać informacji zwrotnej?

### Cele szkolenia

- Poznanie zasad skutecznego i bezpiecznego udzielania informacji zwrotnej (feedbacku).
- Odkrycie mocy wspierania rozwoju i motywacji swoich pracowników przed feedback.
- Wyćwiczenie skutecznego prowadzenia rozmów oceniających z pracownikami.
- Przygotowanie do postępowania się informacją zwrotną w trudnych i nietypowych sytuacjach.
- Rozwój umiejętności przyjmowania informacji zwrotnej dotyczącej siebie.

### Tematyka

- Czym jest a czym może być ocena dla pracownika – o korzyściach i zagrożeniach związanych z oceną.
- Czym jest a czym nie jest feedback: Podejście „na twardo” vs podejście „na miękko”.
- Model: F.U.O. F.U.K.O, Kanapka oraz Metoda Feed-forward w udzielaniu informacji zwrotnej.
- Proces oceniania: fakty, opinie, emocje, interpretacje. Psychologia oceniania ludzi oraz wnioski dla praktyki oceniania i dawania feedbacku menedżerskiego .
- Ocenilem i co dalej – formułowanie oceny. Jak ująć ocenę w słowa?
- Rola informacji zwrotnej (stałej, cyklicznej) w rozwoju ludzi, zespołu, firmy.
- Cele i zasady udzielania feedbacku i przyjmowania go.
- Krok po kroku - struktura rozmowy feedbackowej, która dodaje skrzydeł.
- Co menedżer powinienem wiedzieć przed udzieleniem konkretnego feedbacku - przygotowanie do rozmowy?
- Konstruktywna krytyka, inspirująca pochwała - zasady udzielania informacji zwrotnych: łatwych w przekazaniu i tych trudniejszych.
- Symulacje prowadzenia rozmów - videotrening.
- Action Plan na rozwój umiejętności dawania informacji zwrotnej.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



Zeskanuj

## Motywowanie pozapłatcowe - obudź ich zaangażowanie! Jak motywować pozafinansowo do realizacji celów i zadań?

### Cele szkolenia

- Poznanie własnych nawyków w sposobie motywowania oraz barier ograniczających skuteczniejsze motywowanie.
- Wzrost wiedzy na temat metod, narzędzi i wymiarów motywowania w środowisku pracy.
- Rozwój umiejętności stawiania motywujących celów.
- Rozwój umiejętności prowadzenia rozmowy feedbackowej, udzielania informacji zwrotnej.
- Zwiększenie skuteczności w pełnieniu roli szefa, który motywuje pozafinansowo.

### Tematyka

- Czego potrzebują ludzie, by efektywnie pracować? A Twoi ludzie?
- Modele motywowania i ich praktyczne zastosowanie.
- Błędy motywowania - najpopularniejsze „demotywatory”.
- Narzędzia i metody motywowania pracowników.
- Czynniki i wartości, które motywują zespół do lepszej pracy – co wynika z doświadczeń wiodących firm?
- Pozafinansowe techniki motywowania pracowników - jak motywować, by nie demotywować?
- Zauważaj i chwal - skuteczne metody okazywania uznania.
- „Przykład idzie z góry” – rola szefa jako wzorca do naśladowania.
- Efekt Pigmaliona w zarządzaniu ludźmi – stawianie wyzwań i budowanie współodpowiedzialności za rezultaty pracy.
- Jak wyznaczać cele tak, by motywowały nas i innych?
- Praktyka formułowania celów z pracownikiem.
- Monitorowanie realizacji. Rola menedżera w procesie realizacji celu – czyli zasady kontroli i wsparcia przy realizacji celów.
- Informacja zwrotna jako narzędzie wywierania wpływu.
- Od rozmowy oceniającej do rozmowy coachingowej - czyli jak wzbudzić motywację do rozwoju.
- Symulacje prowadzenia rozmów z pracownikami - videotrening.
- Action Plan.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Trudne rozmowy menedżerskie. Jak radzić sobie z niedotrzymanymi obietnicami i niewłaściwym zachowaniem współpracowników?

### Cele szkolenia

- Zapoznanie uczestników ze sprawdzonym procesem skutecznego radzenia sobie z niepożądanymi zachowaniami pracowników.
- Nauczenie uczestników metod wypracowywania zasad kierujących zachowaniem pracowników i konsekwentnego ich przestrzegania.
- Dostarczenie uczestnikom wiedzy i praktyki komunikowania pracownikowi trudnych dla niego informacji w sposób akceptowany społecznie.

### Tematyka

- Z jakiego powodu warto uczyć się rozmawiać na trudne tematy?
- Co robić przed rozmowami konfrontacyjnymi - jak przygotowywać się do rozmów.
- Co zrobić, by najpierw myśleć a potem otwierać usta.
- Jak rozpocząć trudną rozmowę?
- Jak pomóc rozmówcy podjąć działanie – zmianę postępowania?
- Jak sprawić, by dotrzymanie obietnic było bezbolesne?
- Co robić w trakcie trudnej rozmowy: jak radzić sobie z emocjami i stresem swoim i drugiej osoby.
- Co robić, gdy druga osoba: toczy dygresję, złości się, czuje się niepewnie, nie dotrzymuje postanowień, przytacza jeszcze większy problem?
- Najtrudniejsze sytuacje w życiu zawodowym i jak sobie z nimi radzić?

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Leadership - Jak być liderem? Przywództwo skoncentrowane na rezultatach.

### Cele szkolenia

- Kształtowanie umiejętności skutecznego wpływu na zachowania i postawy podległych pracowników.
- Poznanie zasad skutecznego wywierania wpływu oraz zasad świadomego budowania własnej wiarygodności.
- Zwiększenie skuteczności osiągania założonych celów.

### Tematyka

- Przywództwo a zarządzanie. Od różnic między menedżerem a liderem do oceny własnego poziomu przywództwa.
- Kompetencje komunikacyjne nowoczesnego menedżera. Od zasad, wskaźników i narzędzi skutecznej komunikacji po wizję przywództwa jako mistrzostwa w kreowaniu dialogu nastawionego na wspólny cel.
- Podstawowe zasady wywierania wpływu. Od automatycznych 6 reguł wywierania wpływu wg Cialdiniego po wartości i etykę wpływu.
- Przywództwo skoncentrowane na rezultatach. Jak nie wpadać w pułapkę obwiniania i pomóc pracownikowi w przejściu odpowiedzialności za podejmowane działania i ich rezultaty?
- Jak wyznaczać cele, by móc liczyć na ich realizację? Od sztuki integracji celów osobistych i firmowych po zawieranie kontraktu z pracownikiem.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Menedżer jako rekruter. Pytam, Poznaję, Przewiduję, Zyskuję – warsztaty prowadzenia rozmów rekrutacyjnych.

### Cele szkolenia

- Nabycie umiejętności precyzyjnego formułowania wymagań odnośnie kwalifikacji i osobowości kandydata i planowania struktury rozmowy z kandydatem.
- Poznanie technik prowadzenia rozmowy z kandydatami.
- Pogłębienie świadomości wpływu swojego zaangażowania i stylu prowadzenia rekrutacji na otrzymywane efekty rozmowy.
- Poznanie sposobów opisu i pomiaru pojęć: „osobowość”, „motywacja”, „kreatywność”.
- Zwiększenie świadomości procesów, które mogą zakłócić obiektywną ocenę kandydata.
- Zapoznanie ze standardami organizacji rekrutacji i komunikacji z kandydatem.

### Tematyka

- Cel rozmowy rekrutacyjnej. Wiedza, którą menedżer musi zgromadzić o kandydacie, zanim podejmie decyzję o jego zatrudnieniu.
- Osobowość i motywacja. Podejście psychologiczne w biznesie.
- Profil kandydata. Od określenia cech, jakie musi posiadać pracownik firmy, przez różnice w percepcji CV między działem HR a menedżerem, aż do dobrych praktyk selekcji CV.
- Metodologia rozmowy: od cegiełek - czyli pytań, po budowlę - czyli wywiad.
- Badanie wiarygodności kandydata: metody i sposoby na weryfikację przyszłego pracownika.
- Dopasowanie kandydata do kultury organizacyjnej firmy.
- Podejmowanie decyzji: od czynników zakłócających obiektywną ocenę kandydata po kandydata dopasowanego – koncepcja podejmowania decyzji rekrutacyjnej wg Belbina.
- Standardy komunikacji z kandydatem podczas procesu rekrutacyjnego. Jak zadbać o Employer Branding: zapraszanie, informowanie i udzielanie informacji zwrotnej kandydatowi.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe





## Zarządzanie zespołem rozproszonym. Wyzwania Globalnej Pracy Zespołowej.

### Cele szkolenia

- Poznanie technik zarządzania zespołem rozproszonym.
- Kształtowanie świadomości na temat znaczenia strategii, wpływających na efektywność pracy zespołów rozproszonych.
- Doskonalenie własnych mocnych stron i szans rozwoju.

### Tematyka

- Praca w Zespołach Rozproszonych.
- Narzędzie Cultural Detective.
- Kluczowe wyzwania w pracy globalnego zespołu.
- Przejście: od wykonywania zadań do współdzielenia, od zespołu do zaufania, od terytorium do synergii oraz od czasoprzestrzeni do wykonania.
- Techniki minimalizowania chaosu, czarnych dziur i martwych punktów w pracy zespołowej.
- Analiza Przypadków.
- 5 głównych faz cyklu życia globalnych zespołów oraz ich cechy charakterystyczne.
- Czynniki sukcesu Globalnych Zespołów.
- Przykłady rozwiązań zaawansowanych technologii w globalnej pracy zespołowej.
- Przykłady opracowania strategii, służącej do efektywnej pracy wirtualnej zespołów globalnych.
- Analiza mocnych stron i obszarów do rozwoju.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Zarządzanie zmianą. Zmieniaj zachowania pracowników, funkcjonowanie działu i firmy.

### Cele szkolenia

- Dostarczenie wiedzy i weryfikacja przekonań na temat zmiany organizacyjnej.
- Zwiększenie samoświadomości własnej roli w procesie zmiany.
- Zwiększenie efektywności w komunikowaniu się w procesie zmiany.
- Zbudowanie świadomości swoich silnych stron oraz zwiększenie poczucia własnej skuteczności u uczestników szkolenia.
- Bardziej kreatywne i skuteczne radzenie sobie w sytuacjach trudnych oraz problemowych w codziennej praktyce.

### Tematyka

- Zmiany w organizacji: psychologiczny wymiar zmian. Krzywa zmiany – ludzie będą na nią zawsze tak reagować!
- Pożądane zachowania menedżerów w sytuacji zmiany – postawa i komunikacja.
- Jak pracować z obawami i przekonaniami ludzi w sytuacji zmiany.
- 3 reguły dokonywania zmian „Wskaż kierunek jeźdźcowi”, „Zmotywuj słońca”, „Wyrównaj ścieżkę” – praktyczne rady i ćwiczenia stosowania reguł.
- Jak wykorzystać wiedzę w naszym przypadku? - analiza case study uczestników.
- Twoje emocje w zmianie. Dlaczego ich ignorowanie zemści się na Twojej skuteczności?
- Twój obszar wpływu – nazwij go, abyś mógł w tym zakresie operować i nie narażać się na frustrację.
- Komunikowanie się w procesie zmian i reakcje na zmiany – workshop oparty o casey z życia firmy.
- Kluczowa zmiana we mnie, by skuteczniej komunikować się w obliczu zmian w firmie to...
- Action Plan, czyli zdefiniowanie zakresu pożądanej zmiany – planowanie własnego rozwoju.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Prowadzenie spotkań firmowych. Postawa, motywacja, narzędzia.

### Moduł I. Znaczenie spotkań w efektywnym realizowaniu zadań / projektów

- Po co nam spotkania? Kiedy je organizować, a kiedy nie są potrzebne?
- Rodzaje spotkań i ich funkcje dla realizacji zadań / projektów
- Korzyści wynikające z efektywnego spotkania / zebrania.
- Koszty związane z organizowaniem / uczestniczeniem w spotkaniach / zebraniach.
- Określenie parametrów skuteczności spotkania
- Analiza doświadczeń uczestników w zakresie korzyści, kosztów i parametrów skuteczności spotkań, które odbywają
- Ja jako uczestnik spotkania - czego potrzebuję do osiągnięcia korzyści ze spotkania?
- Rola prowadzącego / moderatora w osiąganiu wyniku spotkania,
- Ja w roli prowadzącego spotkanie - identyfikacja swoich mocnych stron, określenie obszarów rozwojowych

### Moduł II. Przygotowanie efektywnego spotkania

- Przygotowanie do spotkania - strata czasu czy konieczność?
- Precyzyjne określanie celów spotkań
- Dobór osób niezbędnych oraz „opcjonalnych” na spotkaniu
- Realistyczne zaplanowanie czasu trwania spotkania oraz czasu trwania poszczególnych jego części
- Przygotowanie efektywnej agendy spotkania
- Komunikacja spotkań
- Umiejętność efektywnego przygotowania samego siebie do spotkania – zarówno z punktu widzenia prowadzącego, jak i uczestnika spotkania
- Przygotowanie miejsca spotkania

### Moduł III. Prowadzenie efektywnego spotkania.

- Elementy / etapy spotkania

- Dobre rozpoczęcie spotkania
- Przedstawianie złożonych kwestii, prowadzenie sesji pytań i odpowiedzi oraz dyskusji w trakcie spotkania
- Zasady i narzędzia wspierające wypracowywanie efektów spotkań (np. 5Why, odmiany burzy mózgów, technika paradoksu, metaplan)
- Dlaczego nie każda "burza mózgów" działa?
- Przygotowanie do radzenia sobie z trudnymi sytuacjami oraz „trudnymi uczestnikami”
- Mechanizmy pracy w grupie i dysfunkcje pracy zespołowej (Lencioniego) zagrażające wynikom spotkania
- Elementy spotkania mające bezpośredni wpływ na dalszą pracę zespołu, umiejętności właściwego zakończenia spotkania
- Komunikacja "po spotkaniu" - wsparcie w realizowaniu kolejnych celów / zadań / założeń określonych na spotkaniu
- Wypracowanie listy "must have" moderatora spotkań
- Ćwiczenia w prowadzeniu spotkań i wykorzystywaniu poznanych narzędzi

### Moduł IV. Efektywne spotkanie zdalne lub hybrydowe

- Elementy przygotowania spotkania zdalnego pod kątem organizacyjnym, merytorycznym i relacyjnym
- Komunikacja osobista vs. komunikacja online - podobieństwa, różnice i ich wpływ na sposób prowadzenia spotkania zdalnego
- Rola moderatora podczas spotkania zdalnego - funkcje, obowiązki, przywileje
- Budowanie relacji i zaangażowania uczestników spotkania zdalnego - metody, narzędzia, techniki

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Praktyczne zarządzanie projektami

### Wprowadzenie

- Wprowadzenie do zarządzania projektami
- Przegląd metodyk i standardów światowych (PRINCE2, IPMA, SCRUM, inne)
- Definicja i cechy charakterystyczne projektu
- Cykl życia projektu – model fazowy..

### Analiza celów projektu – Czyli po co realizujemy projekt.

- Sesja mająca na celu poznanie technik definiowania celów projektu. Definicja celu projektu będzie podstawą do zbudowania w dalszej części warsztatów efektywnego zespołu zarządzania projektem oraz dalszego zaplanowania projektu.
- Cele w projekcie - kryteria akceptacji – mierzalność celów
- Uzasadnienie biznesowe
- Technika macierzy kompromisów projektowych
- Dostosowanie metod prowadzenia projektu do skali projektu.

### Budowa zespołu zarządzania projektem – Czyli kto będzie za co odpowiadał.

- Celem jest nabycie przez uczestników umiejętności określania ról, kompetencji i odpowiedzialności w zespole projektowym.
- Zespół zarządzania projektem
- Role, kompetencje i odpowiedzialność w zespole projektowym
- Zespół projektowy w kontekście współpracy z dostawcą zewnętrznym lub klientem.

### Kontekst projektu – Czyli co i jak wpływa na realizowany przez nas projekt.

- Celem jest nabycie umiejętności związanych z analizą sytuacji zewnętrznej i wewnętrznej wobec organizacji i ich wpływu na projekt. Przydatne przy analizach ryzyka oraz komunikacji.
- Otoczenie projektu i analiza interesariuszy
- Projekt a organizacja stała
- Współpraca interdyscyplinarna pomiędzy działami w trakcie planowania i realizacji projektu.

- Projekt realizowany przez zespół rozproszony.

### Analiza zakresu i planowanie projektu – Czyli co dokładnie chcemy zrobić, kiedy i za ile.

- Celem jest nabycie przez uczestników praktycznej umiejętności definiowania zakresu projektu przez jego hierarchiczną dekompozycję oraz harmonogramowania projektu wraz z określeniem systemu monitorowania projektu (elementy sterowania projektem).
- Określanie zakresu projektu
- Technika struktury podziału produktów – PBS, WBS
- Kryteria jakości dla produktów
- Techniki monitorowania projektu
- Metoda ścieżki krytycznej
- Harmonogramowanie projektu – wykres Gantta
- Analiza budżetu projektu – przepływy finansowe w projekcie

### Komunikacja i dokumentowanie projektu – Czyli kto z kim, kiedy i w jakich sytuacjach będzie się komunikował w projekcie.

- Celem jest wypracowanie adekwatnych do stopnia złożoności projektu systemów komunikacji i dokumentowania projektu (w tym kontroli jakości).
- Wymagania komunikacji w projekcie
- System raportowania i kontroli w projekcie
- Kontrola jakości w projekcie – spójność z systemem zarządzania jakością w organizacji.
- Systemy informatyczne wspierające realizację projektów.

### Operacyjne zarządzanie projektem – Czyli codzienne prowadzenie projektu przez kierownika.

- Omówienie procesów operacyjnego zarządzania projektem oraz typowych zagadnień projektowych w tym: zlecenie i kontrola wykonania prac, zarządzanie zmianą.
- Planowanie zakresu etapu
- Procesy operacyjnego zarządzania etapem
- Rejestr zagadnień projektowych
- Rejestr jakości
- Proces zarządzania zmianą



- Analiza wpływu zmiany na parametry projektu
- Mechanizm eskalowania problemów na wyższy poziom zarządzania.

**Zarządzanie ryzykiem w projekcie** – Czyli jakie szanse i zagrożenia powinniśmy rozważyć przed, w trakcie i po realizacji przedsięwzięcia.

- Celem jest zapoznanie uczestników z technikami identyfikacji i analizy ryzyk w projekcie oraz sposobami ich redukcji.
- Identyfikacja i analiza ryzyka
- Rejestr ryzyk
- Szacowanie ryzyka
- Sposoby redukcji ryzyka i ich wpływ na realizację projektu.

**Czas trwania: 2 dni szkoleniowe**

## antyMobbing. Przeciwdziałanie mobbingowi i dyskryminacji w organizacji

### Cele szkolenia

- Wzmacnianie świadomości znaczenia negatywnego wpływu nierównego traktowania oraz mobbingu na efektywność organizacji
- Umiejętność rozpoznawania zachowań i sytuacji mających znamiona dyskryminacji, molestowania i mobbingu w różnych sytuacjach zawodowych
- Wypracowywanie algorytmów zachowań i działań ułatwiających kształtowanie zdrowych relacji zawodowych.
- Przygotowanie do budowania, wdrażania, realizacji i modyfikacji procedur antymobbingowych i antydyskryminacyjnych przez organizację

### Tematyka

- Wprowadzenie w tematykę szkolenia, czyli obowiązki i przywileje pracownika i pracodawcy
- Dyskryminacja, molestowanie i mobbing w organizacji – rozróżnienie zjawiska dyskryminacji, molestowania i mobbingu
- Dostrzeganie i diagnoza negatywnych zjawisk na płaszczyźnie organizacji – od sygnałów po eskalację
- Metody reagowania i przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji
- Przestrzeń tworzona przez menedżera (kierownika) oraz profilaktyka mobbingu i dyskryminacji
- Rola procedur antymobbingowych i antydyskryminacyjnych czyli przełożenie prawa na praktykę zarządzania
- Polubowne rozwiązywanie sporu, charakterystyka polubownych sposobów rozstrzygnięcia sporów
- Rozwiązywanie sporów wewnątrz organizacji od komisji po techniki i narzędzia
- Podsumowanie szkolenia – diagnoza potrzeb własnej organizacji w zakresie procedur

**Czas trwania: 2 dni szkoleniowe**



## Obsługa budująca lojalność Klienta

Profesjonalna obsługa Klienta. Jak zapewnić profesjonalną obsługę w trakcie komunikacji z Klientem?

### Cele szkolenia

- Zbudowanie motywacji uczestników do doskonalenia sposobu obsługi Klientów a szerzej dbania o Customer Experience .
- Wzrost świadomości własnej roli w procesie budowania satysfakcji klienta
- Poznanie zasad i kluczowych elementów doskonałej obsługi Klienta.
- Praktyczne wyćwiczenie doskonałej obsługi Klienta.

### Tematyka

- Rynek sprzedawców stał się rynkiem Klienta. Dlaczego musimy walczyć o zadowolenie współczesnego Klienta? Era Customer Experience!
- Kto dla kogo? Co jest celem obsługi Klienta i kto jest za nią odpowiedzialny?
- Czego oczekują współcześni polscy Klienci, a czego nienawidzą? - rola szacunku i zaufania.
- Ja jako obsługujący... kim jestem dla Klienta i co chcę osiągnąć obsługując go?
- Profesjonalna obsługa klienta – czym się kierować rozmawiając z Klientem?
- Mapa 36 znakomitych zwrotów i technik w obsłudze Klienta.
- Zasady profesjonalnej obsługi klienta wewnętrznego i zewnętrznego w kanałach zdalnych i bezpośredniej obsłudze.
- Jak rozmawiać z Klientem? Praktyka obsługi Klienta – doskonalenie umiejętności podczas scenek z wykorzystaniem scenariuszy z „życia firmowego wziętych”- videotrening.
- Analiza własnych mocnych stron w kontakcie z Klientem oraz obszarów, które wymagają wzmocnienia. Indywidualny kontrakt na rozwój.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

Od „trudnego” do wiernego Klienta. Jak obsługiwać trudnych Klientów, by zdobyć ich lojalność?

### Cele szkolenia

- Lepsze zrozumienie perspektywy Klienta, którego oczekiwania nie zostały spełnione i jak się stał trudnym.
- Zwiększenie umiejętności panowania nad emocjami własnymi i klienta w kontakcie z „trudnym” Klientem.
- Wypracowanie zasad profesjonalnej obsługi, która pozytywnie zaskakuje Klienta.
- Zwiększenie elastyczności reagowania w sytuacjach trudnych i nietypowych.

### Tematyka

- Czy warto walczyć o zadowolenie i wierność „trudnego” Klienta?
- Dlaczego Klient staje się „trudny”? Mechanizm generowania i frustrowania trudnych klientów.
- Proaktywna postawa w radzeniu sobie z problemami w obsłudze Klienta – klucz do zmiany trudnego w zadowolonego.
- Dwie płaszczyzny komunikacji z Klientem – sfera problemu (merytoryczna) i sfera relacji (emocjonalna).
- Zasady profesjonalnej obsługi w sytuacjach określanych jako trudne.
- Język jako narzędzie wpływu w kontakcie z „trudnym” Klientem. Jak się komunikować by zarządzać emocjami i oczekiwaniami klienta?
- Jak przekazywać trudne wiadomości – sztuka doboru właściwych słów i sposobu przekazywania informacji.
- Od niezadowolenia do wierności – praktyka kontaktów z „trudnymi” Klientami – videotrening.
- Action Plan. Już jutro mogę potraktować Klienta inaczej.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Obsługa Klienta w Help Desk. Jak obsługiwać Klientów wewnętrznych i zewnętrznych?

### Cele szkolenia

- Wzrost świadomości specyfiki potrzeb Klientów wewnętrznych i zewnętrznych w sytuacji, gdy kontaktują się z Help Desk.
- Poznanie i uwspólnianie zasad obsługi Klienta wewnętrznego i jej znaczenia dla realizacji celów istnienia Help Desk.
- Doskonalenie umiejętności efektywnego prowadzenia rozmowy i e-korespondencji z Klientem Help Desk.
- Rozwój umiejętności radzenia sobie z emocjami własnymi i partnera rozmowy w kontaktach z Klientami wewnętrznymi czy zewnętrznymi.
- Wypracowanie zasad kierujących zachowaniem pracowników Help Desk.

### Tematyka

- Kto dla kogo? - cele istnienia Help Desk.
- Czego oczekuje współczesny klient – i jakie to ma znaczenie dla Help Desk?
- Fundamenty skuteczności. Podstawowe zasady profesjonalnej obsługi Klienta (telefon, e-mail).
- Elementy składowe skutecznej komunikacji bezpośredniej i zdalnej w trakcie obsługi.
- Symulacja rozmów i obsługi Klienta w Help Desk – videotrening.
- Trudne sytuacje i wyzwania w obsłudze (warsztat generowania rozwiązań na podstawie sytuacji, które mogą mieć miejsce w Help Desk).
- Organizacja pracy - priorytety i reagowanie na sytuacje kryzysowe w Help Desk – standardy a możliwości.
- Zasady obsługi Klienta – workshop. Standardy obsługi Klienta w Help Desk.
- Podsumowanie szkolenia i zdefiniowanie zadania wdrożeniowego" Action Planu.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Obsługa reklamacji. Jak zyskać lojalnego Klienta podczas obsługi reklamacji?

### Cele szkolenia

- Zwiększenie rozumienia perspektywy Klienta składającego reklamację i jego racjonalnych i emocjonalnych potrzeb by łatwiej i skuteczniej go obsługiwać.
- Poznanie, i uporządkowanie kluczowych zasad obsługi reklamacji.
- Praktyka budowania pozytywnych doświadczeń Klienta (Customer Experience) dzięki przeciwnym zwrotom i technikom obsługi klienta w trakcie reklamacji.

### Tematyka

- Współczesny klient – nasz pracodawca. Czujesz to?
- Reklamacje: walczycie czy uciekacie przed nimi? Jest trzecia droga? Znaczenie zarządzania głosem klienta (Voice of Customer) w rozwoju organizacji. Duża i mała pętla do domknięcia.
- Charakterystyka sytuacji reklamacji z perspektywy Klienta. Emocje Obsługujących i polityka Firmy.
- Wartość sytuacji reklamacji dla budowania lojalności Waszego klienta – docień to!
- Cztery kategorie niezadowolonych Klientów i fazy reakcji Klienta w sytuacji reklamacji.
- Profesjonalna obsługa reklamacji – zasady, które warto przestrzegać, by nie stracić Klienta.
- Dwie płaszczyzny komunikacji z Klientem – sfera problemu (merytoryczna) i sfera relacji (emocjonalna).
- Jak przekazywać trudne wiadomości – sztuka doboru właściwych słów i sposobu przekazywania informacji.
- Praktyka obsługi reklamacji – symulacje rozmów – na bazie Firmowych case studies. Videotrening.
- Analiza własnych mocnych stron w kontakcie z Klientem składającym reklamację oraz obszarów, które wymagają wzmocnienia - Action Plan.
- Pożądane zmiany w procedurach, skryptach, procesach obsługi Klienta – zalecenia poszkoleniowe.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Obsługa klienta przez telefon i inne zdalne kanały komunikacji. Jak profesjonalnie komunikować się z Klientem?

### Cele szkolenia

- Zapoznanie się z zasadami profesjonalnej obsługi Klienta przez telefon, e-mail, chat.
- Praktyczne wyćwiczenie rozwiązywania problemów w kontakcie z Klientem.
- Zwiększenie świadomości czynników wpływających na satysfakcję Klienta z obsługi telefonicznej, mailowej i przez inne kanały.
- Rozwój umiejętności doskonałej obsługi z troską o Experience Klienta.

### Tematyka

- Czym jest profesjonalna obsługa Klienta w przypadku kontaktu przez telefon, e-mail, chat, Social Media? - Definicja i znaczenie Customer Experience
- Czego oczekują współcześni Klienci w kontakcie z firmami? A z Wami?
- Na jakie potrzeby Klienta jeszcze nie odpowiadamy? Analiza SWOT
- Jakich zachowań nie akceptują Klienci i co z tego wynika dla osób ich obsługujących?
- Jak w rozmowie telefonicznej sprawnie: słuchać, pytać i odpowiadać?
- Zasady profesjonalnej obsługi przez telefon - czym się wyróżnić na tle konkurencji?
- Zasady profesjonalnej obsługi klienta przez e-mail, chat i inne komunikatory
- Budowanie relacji w komunikacji – profesjonalne zachowania podczas tworzenia wiadomości tekstowej.
- Rozwiązywanie problemów w kontakcie z Klientem - rozwiązania dedykowane.
- Action Plan – plan na lepszą obsługę naszych Klientów.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Wyróżniająca obsługa Klienta. Szkolenie zaawansowane.

### Cele szkolenia

- Przeanalizowanie kluczowych obszarów kontaktu z Klientem ze względu na tworzenie pożądanych doświadczeń i emocji (Customer Experience).
- Wyćwiczenie samodzielnego analizowania procesu powstawania doświadczeń Klienta.
- Wypracowanie zasad wyróżniającej obsługi przekraczającej oczekiwania Klienta.
- Nabycie umiejętności pozyskiwania nowych zadowolonych Klientów bez ponoszenia kosztów marketingu i reklamy.

### Tematyka

- Twoje – jako Klienta - najlepsze doświadczenie obsługi.
- Wyróżniająca obsługa (Customer Experience). Czym są doświadczenia Klienta?
- Jak przyglądać się kontaktom Klienta z firmą?
- Stworzenie uproszczonej mapy doświadczeń Klienta dla wybranych kluczowych obszarów kontaktu z Klientem. Gdzie powinniśmy skoncentrować energię?
- Jak to robi Apple i czym się inspirować? APPLE, czyli Podejście, Sondowanie, Prezentacja rozwiązania, Słuchanie, Zakończenie - 5 kroków obsługi Klienta APPLE a realia funkcjonowania miejsca kontaktu z Klientem w mojej firmie.
- Co chcemy zmienić? Jak możemy się wyróżnić?
- Wyróżniająca obsługa Klienta – czym się kierować rozmawiając z Klientem?
- Budowanie doświadczeń Klienta na co dzień – jak radzić sobie w różnych sytuacjach – praca z case study.
- Zasady wyróżniającej obsługi, która oczarowuje Klienta.
- Action Plan – tak będą dbać o lepsze doświadczenia klienta.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Customer Journey Map (CJM). Zarządzaj doświadczeniem swego klienta dzięki mapowaniu jego podróży!

### Cele szkolenia

- Zrozumienie i uwspólnianie rozumienia wśród uczestników pojęć: podróży klienta, person, momentów kontaktu, faz.
- Przygotowanie do tworzenia Mapy - jakie informacje od Waszych klientów są niezbędne?
- Jak budować Customer Journey Map? Poznanie krok po kroku procesu budowy CJM.
- Cenne inspiracje - przykładowe mapy innych firm.

### Tematyka

- Ile tracą firmy na złej obsłudze Klienta (LTV, retencja, marka)?
- Zyski z lojalności klienta - obniżenie kosztów czy wzrost przychodów?
- Ile może zyskać nasza firma? – Symulacja możliwych zysków z wykorzystaniem firmowych danych.
- Czy inwestycja w dobre doświadczenia dużo kosztuje, kiedy i w czym się zwraca?
- Od gospodarki produktu do gospodarki przeżyć i doświadczeń - dlaczego na konkurencyjnym rynku to przeżycia decydują o przewadze?
- Ewolucja organizacji ze względu na gotowość do Customer Experience Management (CEM) – gdzie teraz jest firma?
- Czy CEM to działanie, taktyka, strategia czy filozofia? Konsekwencje różnych stopni zaangażowania dla wyniku biznesowego.
- Jak to robią inni – SAFARI po przykładach firm, które skuteczniej zarządzają doświadczeniem klienta (CEM).
- Gdzie tworzą się doświadczenia Klientów? Moje doświadczenie z perspektywy klienta jako punkt wyjścia.
- Czym są Customer Experience (doświadczenia Klientów)? Mechanizm działania emocji i pamięci Klientów.
- Psychologia Customer Experience. Jak doświadczenia Klientów przekładają się na lojalność, jej brak lub coś jeszcze gorszego?

- Jak i czym możesz mierzyć doświadczenia Klienta (CX)? NPS, CES, CSA.
- Customer Journey, podróż przez firmę – wprowadzenie w metodykę.
- Customer Journey Map – warsztat budowy mapy podróży klienta.
- Warunki budowy CJM w firmie – jak zarządzać projektem przed, w trakcie i po zbudowaniu CJM?
- Customer Journey Map we współpracy z partnerem zewnętrznym.
- Kryteria i oczekiwania – jak formułować cele i czego oczekiwać od współpracy z zewnętrznym partnerem?
- Jak zaszczepić w organizacji podejście Customer Experience Management?
- Action Plan uczestników.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe





## Poznaj Customer Experience Management. Praktyczne narzędzia zarządzania doświadczeniami klienta.

### Cele szkolenia

- Zrozumienie o co chodzi z Customer Experience i poznanie najnowszych trendów.
- Zainspirowanie się przykładami sukcesów w CEM z Polski i świata.
- Poznanie wachlarza narzędzi badania i projektowania doświadczeń klienta.
- Uzyskanie wiedzy jak zarządzać wdrożeniem CEM w firmie.
- Realizowanie konkretnego Action Planu.

### Tematyka

- Ile tracą firmy złej obsłudze Klienta (LTV, retencja, marka)?
- Zyski z lojalności klienta - obniżenie kosztów czy wzrost przychodów?
- Ile może zyskać nasza firma?
- Customer Experience ROI.
- Od gospodarki produktu do gospodarki przeżyć i doświadczeń.
- Ewolucja organizacji ze względu na gotowość do Customer Experience Management (CEM) – gdzie teraz jest moja firma?
- Czy CEM to działanie, taktyka, strategia czy filozofia?
- Jak to robią inni?
- Gdzie tworzą się doświadczenia Klientów? Moje doświadczenie z perspektywy klienta jako punkt wyjścia.
- Czym są Customer Experience (doświadczenia Klientów)? Mechanizm działania emocji i pamięci Klientów.
- Psychologia Customer Experience. Jak doświadczenia Klientów przekładają się na lojalność, jej brak lub coś jeszcze gorszego?
- Customer Experience Management – kluczowe pojęcia.
- Narzędzia CEM - jak i czym możesz mierzyć doświadczenia Klienta?
  - NPS
  - CES
  - CSI
  - Voice of the Customer (VoC)
  - Voice of Customer Closed Loop

- Brand Promise & Brand Values
- Jakościowe (IDI, FGI, Insight konsumencki)
- Customer Journey Map
- Rola pracowników w strategii Customer Experience.
- Rola i zadania menedżera we wdrożeniu CEM w firmie.
- Etapy i metody wdrażania CEM.
- Wskaźniki sukcesu wdrożenia CEM.
- Action Plan uczestników – jaki będzie mój następny krok CEM?

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Moderator procesu Customer Journey Map

### Cele szkolenia

- Dokładne poznanie czym jest i jak wykorzystywać **Customer Journey Map** na co dzień.
- Otrzymanie know-how do tworzenia map podróży klientów w swojej firmie.
- Zgłębienie podstawowych zasad pozyskiwania informacji od klientów: wywiady indywidualne, ankiety wraz z wzorem scenariusza i ankiety badające doświadczenie klienta (CX) CJM.
- Wzmocnienie kompetencji w zakresie kluczowych zasady – i konkretnych wskazówek – niezbędnych w codziennej pracy facilitatora, który ma efektywnie prowadzić pracę grupy tworzącej mapę podróży klienta.
- Uświadomienie sobie wyzwań, narzędzi i kroków, które stanowią o sukcesie w tworzeniu mapy.

### Tematyka

- Czym są Customer Experience (doświadczenia Klientów)?
- Jak i czym możesz mierzyć doświadczenia Klienta (CX)?
- Ścieżka podróży (CJM)
- Pojęcia CJM
- Proces tworzenia CJM
- Badania klienckie: Klienci jako źródło (bez)cennych informacji do tworzenia CJM i strategii Customer Experience
- W jaki sposób pozyskiwać wiarygodne informacje od klientów?
- Jak poprowadzić proces badawczy od zaproszenia/rekrutacji do podziękowania
- Buyer Persona (BP) – budowa BP i wchodzenie w buty klienta
- Jak budować Customer Journey Map – krok po kroku opis procesu budowy
- Customer Journey Map – warsztat budowy mapy podróży klienta
- CJM Analiza map wytworzonych na arkuszach podczas warsztatu
- CJM Synteza – wnioski na poziomie map
- Customer Journey Map. Analiza przebiegu i rezultatów warsztatów
- Action Plan – zdefiniowanie procesu CJM w terminach organizacji i stworzenie założeń opisującego go dokumentu

- Budowa CJM - rola moderatora
- Analiza faz pracy grupy warsztatowej na postawie wcześniejszych 2 dni warsztatów - metapoziom.
- Komunikacja prowadzącego spotkanie z grupą – co warto, by moderator wiedział o procesach grupowych i komunikacji.
- „Narzędziownia CJM” cd., czyli niezbędny dla moderatora grup CJM, stanowiący kompleksowe ujęcie facylitacji grup CJM z perspektywy umiejętności, technik, postawy oraz przebiegu warsztatu CJM
- Prowadzący inspirujący grupę do pracy – narzędzia moderatora – rozwinięcie i ćwiczenia umiejętności komunikacyjnych.
- Przygotowanie spotkania: pojedynczego i serii spotkań.

Czas trwania: 3 dni szkoleniowe + 8h indywidualnych konsultacji po warsztatowych.



## Sprzedaż i negocjacje

Skuteczna sprzedaż - fundamenty. Jak poznać, czego pragnie Klient i pozyskać jego zaufanie?

### Cele szkolenia

- Nabycie umiejętności rozpoznawania emocji Klienta i wypracowanie sposobów reagowania na nie.
- Wyćwiczenie stosowania mocnych i wartościowych pytań.
- Wzmocnienie siły perswazji dzięki znajomości potrzeb Klientów i stosowaniu przekonujących argumentów.

### Tematyka

- „Sprzedaż jest możliwa, ponieważ...”. Identyfikacja rozumienia procesu sprzedaży i weryfikacja poczucia wpływu na jego przebieg u każdego z uczestników.
- Zapewnij sobie 70% sukcesu na początku rozmowy!
- Symulacja sprzedaży oferty.
- Model zaangażowania sprzedającego – rozwinięcie.
- Rozmowa handlowa na podstawie case study z pracy uczestników szkolenia.
- Dlaczego Klienci nie mówią nam wszystkiego?
- Jak diagnozować potrzeby?
- Dopasuj się do klienta, by słuchać i obserwować skutecznie.
- Pytaj, pytaj i jeszcze raz pytaj po to, by podsumować czego się dowiedziałeś.
- Sprzedaż oferty firmy. Seria symulacji rozmów handlowych na bazie case'ów opracowanych na etapie przygotowań.
- Podsumowanie szkolenia i plan rozwoju. Identyfikacja najważniejszego obszaru rozwoju i sformułowanie Action Planu.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

Negocjacje z wizją długotrwałych relacji. Jak negocjować z Klientem, gdy zależy nam na jego lojalności?

### Cele szkolenia

- Rozwój kompetencji negocjacyjnych: przygotowanie do negocjacji, planowanie strategii, budowanie relacji z, komunikacja i prowadzenie negocjacji z Klientem, formułowanie pytań umożliwiających sterowanie przebiegiem rozmowy, pozwalających odkryć interesy partnera i znajdować korzystne dla obu stron rozwiązania.
- Identyfikacja własnych mocnych stron i obszarów wymagających rozwoju w ramach kompetencji negocjacyjnych.
- Większa skuteczność poprzez nabycie nowych umiejętności i świadomość wywieranego wpływu w kontaktach z partnerami negocjacji – klientami firmy.
- Przetłamanie rutynowych działań w praktyce negocjowania.
- Inspiracja do odkrywania nowych, innowacyjnych sposobów negocjowania i wywierania wpływu.

### Tematyka

- Targowanie a negocjacje z wizją. Między grą o sumie zerowej a grą niezerową - gra negocjacyjna.
- Ja jako negocjator. Diagnoza preferowanego stylu negocjacji.
- Konflikt a negocjacje. Kiedy negocjacje są najlepszym rozwiązaniem, a kiedy nie należy ich stosować?
- To co mówimy, czy jak mówimy? Komunikacja w negocjacjach.
- Negocjacje z wizją. Charakterystyka, wskazówki i zasady prowadzenia negocjacji partnerskich.
- Przygotowanie z wizją. Osiem kroków, by osiągnąć więcej w negocjacjach z Klientem.
- Negocjacje z wizją. Praktyka negocjacji opartych o zasady – videotrening.
- „Za rok lub dwa będę negocjatorem, który...” moja wizja negocjatora.
- Sformułowanie koncepcji dalszego rozwoju kompetencji negocjacyjnych, wybór obszaru pracy i Action Plan.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Psychologia sprzedaży. Warsztat dla Przedstawicieli Handlowych.

### Cele szkolenia

- Nabywanie wiedzy praktycznej potrzebnej do działań Przedstawiciela Handlowego.
- Ugruntowanie stabilnego poczucia własnej wartości, wiary w siebie i pewności w roli Przedstawiciela Handlowego.
- Budowanie i wzmacnianie autorytetu Przedstawiciela Handlowego.
- Nauka radzenia sobie z emocjami w trudnych sytuacjach z kluczowymi Klientami.
- Przygotowanie do strategicznych rozmów z kluczowymi Klientami.
- Doskonalenie prowadzenia prezentacji pod hasłem „strategia biznesowa”.
- Wyćwiczenie umiejętności kreatywnej sprzedaży i jej zamykania.

### Tematyka

- Najważniejsze zadania w kontakcie z Klientami - psychologia sprzedaży:
  - Przejście z postawy pasywnej do aktywnej – to Ty inspirujesz Klienta
  - Typologia Klienta - jak rozpoznać typ Klienta podczas rozmowy
  - Traktuj Klienta tak, jak sam chciałbyś być traktowany
- Poczucie własnej wartości jako fundament realizacji wszelkich okazji. Zależność pomiędzy wysoką samooceną i poczuciem własnej wartości a jakością spełnianej roli.
- Wpływ myślenia na wynik współpracy z kluczowymi Klientami.
- Jak budować naturalny autorytet wobec Klienta?
- Jak radzić sobie z negatywnymi emocjami? Jak reagować na emocjonalny atak i szantaż?
- Rozwiązania na wyjście z impasu w konkretnych sytuacjach:
  - Klient niechętny do kontaktu
  - Klient zadowolony z innego dostawcy
  - Klient, który mówi: „Mam już te produkty, jestem zatowarowana”
  - Klient „negocjator”
  - Klient niezainteresowany, nie potrzebuje

- Klient, który mówi: „muszę to przemyśleć”
- Klient, który mówi, że chce porównać kilka cen, zanim podejmie decyzję
- Klient, który mówi: „Nie mam na to pieniędzy”
- Aktywność w prezentacji – wymagać, pytać, argumentować.
- Różnica pomiędzy prezentacją a prezentacją biznesową.
- Innowacyjny sposób prezentowania istotnych tematów (udział w rynku, liczby, promocja, historia współpracy itp.).
- Co zrobić, żeby Klient zapamiętał twoją prezentację z pośród setek innych?
- Sukces jest przewidywalny - efektywne sposoby zamknięcia sprzedaży.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Proaktywna sprzedaż przez telefon. Jak diagnozować potrzeby i zamykać sprzedaż w praktyce rozmów z Klientem?

### Cele szkolenia

- Podniesienie świadomości sprzedawców dotyczącej sposobów i technik wypowiedzania się.
- Zwiększenie skłonności Klientów do zakupu dzięki naturalnemu sposobowi prowadzenia rozmowy, zamiast używania utartych „telemarketingowych” zwrotów.
- Ułatwienie prowadzenia rozmów sprzedażowych poprzez stworzenie indywidualnego skryptu dla każdego uczestnika.

### Tematyka

- Pierwsze 5 sekund rozmowy.
- Cel rozmowy/hak na uwagę.
- Badanie potrzeb.
- Wzbudzenie zaufania. Szybkie odkrywanie obszarów możliwości biznesowych w kontakcie z Klientem.
- Techniki sprzedaży. Jak nie zagadać i nie zirytować Klienta? - aktywne słuchanie, język korzyści, parafraza, klaryfikacja, dowartościowanie Klienta.
- Obiekcje – nowoczesne techniki zbijania obiekcji: oddzielenie faktów od opinii, rozumiem, znam, znaleźliśmy rozwiązanie, historie z drugiej ręki.
- Domykanie sprzedaży: pozorny wybór, dostawa, zaoferuj wybór materiału, kontrolowanie sprzedaży = pomijanie sprzedaży, gdybanie; czy jest jeszcze coś, czego Pan potrzebuje, by przejść dalej?
- Tworzenie struktury rozmowy na konkretnych przykładach.
- „Dźwiękowa wizytówka” firmy - pracownik obsługujący Klienta.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Zarządzanie sprzedażą. Jak zarządzać zespołem sprzedażowym, by odnosił sukcesy w kontakcie z Klientami?

### Cele szkolenia:

- Uzyskanie profesjonalnej wiedzy i umiejętności niezbędnych do prowadzenia działalności wymagającej dużo samodzielności i ukierunkowanej na świadome osiągnięcie wysokich rezultatów sprzedaży.
- Poznanie funkcjonalnych i skutecznych narzędzi do wykorzystania w codziennej pracy z zespołem sprzedażowym, Klientem i samym sobą.

### Tematyka:

- Wpływ myślenia na wynik codziennej pracy – rozwijanie osobistej odpowiedzialności sprzedawców za generowane efekty.
- Wysokie PWW (poczucie własnej wartości) i zdrowa samoocena sprzedawców - budowanie niezbędnej bazy do odnoszenia sukcesów we współpracy z Klientami.
- Jak przeciwdziałać rutynie w sprzedaży i zachować „świeżość” dla każdego Klienta?
- Jak rozwijać motywację wewnętrzną zespołu sprzedażowego?
- Metoda siedmiu faz sprzedaży: faza przygotowania - faza kontaktu - analizy potrzeb klienta - skutecznej argumentacji - radzenia sobie z obiekcjami - faza zakończenia - faza "opieki posprzedażowej".
- Typologia Klienta - jak rozpoznać typ Klienta podczas rozmowy.
- Rozwijanie zdolności pozytywnej werbalizacji i stosowanie motywującego słownictwa w relacjach z zespołem i Klientami.
- Określenie trudnych sytuacji w kontaktach z Klientem.
- Skuteczne sposoby radzenia sobie z reklamacjami i atakami Klienta.
- Taktyki negocjacyjne sprzedających i kupujących.
- Podsumowanie kluczowych zasad zarządzania sprzedażą.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Sprzedaż o dużej wartości w relacjach B2B. Jak prowadzić rozmowy handlowe, by rozwijać potrzebę i budować wartość oferowanego rozwiązania?

### Cele szkolenia

- Nabycie umiejętności sprawnego określania potrzeb klientów (merytorycznych i relacyjnych) oraz rozwijania ukrytych potrzeb.
- Kształtowanie wpływu na proces podejmowania decyzji u Klienta, przyspieszając maksymalnie proces zakupowy.
- Lepsza identyfikacja współdecydentów w organizacji Klienta i dostarczanie im argumentów dla podjęcia pożądanego decyzji kupna.
- Sprawne posługiwanie się umiejętnościami komunikacyjnymi, krytycznymi dla sprzedaży na dużą skalę.
- Wzmocnienie inteligentnego przekonywania do proponowanej wartości dzięki argumentacji płynącej wprost od Klienta.
- Zdobycie biegłości w uprzedzaniu znakomitej większości zarzutów i obiekcji Klienta, a także w radzeniu sobie z tymi, które mimo starań Klient ujawni w trakcie rozmowy.

### Tematyka

- Klasyczne a oparte o pytania podejście do procesu sprzedaży – co lepiej sprawdza się przy sprzedaży o dużej wartości?
- Proces wytwarzania świadomych potrzeb u Klienta.
- Cztery fazy rozmowy handlowej.
- Funkcja sekwencji pytań.
- Diagnozowanie a rozwijanie potrzeb – kluczowe rozróżnienie w sprzedaży o dużej wartości.
- Rozwijanie potrzeb – jak sprytnie zmienić u Klienta poczucie prawie doskonałości na poczucie konieczności zmiany.
- Warsztat generowania pytań (baza merytoryczna cold callingu i rozmowy podczas wizyty handlowej).
- Rodzaje pytań – definicja, znaczenie i przykłady.
- Techniki konstrukcji pytań.
- Trening umiejętności składowych rozmowy bazującej na pytaniach.
- Całościowy trening prowadzenia rozmowy bazującej na pytaniach – Videotrening.
- 4 zasady uczenia się nowych umiejętności, czyli jak wdrażać metodykę opartą o pytania do praktyki rozmów handlowych?

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Spraw, by kupili Twoją ideę! Jak prowadzić prezentację, by motywować uczestników do pożądanego zachowań?

### Cele szkolenia

- Wyćwiczenie przygotowywania lepszych prezentacji, które efektywnie wykorzystują czas, jaki może Ci poświęcić klient.
- Nabycie umiejętności prowadzenia angażujących prezentacji, które skutecznie wpływają na odbiorców.
- Zmniejszenie poziomu stresu i zyskanie pewności siebie poprzez oparcie sposobu prezentacji o swoje mocne strony.
- Osiągnięcie swobody i pewności siebie w wystąpieniach publicznych.

### Tematyka

- Przygotowanie prezentacji: formułowanie celu, zawartości, formy i planowanie przebiegu.
- Uniwersalne i specyficzne zasady prowadzenia prezentacji interaktywnych.
- Narzędzia i środki zwiększające skuteczność przekazu.
- Prawa psychologii poznawczej (dotyczące uwagi, pamięci, myślenia, podejmowania decyzji).
- Prawa psychologii społecznej w zastosowaniu do prezentacji (wpływ, komunikowanie, psychologia grupy).
- Elementy autoprezentacji i budowania wizerunku w czasie prezentacji.
- Wykorzystanie możliwości głosowych i komunikacji niewerbalnej dla wywierania wpływu.
- Radzenie sobie z emocjami związanymi z ekspozycją społeczną.
- Interakcja: zachowanie prezentera a zachowanie odbiorcy.
- Komunikowanie się podczas prezentacji: język, zwroty, gesty, mimika i inne zachowania komunikacyjne prezentera oraz ich wpływ na stopień realizacji celu.
- Doznania odbiorcy prezentacji, wpływ doświadczanych emocji na motywację, ocenę wizerunku i wiarygodność.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



# Komunikacja i współpraca

## Nowa jakość komunikacji. Warsztaty podstaw komunikacji.

### Cele szkolenia

- Diagnoza wzorca komunikacji obecnego w grupie uczestników, zespole, dziale i firmie.
- Dotarcie do przyczyn nieporozumień w komunikacji, a nie tylko objawów braku współpracy.
- Zwiększenie świadomości swoich predyspozycji, mocnych i wymagających wzmocnienia stron w komunikacji.
- Zdefiniowanie pożądanej jakości komunikowania się w grupie uczestników, zespole, dziale i firmie.
- Rozwój kluczowych kompetencji komunikacyjnych: słuchania, wyrażania się i postępowania się informacją zwrotną.
- Zainicjowanie zmiany nieefektywnych sposobów porozumiewania się na bardziej komfortowe i skuteczne.
- Wypracowanie firmowych, użytecznych zasad komunikowania się umożliwiającego efektywną współpracę.

### Tematyka

- Komunikowanie się i współpraca w zespole oraz między zespołami – mity i przekonania kontra rzeczywistość.
- Porozumiewanie się na co dzień. Jak rozmawiać ze współpracownikami, by praca była bardziej efektywna?
- Porozumiewanie się - dialog zbudowany na słuchaniu, pytaniu i obecności informacji zwrotnej – seria ćwiczeń rozwijających umiejętności komunikacyjne.
- Doskonalenie komunikacji – videotrening.
- Przepływ informacji w zespole (kanał formalny i nieformalny).
- Wypracowanie zasad komunikowania się w obrębie firmy jako zaleceń do wykorzystania po powrocie do pracy.
- Action Plan – zmiany krytyczne i przydatne dla wzmocnienia współpracy w zespole, dziale, firmie.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Wywieraj skuteczniej wpływ na ludzi! Wywieranie wpływu przez konstruktywną komunikację (NVC).

### Cele szkolenia

- Poznanie i rozwój komunikacji konstruktywnej (opartej o metodę NonViolent Communication opracowaną przez Marshalla Rosenberga) wzbogacającej kompetencje w obszarze porozumiewania się z innymi ludźmi.
- Wzmocnienie kompetencji w zakresie komunikacji w warunkach stresu i trudnych sytuacjach, np. gdy zespoły mają wielu szefów (liniowych i projektowych równocześnie).
- Wzmocnienie pewności siebie i odwagi działania w perspektywie emocjonalnych reakcji (np. odmowa, złość).
- Zwiększenie efektywności działania dzięki jasności komunikacji.
- Pogłębienie relacji z innymi osobami (współpracownikami).
- Budowanie umiejętności zachęcania do działania i motywowania z uwzględnieniem potrzeb wszystkich stron.

### Tematyka

- Wywieranie wpływu przez konstruktywną komunikację - NVC - NonViolent Communication (Porozumienie Bez Przemocy Marshalla Rosenberga)
- Jak mówić, by ludzie usłyszeli i zrozumieli.
- Praktyczne narzędzia budowania kontaktu z rozmówcą.
- Transformacja trudnych rozmów i trudnych emocji.
- Rola emocji w trudnych sytuacjach i trudnych rozmowach.
- Przekształcenie niejasnych komunikatów w klarowną wypowiedź – czemu służy i jakie ma znaczenie.
- Dwie ścieżki komunikacji i ich wpływ na porozumienie.
- Jak odmawiać i jak przyjmować odmowę z szacunkiem?
- Jak słuchać krytycznych słów, aby nie ranity?
- Uczestnicy prowadzą 2-5 minutowe rozmowy z wykorzystaniem narzędzi poznanych na szkoleniu.
- Kluczowa zmiana we mnie, bym skuteczniej wywierał wpływ to...
- Action Plan – zdefiniowanie zakresu pożądanej zmiany – planowanie własnego rozwoju.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Trening asertywności. Zdecydowanie, ale z szacunkiem.

### Cele szkolenia

- Rozwój asertywnej postawy.
- Podniesienie skuteczności w realizacji zadań wymagających współpracy.
- Doskonalenie umiejętności wyrażania własnego zdania i opinii w sposób dobitny, a jednocześnie nieagresywny.
- Wyćwiczenie konstruktywnego wyrażania emocji (wobec przełożonych i podwładnych, w pracy i życiu osobistym).
- Umiejętne przyjmowania krytyki i negatywnych ocen.
- Rozpoznawania symptomów agresji, uległości i skutków takiego zachowania.

### Tematyka

- Budowanie relacji z ludźmi opartych na wzajemnym szacunku.
- Stawianie się asertywnym, asertywność i budowanie poczucia własnej wartości.
- Rozwijanie asertywności poprzez przyjmowanie odpowiednich postaw i przekazywanie pozytywnych komunikatów.
- Rozwijanie asertywności, formułowanie prośb i umiejętność odmowy.
- Zasady asertywnego wyrażania opinii.
- Mapa asertywności - autodiagnoza własnego poziomu, obszarów asertywności i jej braku.
- Osiąganie celów z poszanowaniem praw i godności współpracowników.
- Praktyczne ćwiczenia postawy asertywnej, czyli: jak asertywnie wyrażać i egzekwować polecenia, jak wyrażać własną opinie i emocje, jak udzielać konstruktywnej asertywnej krytyki i jak ją przyjmować.
- Asertywność w mowie ciała, na ile nasze ciało i głos wspomagają asertywność? Analiza nagrań wideo, indywidualne wskazówki od trenerów.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Teambuilding - Ku synergii zespołu. Czy grupa ludzi, która sobie nie ufa może osiągnąć ponadprzeciętne rezultaty?

### Cele szkolenia

- Integracja zespołu – lepsze wzajemne poznanie się oraz identyfikacja potencjałów każdego z uczestników szkolenia.
- Praktyczne ćwiczenie umiejętności komunikowania się w zespole przy wykonywaniu różnych zadań zespołowych.
- Zwiększenie stopnia współodpowiedzialności za jakość oraz osiągnięty rezultat współpracy.
- Diagnoza efektywności procesów: komunikowania się, podejmowania grupowych decyzji, kreatywności zespołowej, efektywności współpracy. Określenie ich silnych stron oraz identyfikacja tych aspektów, które wymagają zmiany lub wzmocnienia dla poprawy poziomu współpracy.
- Podniesienie motywacji, zbudowanie pozytywnych doświadczeń, które staną się odniesieniem do współpracy w miejscu pracy.
- Wypracowanie i akceptacja zespołowych zasad współpracy.
- Wzmocnienie świadomości swojej roli w zespole, nauka współpracy poprzez wyciąganie wniosków z sukcesów i porażek w trakcie realizacji zadań, zabaw i gier zespołowych.

### Tematyka

- Sztuka współpracy – czym na co dzień jest współpraca w firmie.
- Mapa współpracy w naszej firmie, między zespołami i w jego obrębie.
- Kiedy grupa staje się zespołem? Etapy rozwoju zespołowości.
- Role grupowe w zespole. Jak diagnozować i wykorzystać naturalną różnorodność.
- Komunikacja – krwioobieg współpracy. Zasady konstruktywnego dialogu w zespole.
- Konflikty w miejscu pracy – diagnoza i rozwiązania.
- Potencjał naszego zespołu – co chcemy i co możemy osiągnąć?
- Planowanie zmian koniecznych dla wzmocnienia współpracy.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe





## Kolorowa komunikacja (DISC/Insights). Jak doskonalić sposób komunikacji i współpracy dzięki znajomości typologii różnic osobowościowych?

### Cele szkolenia

- Uświadomienie sobie przez uczestników skali różnorodności i barw odmienności we własnym zespole.
- Odnalezienie przyczyn doświadczanych trudności we współpracy.
- Zwiększenie samoświadomości własnych preferencji i ich skutków dla funkcjonowania w zespole i firmie.
- Zidentyfikowanie zasobów posiadanych przez poszczególnych członków zespołu, niezbędnych do efektywnej pracy.
- Wzrost umiejętności rozdzielania zadań zgodnie z pełnionymi rolami grupowymi.
- Praktyczna nauka komunikacji werbalnej i niewerbalnej z odmiennymi typami.

### Tematyka.

- Insights Discovery/DISC - zrozum swoje wyniki.
- Różnice międzyludzkie i ich wpływ na realizowanie zadań.
- Energie kolorystyczne i osiem typów ludzi.
- Co najbardziej frustruje poszczególne energie kolorystyczne?
- Introwersja/ekstrawersja, myślenie/uczucia, doznania/intuicja – czyli podstawy typologii.
- Mocne i słabe strony każdego z typów diagnozowanych przez Insights Discovery/DISC.
- Wartości jakie wnosi 8 typów Insights do pracy zespołu.
- Jak widzą nas inni? Odgadujemy energię, czyli kto jest kim w zespole.
- Kim jestem według Insights Discovery/DISC i co wnoszę do zespołu?
- Komunikowanie się i współpraca w kolorowym zespole oraz między zespołami
- Jak wzmacniać postawę „grania do wspólnej bramki” w różnokolorowym zespole?
- Porozumiewanie się na co dzień. Jak rozmawiać z różnymi typami współpracowników, by praca była efektywna?

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Rozwiązywanie konfliktów (NVC). Jak radzić sobie z konfliktami wykorzystując NonViolent Communication, czyli Porozumienie Bez Przemocy?

### Cele szkolenia

- Wzmocnienie przekonania o możliwości wplywania na nierozwiązane konflikty i dążenie do ich zakończenia poprzez zastosowanie strategii wygrany – wygrany.
- Podniesienie jakości relacji z innymi osobami poprzez zmianę postrzegania konfliktu.
- Polepszenie jakości współpracy z innymi osobami.
- Jaśniejsze zrozumienie swoich reakcji i emocji w konfliktowych sytuacjach.
- Zmiana sposobu myślenia i podejścia do sytuacji kryzysowych – lepsze radzenie sobie z trudnymi sytuacjami.
- Zwiększenie świadomości komunikacyjnej poprzez praktykę rozpoznawania i nazywania zarówno własnych uczuć i potrzeb, jak i uczuć i potrzeb innych uczestników konfliktu.
- Pogłębienie umiejętności budowania autentycznych relacji z innym i atmosfery wspierającej efektywność pracy.

### Tematyka

- Co wspiera, a co utrudnia rozwiązywanie konfliktów?
- Jak dotrzeć do źródła konfliktu – do niezaspokojonych potrzeb?
- Komunikat „Ja” i jego wpływ na rozmowę.
- Trudna rozmowa: identyfikacja uczuć, potrzeb obu stron i formułowanie prośby.
- Jak mówić, by nas słuchano i jak słuchać, aby zrozumieć?
- Trudne rozmowy/ trudne sytuacje – identyfikacja i radzenie sobie.
- Krytyka: Jak słuchać krytycznych słów, aby nie raniły? Jak krytykować, aby nie ranić? Jak reagować na krytykę?
- Jak mówić „nie” z szacunkiem dla siebie i innych i jak przyjmować odmowę?
- Informacja zwrotna.
- Empatia wobec siebie/empatia wobec innych.
- Jak zaspokoić potrzeby wszystkich uczestników konfliktu?
- Doraźne wsparcie w konflikcie.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## W różnorodnym świecie kultur biznesu. Komunikacja międzykulturowa.

### Cele szkolenia

- Zwiększenie efektywności komunikowania się z partnerami zagranicznymi.
- Poznanie specyfiki działania biznesu w innych kulturach.
- Zapoznanie się ze sposobami radzenia sobie z kulturowo odmiennymi, a przez to trudnymi klientami.
- Rozwinięcie relatywizmu kulturowego, czyli technik nieoceniania odmienności innych.
- Nabycie umiejętności sprawnego i szybkiego dostrzegania potrzeb klientów zagranicznych oraz ustrzegania się przed sytuacjami kryzysowymi w komunikacji.

### Tematyka

- Wielki podział kultur świata biznesu, czyli partnerstwo czy transakcja?
- Ceremonialność kultur biznesowych.
- Czas – kultura – działanie.
- Stereotypy, kalki kulturowe i przekonania w komunikacji kulturowej.
- Odmienne kultury pracy i co z tego?
- Kulturowe savoir-vivre.
- Obsługa klienta kulturowo odmiennego (obsługa na odległość i bezpośrednia).

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Zarządzanie różnorodnością. Zarządzanie wiekiem w praktyce menedżera.

### Cele szkolenia

- Uzyskanie wiedzy na temat zróżnicowania czynników motywujących, aspiracji i celów indywidualnych w zależności od wieku pracowników.
- Zapoznanie się z ideą i standardami zarządzania wiekiem.
- Rozwój umiejętności stosowania poszczególnych narzędzi zarządzania wiekiem.
- Zdobywanie wiedzy na temat połączenia zarządzania wiekiem ze strategią i misją firmy.
- Poznanie sposobów tworzenia strategii zarządzania wiekiem w organizacji.
- Wypracowanie rozwiązań, służących wdrożeniu zarządzania wiekiem w firmie.

### Tematyka

- Czy wiekiem można zarządzać – o co chodzi z tą różnorodnością
- Rekrutacja i selekcja pracowników.
- Intermentoring, czyli wzajemne korzystanie młodszych i starszych pracowników ze swoich zasobów.
- Rozwój kariery zawodowej i motywowanie pracowników w odniesieniu do różnic pokoleniowych.
- Zarządzanie wiekiem a strategia firmy oraz społeczna odpowiedzialność biznesu.
- Przygotowanie zarysu strategii zarządzania wiekiem – praca warsztatowa.
- Mechanizmy wprowadzania zmiany w organizacjach zróżnicowanych.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Kluczowe rozmowy w praktyce menedżera. Scenariusze, przydatne techniki, regulacje prawne.

### Cele szkolenia

- Przygotowanie menedżerów do zarządzania typowymi trudnymi sytuacjami w zespole.
- Nabycie umiejętności komunikacji trudnych decyzji.
- Poznanie scenariuszy spotkań oraz technik komunikacji.
- Zapoznanie z możliwymi reakcjami pracowników oraz sposobami radzenia sobie z nimi.
- Uzyskanie wiedzy na temat przepisów prawa pracy, których muszą przestrzegać w przypadku kontaktu z klientami.

### Tematyka

- Scenariusze i zasady prowadzenia trudnych rozmów.
- Delegowanie trudnych zadań.
- Udzielanie informacji zwrotnej.
- Rozmowa dyscyplinująca i konstruktywna krytyka.
- Niesatysfakcjonująca ocena okresowa – i co dalej?
- Niespełnione oczekiwania pracownika w zakresie podwyżki, awansu, rozwoju.
- Spotkanie ze zwalnianym pracownikiem (z uwzględnieniem kontekstu)
  - Przygotowanie spotkania – czas, miejsce, uczestnicy, dokumenty.
  - Możliwe reakcje pracowników i sposoby radzenia sobie z nimi.
  - Szefie, odchodzę – jak rozstać się z klasą z cenionym specjalistą?
- Uprawnienia kadry kierowniczej a obowiązek przestrzegania przepisów prawa w zakresie:
  - zakazu dyskryminacji,
  - zarzutu mobbingu,
  - naruszenia dóbr osobistych pracownika,
  - ochrony danych osobowych.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Mistrzowska prezentacja. Jak dotrzeć do odbiorców ze swym przesłaniem? Szkolenie zaawansowane.

### Cele szkolenia

- Doskonalenie zaawansowanych kompetencji prezentacyjnych.
- Wzmocnienie pewności siebie i swobody podczas każdego wystąpienia publicznego.
- Osiągnięcie spójności w przekazie werbalnym i niewerbalnym.
- Wyćwiczenie korzystania z narzędzi angażujących odbiorców.

### Tematyka

- Perswazja w praktyce wystąpień i prezentacji.
- Czy osiągasz to, co chcesz, podczas swoich prezentacji?
- Fatalne błędy a mistrzowie wywierania wpływu - gdzie tkwi krytyczna różnica?
- Prezentacja 2.0, czyli modelowanie nowej jakości prezentacji.
- Jestem spokojny i pewny siebie, a ta prezentacja będzie niezwykle udana! - praca z przekonaniem.
- Stres w trakcie wystąpień - techniki i metody pozwalające uzyskać kontrolę nad przyczynami i objawami tremy.
- Perswazja niewerbalna. Jak nie mówiąc nic zwiększyć swoją siłę wpływu na grupę?
- Perswazja werbalna. Jak sterować zaangażowaniem odbiorcy podczas prezentacji?
- Angażowanie odbiorcy i sterowanie interakcją - przydatne narzędzia.
- Prezentacja 2.0 w praktyce - videotrening.
- Wyzwania interakcji - radzenie sobie z trudnymi zachowaniami odbiorców prezentacji.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Warsztat autoprezentacji. Pewność siebie jako klucz do budowania spójnego wizerunku.

### Cele szkolenia

- Zwiększenie pewności siebie w komunikacji.
- Zwiększenie świadomości czynników odpowiedzialnych za wywierane wrażenie.
- Wzrost umiejętności adekwatnego reagowania na manipulacje i niepożądany wpływ.
- Opanowanie emocji i stresu związanego z ekspozycją społeczną.
- Wzrost umiejętności kreowania wizerunku w oparciu o lepszą znajomość siebie i taktyki autoprezentacji.
- Zainicjowanie dalszego wzrostu umiejętności w oparciu o zdefiniowany Action Plan.

### Tematyka

- Czym jest profesjonalny wizerunek?
- Ogólne zasady autoprezentacji.
- Taktyki i techniki autoprezentacyjne – katalog technik, mechanizmy ich wpływu i następstwa ich wykorzystania.
- Rola pierwszego wrażenia i prawidłowości jego tworzenia.
- Ubiór - znaczenie wyglądu zewnętrznego.
- Głos – dźwiękowa wizytówka budująca wrażenie.
- Samoocena - ukryty czynnik wpływający na osiągnięcie sukcesu w budowaniu wizerunku.
- Dowiedz się kim jesteś – Poznaj Twoje osobiste zasoby.
- Przekonania - zasługuję czy nie zasługuję na to czego chcę? Jak osobiste przekonania wpływają na sukces w budowaniu wizerunku?
- Budowa i podtrzymywanie poczucia własnej wartości. Praktyka wzmacniania fundamentu pewności siebie i spójnej autoprezentacji.
- Pewność siebie vs Twoje otoczenie – czyli jak radzić sobie z krytyką, manipulacją i wpływem? Identyfikacja krytyki wewnętrznego i zamiana na trenera wewnętrznego.
- Powiedzcie mi, dlaczego jestem taka/ki dobra/y! Videotrening.
- Indywidualny Plan Działania.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Storytelling w praktyce prezentacji. Porywaj ludzi opowieściami!

### Cele szkolenia

- Zapoznanie się z aspektami przygotowania, prowadzenia i ewaluacji prezentacji, co pozwoli na swobodne zastosowanie treści merytorycznych w praktyce.
- Dzięki praktycznym ćwiczeniom realizowanym podczas zajęć uczestnik doświadczy na sobie procesu tworzenia angażujących prezentacji, a dzięki sprawdzonym sposobom i narzędziom będzie mógł samodzielnie opracować prezentację na wybrany temat z użyciem dostępnych narzędzi werbalnych i wizualnych.
- Nabycie umiejętności budowania angażujących historii i swobodnego opowiadania ich w sposób skupiający uwagę słuchaczy oraz wykorzystanie tej umiejętności w innych obszarach zarządzania pozwoli lepiej wykorzystać inne, posiadane już kompetencje.

### Tematyka

- Założenia – poznanie potrzeb interesariuszy.
- Logika - zbieranie materiału w postaci danych, dowodów, argumentów, które w dalszej części posłużą do uwiarygodnienia przekazu.
- Retoryka - narzędzia pozwalające na stworzenie interesującej historii, opowiedzenie jej w angażujący sposób, przygotowanie na bazie zebranych materiałów ciekawej historii do opowiedzenia.
- Narzędzia wizualne - opracowanie strony wizualnej. Stworzenie trzech wersji prezentacji: 30 sekundowych (elevator speech), 3-minutowych z wykorzystaniem pomocy wizualnych oraz tylko wizualnej, która może zostać odtworzona przez odbiorcę.
- Praktyka - videotrening.
- Doskonalenie - wnioski i refleksje z modułu praktycznego zostaną przekute na koniec w podsumowanie dokonań, indywidualne plany dalszego rozwoju i konkretne podpowiedzi sposobów doskonalenia własnych kompetencji w zakresie prezentowania i storytellingu.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Inteligencja emocjonalna. Podnieś jakość relacji zawodowych i prywatnych dzięki rozumieniu emocji..

### Cele szkolenia

- Zrozumienie natury, elementów składowych i źródeł inteligencji emocjonalnej.
- Uświadomienie sobie własnych nawyków radzenia sobie z silnymi emocjami w różnych sytuacjach zawodowych.
- Rozwinięcie umiejętności trafnego spostrzegania emocji oraz rozumienia ich wpływu na nasze zachowanie i zachowanie innych.
- Nabycie umiejętności bardziej skutecznej regulacji emocji (kontroli swoich emocji i adekwatnego reagowania na emocje innych osób).
- Lepsze nawiązywanie i podtrzymywanie dobrych relacji z ludźmi.
- Kształtowanie postawy akceptacji emocjonalności oraz indywidualnych różnic w ekspresji emocji.
- Podniesienie jakości relacji zawodowych, dzięki kształtowaniu nowych nawyków reagowania na emocje współpracowników i klienta.

### Tematyka

- Które sytuacje w życiu zawodowym są dla nas szczególnym wyzwaniem? - Zebranie przypadków trudnych interakcji z klientem i współpracownikami.
- Mózg emocjonalny i racjonalny – gdzie rodzą się emocje?
- Rodzaje emocji od emocji podstawowych Ekmana po wachlarz Plutchika.
- Objawy emocji – co widać i słyszeć, gdy przeżywamy emocje (rozpoznawanie emocji).
- Kiedy i dlaczego emocje nas "opanowują"?
- Logika emocji – rozumienie emocji jako podstawa inteligencji emocjonalnej.
- Prawda i mity na temat EQ. EQ jako przejaw inteligencji ogólnej (poznawczej).
- 6 zasad inteligencji emocjonalnej.
- Diagnoza z wykorzystaniem: kwestionariusza Inteligencji Emocjonalnej.
- Strategia emocjonalna: myśl-czuj-działaj (oparta o zalecenia D.R. Caruso i P. Salovey'a).

- Cztery kluczowe kompetencje inteligencji emocjonalnej.
- Jak odróżnić emocje prawdziwe od "fatszywych" (na podstawie przygotowanych materiałów: wizualnych, akustycznych).
- Trening w rozumieniu emocji swoich i innych.
- Trening wykorzystania emocji do usprawnienia myślenia i działania.
- Zachowania i zwroty, które budzą gniew i niezadowolenie klienta czy współpracownika.
- Sposoby reakcji na rozpoznane emocje.
- Metody kontroli własnych emocji: złości, strachu, wstydu – co można zrobić, gdy czujesz, że tracisz kontrolę nad nimi?
- Symulacje rozmów z klientem i/lub współpracownikami opartych o scenariusze przygotowane przed szkoleniem.
- Jak wykorzystać doświadczenia ze szkolenia w praktykowaniu emocjonalnie inteligentnych zachowań w miejscu pracy?

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Well being

### Jak zbudować siłę i odporność psychiczną.

#### Zarządzanie stresem.

##### Cele szkolenia

- Wyposażenie uczestników w użyteczne narzędzia pozwalające na radzenie sobie ze stresem, presją, zmianą oraz wyzwaniami, dzięki udziałowi w praktycznym warsztacie.
- Poznanie metod budowania i wspierania odporności w zespołach.
- Zgłębienie strategii zwiększania pewności siebie i kształtowania wytrwałości w działaniu.
- Udoskonalenie wiedzy zarządzania energią i odnawiania jej zasobów fizycznych, emocjonalnych i mentalnych.

##### Tematyka

- Odporność na stres i presję a skuteczność w działaniu.
- Elementy determinujące Siłę i Odporność Psychiczną.
- Model 4C – Mental Toughness (Siła i Odporność).
- Badanie odporności na podstawie kwestionariusza MTQ48 - narzędzia do mierzenia Siły i Odporności.
- Zarządzanie stresem w życiu zawodowym – rozpoznanie objawów, źródeł i mechanizmów działania.
- Techniki radzenia sobie ze stresem.
- Budowanie odporności – praktyczny trening mentalny.
- Rozwijanie Siły i Odporności w zespole i organizacji.
- Zarządzanie energią – praktyczne strategie.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

### Wprowadzenie do Mindfulness. Redukcja stresu i zarządzanie emocjami za pomocą treningu mentalnego.

##### Cele szkolenia

- Wprowadzenie w tematykę Mindfulness i zaznajomienie się z nią.
- Wypracowanie metod lepszego radzenia sobie ze stresem i emocjami.
- Ćwiczenie czystości myślenia i postrzegania rzeczywistości.
- Poznanie różnych postaw emocjonalnych.

##### Tematyka

- Zapoznanie uczestników z genezą metody. Naukowe podłoże Mindfulness.
- Podstawowe założenia treningu Mindfulness.
- Mięsień uwagi, nieoceniona uwaga, trening mentalny a praca mózgu.
- Wprowadzenie do medytacji.
- Stres w ujęciu Mindfulness.
- Negatywne myślenie a łańcuch reakcji stresowej.
- Rozwijanie umiejętności postrzegania. Ocenianie a rzeczywistość.
- Czystość myślenia. Rozwijanie umiejętności porządkowania myśli.
- Rola i znaczenie emocji w doświadczaniu stresu. Świadomość emocji.
- Dwa komponenty emocji - natężenie i postrzeganie.
- Warunki poprawiania i pogarszania efektywności pracy w kontekście przeżywanych emocji. Techniki obserwacji myśli rodzących negatywne emocje i stres.
- Radzenie sobie z informacjami z zewnątrz w kontekście reakcji emocjonalnych.
- Typy postaw emocjonalnych u ludzi, zauważanie.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Bądź kreatywny, przełam schemat. Warsztat technik kreatywnych i kształtowania postawy twórczej w zespole.

### Cele szkolenia

- Zwiększenie kreatywności, twórczego myślenia i działania uczestników.
- Nabycie doświadczeń umożliwiających identyfikację nasilenia własnej postawy twórczej.
- Określenie własnych mocnych stron oraz tych, które wymagają wzmocnienia w aspekcie twórczej postawy w życiu zawodowym.
- Skuteczniejsze radzenie sobie z nowymi wyzwaniami w miejscu pracy.
- Wzmocnienie inicjatywy i zaangażowania pracowników w realizację celów organizacji.
- Wzrost innowacji i usprawnień możliwych do wykorzystania w różnych sytuacjach w pracy.

### Tematyka

- Być kreatywnym – co to znaczy i jak to robić z głową?
- Powszechne mity i błędy w stosowaniu popularnych metod.
- Zasady pracy w grupie kreatywnej, blokady indywidualne i grupowe.
- Siła i ograniczenia grupowego rozwiązywania problemów.
- Kreatywne rozwiązywanie problemów krok po kroku.
- Rozwijanie składowych myślenia twórczego: Ćwiczenia z zakresu analogii i metafor.
- Kreatywność w praktyce – jakie techniki możemy wykorzystać na co dzień?
- Prezentacja i ćwiczenie technik kreatywnych.
- Jak promować postawę kreatywności wewnątrz organizacji?

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe

## Zarządzanie sobą w czasie. Bądź produktywny dzięki Narzędziom Efektywności.

### Cele szkolenia

- Zwiększenie produktywności uczestników – osobistej oraz zespołu, jeśli uczestnicy kierują pracą innych.
- Wykształcenie nawyków efektywnego zarządzania czasem i zwiększenie zdolności do osiągania zaplanowanych rezultatów.
- Większa satysfakcja i komfort emocjonalny w pracy.
- Zapobieganie wypaleniu zawodowemu, wynikającemu z nadmiernego stresu, spowodowanego błędami w zarządzaniu czasem.
- Lepsze wykorzystanie zasobów firmy i skuteczne osiągnięcie jej celów biznesowych.

### Tematyka

- Nasze kreatywne sposoby trwonienia czasu. Syndrom „za pięć dwunasta”. Prokrastynacja.
- Indywidualna diagnoza stopnia wykorzystania czasu i organizacji pracy. Jak są moje otwarte pętle?
- Czemu służą szkodliwe nawyki: odwlekania, obwiniania, narzekania? Prawa Murphyeego i Parkinsona.
- Skuteczne Narzędzia Efektywności.
- Na czym polega pięcioetapowy proces zarządzania zadaniami (gromadzenie, analizowanie, uporządkowanie, przeglądanie, działanie).
- Skąd się bierze opór przed zmianą i jak go pokonać?
- Zarządzanie strumieniem pracy – algorytm postępowania.
- Narzędzia pracy mistrza produktywności. Czy kalendarz wystarczy?
- Tysiąc-milowa podróż zaczyna się od pierwszego kroku – jak to wszystko wdrożyć?

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe



## Radzenie sobie ze stresem i wypaleniem. Jak sobie radzić w stresującym środowisku?

### Cele szkolenia

- Nabycie umiejętności dokonania indywidualnej oceny sytuacji, które powodują zwiększone napięcie, dezorganizując działanie własne i innych osób.
- Określenie stylu kontroli własnych reakcji w sytuacjach nagłego stresu.
- Poznanie metod krótkotrwałego radzenia sobie ze stresem oraz długofalowych technik budujących odporność.
- Przygotowanie działań profilaktycznych i określenie metod wprowadzania tych zmian.
- Zdobywanie wiedzy dotyczącej charakterystyki powstania wypalenia zawodowego i sposobów zapobiegania mu.

### Tematyka

- Czym jest stres – definicje.
- Charakterystyczne reakcje człowieka w sytuacjach trudnych.
- Stres negatywny i pozytywny.
- Objawy stresu.
- Natura i oddziaływanie stresu.
- Stres związany z pracą i organizacją.
- Optymalny poziom stresu jako stan oczekiwany.
- Wpływ osobowości na przyjmowanie stresu.
- Wzór zachowania A, B i C.
- Preferowany styl radzenia sobie ze stresem.
- Analiza własnego sposobu funkcjonowania.
- Stres generowany wewnątrz.
- Obserwacja własnej reakcji stresowej.
- Sprzężenie zwrotne i informacja zwrotna.
- Długoterminowe strategie redukcji stresu.
- Systematyczna relaksacja i płynące z niej korzyści.
- Kształtowanie odporności psychicznej.
- Analiza metod radzenia sobie ze stresem.
- Tu i teraz – metody krótkotrwałe w radzeniu sobie ze stresem.
- Praca w perspektywie długofalowej.
- Diagnoza czynników sprzyjających wypaleniu zawodowemu.

- Pierwsze objawy wypalenia.
- Konsekwencje wypalenia zawodowego dla organizacji.
- Metody przeciwdziałania wypaleniu zawodowemu.

Czas trwania: 2 dni szkoleniowe





## Metody szkoleniowe

By doskonalić umiejętności i kształtować postawy stosujemy:



**ĆWICZENIA** Szkolenia są zgodne z metodyką "warsztatową" (80% czasu). Ćwiczenia diagnozują i rozwijają umiejętności, a także dostarczają wiedzy z doświadczenia.



**DYSKUSJE** Doświadczenie z ćwiczeń jest omawiane podczas dyskusji grupowej. Uczestnicy integrują wnioski z gry lub zadania z posiadaną wiedzą z pracy. Stosowanie tych wniosków weryfikujemy w kolejnych ćwiczeniach, co przyspiesza proces uczenia się.



**SCENKI/ SYMULACJE** Bazując na firmowych przypadkach z pracy uczestników zapewniamy szybkie wdrożenie wiedzy z ćwiczeń. Dzięki nim inspirujemy uczestników do odkrywania zupełnie nowych dla siebie sposobów postępowania w problemowych sytuacjach.



**VIDEOTRENING** Mamy już kilkunastoletnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z wykorzystaniem kamery i dobrze wiemy jak, pomimo lęków uczestników, wykorzystać ją do intensyfikacji procesu rozwoju umiejętności/zmiany nawyków.



**TESTY i ARKUSZE** Proponujemy je jako pomocniczy materiał w ćwiczeniach lub osobne testy, które skłaniają do refleksji i autorefleksji. Materiały te po wypełnieniu zostają do dyspozycji uczestników.



**ACTION PLAN.** Uczestnicy na podstawie autoanalizy, a także informacji zwrotnej od trenerów oraz grupy, wyznaczają indywidualne cele rozwojowe i plany działania – wdrożenia umiejętności w praktykę.

### Materiały szkoleniowe



Każdy z uczestników otrzyma wydrukowane materiały szkoleniowe zawierające poruszane na szkoleniu zagadnienia, a także rozszerzające wiedzę o temacie szkolenia. Materiały mogą być także dostarczone w formie elektronicznej (PDF).

### Materiały zawierają także:

- tabelę umożliwiającą ocenę mocnych i wymagających wzmocnienia stron uczestników,
- stronę, gdzie każdy uczestnik zapisuje indywidualny kontrakt na rozwój swoich umiejętności,
- przestrzeń na notatki własne,
- literaturę, do której warto sięgnąć po zakończeniu szkolenia.



## Trenerzy



### Tomasz Kras

Senior konsultant, trener i coach. CEO ProOptima. Inspiruje dostarczając praktycznej wiedzy i facylituje proces rozwoju kompetencji krytycznych dla budowania satysfakcji Klienta: sprzedaży i obsługi, negocjacji, prezentacji.

Z wykształcenia psycholog - ukończył z wyróżnieniem psychologię na Uniwersytecie Jagiellońskim. Posiada certyfikat półtorarocznej Szkoły Trenerów i Konsultantów Zarządzania. Członek Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Kadrami oraz Customer Experience Professionals Association. Specjalizował się w psychologii zarządzania i biznesu, dlatego w pracy trenerskiej wykorzystuje metody zaczerpnięte z dorobku psychologii spotecznej, poznawczej i podejścia systemowego.

Współzałożyciel i Prezes ProOptima. Psycholog relacji z Klientami, doświadczony trener. Przeszkolił tysiące osób z kilkudziesięciu firm i instytucji. Uczestnicy prowadzonych przez niego szkoleń doceniają jego rozległą wiedzę i doświadczenie w obszarze relacji z Klientami, nastawienie na słuchanie i rozumienie specyfiki ich problemów i wyzwań, a także generowanie praktycznych rozwiązań, które łatwo wdrażać w realia ich pracy. W ich ocenie ma także niezwykłą łatwość w nawiązywaniu kontaktu z grupą. Tworzy podczas szkolenia atmosferę sprzyjającą uczeniu się, odkrywaniu niewykorzystanego potencjału a także pokonywaniu nieskutecznych nawyków.

Od 11 lat inspiruje menedżerów do wdrażania innowacji w funkcjonowaniu działów mających bezpośredni kontakt z Klientami wzmacniając pro-kliencką orientację firmy. Aktualnie koncentruje się na praktycznym wykorzystaniu możliwości kierowania emocji dla budowania trwalszych relacji z klientami i osiągania lepszych rezultatów biznesowych. Ekspert w zakresie videotreningu jako metody szkoleniowej prowadzącej do spektakularnej zmiany nawyków.

**Portfolio obejmuje pracę z osobami bezpośrednio kontaktującymi się z Klientami oraz menedżerami m.in. z takich organizacji, jak:** OTIS, Daikin, Luxmed, Etex Group, Raiffeisen Polbank, Energa Obrót, Narodowy Bank Polski, Śnieżka, DUKA, Armatura Kraków, Urząd Miasta Krakowa,

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, TELE-FONIKA Kable, Barlinek, Electrolux, Sanofi Pasteur, Sygma Bank, Bank BGŻ, Goodrich Krosno, TRW Sterling Systems, Quantum Software, POSNET, BRUK-BET, Alstom Power, ArcelorMittal, Jean Louis David, Monipol, Volantis, BP, Uniqą, Solidex, Spinko, Cemex, PZU Centrum Obsługi, CEVA, Tauron, GAZ System, Imperial Tobacco i wiele innych.



### Tomasz Kalawa

Konsultant CX, charyzmatyczny trener i coach. W ramach projektów CEM wspiera zarządy, właścicieli firm i menedżerów, by nastąpiła zmiana organizacyjna konieczna dla skutecznego zarządzania doświadczeniem klientów.

Ukończył prawo na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz American School of Law przy Catholic University of America. Posiada certyfikat Trenera Biznesu (Szkoła Trenerów Biznesu House of Skills).

Przez siedem lat zdobywał doświadczenie pracując z menedżerami i zarządami wielu krajowych oraz międzynarodowych firm. Jako doradca brał udział w wielu projektach restrukturyzacyjnych, takich, jak: wprowadzanie spółek na giełdę papierów wartościowych, projekty przekształceń własnościowych, restrukturyzacje, venture capital etc.

Wspólnik i konsultant w firmie doradczo-szkoleniowej ProOptima. Zrealizował kilkadziesiąt projektów z zakresu obsługi Klienta (CX) i rozwoju kompetencji menedżerów wszystkich szczebli.

**Realizował projekty rozwojowe, doradcze, coachingowe m.in. dla:** Astor, PricewaterhouseCoopers, NBP, Loreal, Imperial Tobacco, JobPartners, Making Waves, Identec Solutions, Playlogic Inc, BauerWeltbild Media, Gtech Group, Deloitte, BillBird, Opitz Consulting, Lomo Soft, Merida, LYSON, ITA Tools, PLIVA, LUX MED i in.





## Marcin Supranowicz

Konsultant, trener i coach. Ekspert w zakresie doskonalenia procesów obsługi Klienta. Wykorzystuje biegłą znajomość zagadnień Lean Management do usprawniania procesów zarządzania procesami, działem, firmą.

Absolwent Studiów Menedżerskich MBA i Pedagogiki Opiekuńczo wychowawczej Uniwersytetu w Białymstoku. Studiował również psychologię na Uniwersytecie Wrocławskim w

programie MOST. Posiada Międzynarodowy Certyfikat Trenera Zarządzania Pearson-Edexcel. Ukończył Szkołę Trenerów Fundraisingu zgodną ze standardami European Fundraising Association. Uzyskał certyfikat Green Belt, IFSS Institute for Six Sigma. Obecnie jest w procesie certyfikacji coacha ICF.

W latach 2006–2012 pracował jako Specjalista ds. Optymalizacji Procesów w Qubus Hotel Management wspierając otwarcie pięciu nowych hoteli - od pomysłu do w pełni funkcjonującego hotelu. Budował od podstaw i wdrażał standardy jakościowe w sieci, strategię rozwoju zasobów ludzkich, systemy wspierające zarządzanie jakością z wykorzystaniem środowiska MS SharePoint, prowadził projekty optymalizacyjne w hotelach oraz centrali w obszarach: działów operacyjnych, HR, jakości, sprzedaży i marketingu, księgowości, dziale wsparcia technicznego. Autor standardów kwalifikacji zawodowych branży hotelarskiej opracowywanych dla Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej. Współzałożyciel Polskiego Stowarzyszenia Obsługi Klienta.

**Od 2005 roku zrealizował projekty szkoleniowo-doradcze m.in. w:** OTIS; Vesuvius Poland Sp. z o.o.; EFL S.A.; ArcelorMittal S.A.; AmRest S.A.; Avista Media S.A.; Budimex S.A.; Brembo, Carcade Leasing S.A.; Dozamel S.A.; Elektrownia Rybnik; Fresh Point; Fluor S.A.; Gedia SA Nowa Sól; Industrie Maurizio Peruzzo Comfort-Świdnica; Indesit; Lumel S.A.; Mahle Krotoszyn; NAVO; PBT HAWA; PKO BP Dom Maklerski; Provident Polska; PZU S.A.; Sikorsky-PZL Mielec; Sitech Polkowice; Procter & Gamble; Prefabrykat; Sii S.A.; SWM Poland; Toi-Toi; Uni-TRUCK; Wabco Polska; Żabka Polska S.A. i innych oraz wielu organizacji pozarządowych.



## Anna Bartosińska

Trener, coach, doradca HR.

Wykształcenie ekonomiczne (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) pozwala jej projektować i wdrażać procesy rozwojowe łączące w sobie realizację celów biznesowych firm z dbaniem o satysfakcję i zaangażowanie ich

pracowników. Zaś umiejętności projektowania i prowadzenia szkoleń czy sesji coachingowych (Szkoła Trenerów SKiTZ Matrik, CoachWise Essentials - Coaching Center, trener standardu HRD BP) pomagają skutecznie odkrywać i rozwijać potencjał swoich klientów.

Ma ponad 10 lat doświadczenia we wspieraniu managerów i zespołów w podnoszeniu efektywności, rozwijaniu kompetencji i osiąganiu celów zarówno z pozycji działu HR, zewnętrznego doradcy, jak i osoby zarządzającej (budowanie i zarządzanie zespołami, w tym międzynarodowymi zespołami projektowymi). Spędziła ponad 3000 godzin na sali szkoleniowej, w procesach coachingowych oraz prowadząc sesje kreatywne.

**Prowadziła szkolenia i projekty rozwojowe m.in. dla:** TRW Polska sp. z o.o. (obecnie ZF Group), DB Schenker, Rail Polska S.A., Cooper Standard Polska Sp. z o.o., Grupa Boryszew S.A., Martifer Polska Sp. z o.o., LAKMA, Inter Trade Sp. z o.o., TEST Systemy Uszczelniające, na zlecenie PM Group Laax, WYG International, HR Masters, Work Express Sp. z o.o., IEL Instytut Edukacji Polska sp. z o.o., GAPP S.A., a także wielu innych firm sektora MSP, ZUS, instytucji oświatowych (Uniwersytet Śląski, ZDZ Katowice, ZS nr 1 w Tychach) oraz organizacji samorządowych z Polski i Europy.





## Artur Sieklicki

Trener sprzedaży i Business Coach. Od 14 lat związany ze sprzedażą oraz zarządzaniem zespołami sprzedaży, głównie w branży FMCG.

Doświadczenie zdobywał jako logistyk, Account Manager oraz Key Account Manager w międzynarodowej korporacji Procter & Gamble.

Następnie z ramienia firmy P&G przeszedł do firmy MS Services na stanowisko Regionalnego Kierownika Sprzedaży. Podczas pracy w P&G zajmował się głównie obszarem współpracy z sieciami hipermarketów, gdzie był odpowiedzialny za całość relacji, realizację sprzedaży, implementację nowych produktów oraz akcji marketingowych. Po awansie na stanowisko Regionalnego Dyrektora Sprzedaży, oprócz zarządzania całością współpracy z odbiorcami, koordynował zespół Handlowców przy realizacji targetu sprzedażowego w kanale nowoczesnym.

Prowadzi szkolenia w zakresie szeroko pojętej sprzedaży, modeli i taktyk negocjacyjnych, właściwego reagowania na obiekcje oraz umiejętności komunikacji i tworzenia relacji.

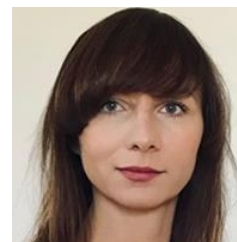
Doświadczenie zdobyte podczas trudnych negocjacji wykorzystuje do dzisiaj w pracy trenerskiej, dzieląc się nim z uczestnikami szkoleń. Jest otwarty na pracę z nowymi narzędziami, wykorzystując nowatorskie podejście, entuzjazm i dynamizm w działaniu. Często poszukuje nieszablonowych rozwiązań, inspirując uczestników do rozwoju i kreatywnego myślenia.

**Prowadzi szkolenia w zakresie:** prospectingu czyli nowoczesnych metod pozyskiwania nowych Klientów, zarządzania sprzedażą dla KAM zarządzania ludźmi, asertywności, negocjacji z sieciami i kluczowymi klientami, profesjonalnej obsługi klienta i technik sprzedaży, rozwoju kompetencji - Akademia Młodego AM/KAM'a

**W ostatnich 4 latach prowadziłem szkolenia dla takich firm jak:**

Dyckerhoff, Herlitz, Loreal Professionnel, Procter&Gamble, Ringana Austria, Ziaja, AJ Produkty, Wialan, Harper Hygienics S.A.; w różnych edycjach szkoleń otwartych prowadził szkolenia dla takich firm jak: Red Bull Sp. z o.o., Ariston Thermo Polska Sp. z o.o., Van Pur S.A. Bakal Center Sp. z o.o., Euro Car

Sp. z o.o., Immergas Polska Sp. z o.o., DANFOSS LPM Sp. z o.o., Gebo Technika Sp. z o.o., Lukas Bank S.A., Fuchs Oil Polska Sp. z o.o., Galago Poland Sp. z o.o., Elzab S.A., Heel Sp. z o.o., Roldrob S.A., Burns Polska Sp. z o.o., Warta Glas Sp. z o.o., VOG Polska, C & A Polska Sp. z o.o., Varner Polska LTD Sp. z o.o., Syngenta Seeds Sp. z o.o., ACO Elementy Budowlane Sp. z o.o., AB Foods Polska Sp. z o.o., Lotos Parafiny Sp. z o.o., Zbyszko Company Sp. z o.o., Bahpol Sp. z o.o., Hal Sp. z o.o., Tan-Viet International S.A., Lider Artur Sp. z o.o., Biazet S.A., Nepentes S.A., Grupa Żywiec Sp. z o.o., Brown Forman Polska Sp. z o.o., ICI Polska Sp. z o.o., Aflofarm Farmacja Polska Sp. z o.o., Vent Kamiński i Spółka, Zielona Budka S.A., Dermika Sp. z o.o., Victoria Cymes Sp. z o.o., Alstom Power Sp. z o.o., Audio-Service Sp. z o.o., Nobiles Sp. z o.o., Atlantic Sp. z o.o., Cadbury Wedel Sp. z o.o., British-American Tobacco S.A., Bahlsen Sweet Sp. z o.o., Browar Belgia Sp. z o.o., Coty Polska Sp. z o.o., 3 M Poland Sp. z o.o., Wilbo Seafood S.A., Schulstad SPC Sp. z o.o., ZPT Olvit Sp. z o.o., Ferrero Polska Sp. z o.o., Hochland Polska Sp. z o.o., Reckitt Benckiser S.A., Sonda S.A., Zakłady Przemysłu Tytoniowego Radom S.A., First Data Polska S.A., Amadar Sp. z o.o., Polisa Życie S.A., Ustronianka Sp. z o.o., Fiat Auto Poland S.A., VB Leasing Polska S.A., Elektronika S.A., Robert Bosch Sp. z o.o. i inne.



## Beata Waga

Pracownik w obszarze obsługi Klienta w Call Center.

Ukończyła Wyższą Szkołę Marketingu i Biznesu oraz Społeczną Wyższą Szkołę Przedsiębiorczości i Zarządzania. Absolwentka Politechniki Łódzkiej na kierunku Marketing Sprzedaży w ramach studiów podyplomowych. Posiada certyfikat Trenera Biznesu uzyskanego na Uniwersytecie Łódzkim.

Swoją karierę w telemarketingu rozpoczęła w roku 2000 jako jeden z pierwszych pracowników Call Center mBanku. W ciągu 4 lat intensywnej współpracy miała możliwość rozwijania siebie jako konsultanta Call Center, a później budowania zespołu młodych, żądnych sukcesu ludzi, na stanowisku supervisor. Był to czas intensywnej nauki w zakresie zarządzania zespołem, motywowania do działania i monitorowania pracy Call Center.

Od 2004 związana jest z branżą farmaceutyczną. Wcześniej zdobyte umiejętności rozwijała w Polskiej Grupie Farmaceutycznej, będącą częścią

Pelion S.A., jako menedżer centralnego telemarketingu. Prowadziła szkolenia produktowe, treningi sprzedażowe, szkolenia przy stanowisku pracy. Tworzyła systemy motywacyjne finansowe oraz pozafinansowe.

Twórcza i właścicielka firmy Contact Pharm – Call Center wyspecjalizowanego w branży farmaceutycznej, świadczącej usługi telemarketingowe od roku 2010. Wspólnie ze swoimi Partnerami, Contact Pharm wprowadza nowe produkty na rynek, wspiera sprzedaż brandów znanych i pożądaných, prowadzi ankiety dostępności, czy umawia spotkania przedstawicieli handlowych. W imieniu swoich Klientów zespół dedykowanych konsultantów dociera do każdej apteki, punktu aptecznego oraz sklepu zielarsko-medycznego w całej Polsce.

W ramach spółki Profit Pharm wprowadzała na rynek apteczny suplementy diety oraz dietetyczne środki spożywcze specjalnego przeznaczenia medycznego. W strukturach spółki pełniła funkcję członka zarządu odpowiedzialnego za sprzedaż.

W roku 2016 została zakwalifikowana do II edycji plebiscytu Kobieta Przedsiębiorcza Województwa Łódzkiego 2015, organizowanego wspólnie przez redakcje Expressu Ilustrowanego, Dziennika Łódzkiego i Naszego Miasta. Idea plebiscytu to prezentacja i wyróżnienie kobiet niezwykłych, których działalność ma istotny wpływ na rozwój i promocję regionu łódzkiego.

Swoją wiedzę oraz doświadczeniem dzieli się prowadząc szkolenia dla firm w zakresie obsługi Klienta czy sprzedaży. W pracy z grupą zależy jej na tym, aby uczestnicy zdobywali wiedzę i umiejętności poprzez doświadczanie. Udział w nowych projektach, obserwowanie jak rozwijają się inni napędza ją do działania i poszukiwania nowych możliwości.



### Beata Szynkowska

Trenerka i menedżer projektów budowy i rozwoju działów obsługi Klienta, Call Center.

Zaraza optymizmem, wzmacniając tym samym psychologiczną kondycję sprzedawców oraz osoby zarządzające projektami sprzedażowymi. Ma ponad 12 lat doświadczenia w pracy w Call Center. W swojej karierze zawodowej przebyła wszystkie stanowiska od telemarketera poprzez Team Lidera oraz szkoleniowca. Samodzielnie dobierała i szkoliła kadrę zarządzającą

projektami biznesowymi oraz skierowanymi do Klientów indywidualnych. Szerokie doświadczenie na różnych stanowiskach dało jej możliwość spojrzenia na procesy sprzedaży na wielu płaszczyznach.

W obecnej chwili przeprowadza szkolenia dla liderów z zakresu umiejętnego zarządzania zespołem sprzedażowym oraz dla coachów z zakresu coachingu motywującego. Jej działania obejmują też przeprowadzanie audytów w firmowych Biurach Obsługi Klienta, opracowywanie planu audytowego, który dotyczy organizacji czy też reorganizacji pracy CC.

Wskazuje drogę do optymalizacji sprzedaży poprzez poszerzanie wiedzy praktycznej i teoretycznej z zakresu nowoczesnych technik sprzedażowych. Zajmuje się także szeroko pojętą jakością w obsłudze klienta biznesowego i indywidualnego. W swojej pracy zwraca uwagę przede wszystkim na prokliencką politykę firmy oraz na zaangażowanie zespołu na wszystkich jego poziomach.

**Projekty szkoleniowo-doradcze realizowała m.in dla:** Grupa Pracuj.pl, Rossmann, OTIS, Farmona Laboratorium Kosmetyków Naturalnych, Łysoń, Sanofi, Samsung, Tauron Obsługa Klienta, DanDav, Archeon.



### Wacław Kisiel-Dorohinicki

Psycholog biznesu, trener kadr, doradca zawodowy i coach kariery. Specjalizuje się w tematyce rozwoju kompetencji interpersonalnych, rozwoju osobistego i zawodowego, zagadnieniach rynku pracy, budowaniu polityki antymobbingowej oraz wsparciu sprzedaży, obsługi klienta i zarządzania.

Psycholog, absolwent Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, certyfikowany trener kadr, licencjonowany doradca zawodowy. Posiada: Certyfikat Trenera i Szkoleniowca (akredytacja MEN); Licencję Doradcy Zawodowego I st. (Nr:D-I/pup/161/2005/06); Kwalifikacje mediatora (Polskie Centrum Mediacji); Uprawnienia do stosowania testów psychologicznych (TO-Z, NEO-FFI, CISS, WAIS-R i inne) oraz doradczych (WKP, KZZ i inne).

Od 2011 roku współpracuje z firmą ProOptima przy realizacji szkoleń i projektów biznesowych. Obszary prowadzonych szkoleń: rozwój kompetencji interpersonalnych (komunikacja, autoprezentacja,

asertywność, stres etc.); wsparcie sprzedaży (techniki sprzedaży, profesjonalna obsługa klienta etc.); wsparcie zarządzania i inne (rekrutacja i selekcja, szkolenie trenerów i szkoleniowców etc.). Autor książek i artykułów z zakresu rozwoju osobistego i zagadnień rynku pracy.

**Projekty szkoleniowo-doradcze realizowane dla:** Akcja Job, AmerSports, Astor, Atagor, Biura Karier WSliZ w Rzeszowie, Biura Nieruchomości „Podgórze”, B Plus B, Cersanit, Cool Sport, Drogerii Àpropos, ES System, Fundacji Instytut Lecha Wałęsy, Górnośląskich Lini Lotniczych – GTL LOT, GTW Project, Henkel Polska, Instytutu Geofizyki Polskiej Akademii Nauk – IFG PAN, Interchemal – Zespołu Młynów Jelonki, Klubu Integracji Społecznej w Krakowie, Komendy Głównej Państwowej Straży Pożarnej, Lobos, Małopolskiej Agencja Rozwoju Regionalnego, KAPRIN Sp. z o.o, Mapa Spontex Polska, Motogama, Optimum, PGE Systemy, PKP Cargo Serwis, PPG Deco Polska, Prywatnej Szkoły dr Małgorzaty Jantos, Publicznej Służby Zatrudnienia (Wojewódzkie Urzędy Pracy, Poczta Polska, Powiatowe Urzędy Pracy, Gminne Centra Informacji), Synthos S.A. (również Synthos-Kaucuk w Kralupach, Czechy), Tauron-Kopalnia Wapienia Czatkowice, Tikkurila Polska S.A. i in.



### Małgorzata Henke

Certyfikowany trener biznesu, akredytowany coach, absolwentka szkoły coachingu Centre for Coaching w Londynie, ze specjalizacją w coachingu osiągnięć oraz coachingu stresu i emocji (licencjonowany konsultant Mental Toughness (MTQ48)). Specjalizuje się w rozwoju siły i odporności psychicznej w biznesie,

wzmacniając menedżerów i zespoły w radzeniu sobie ze stresem, presją i wyzwaniami.

Zajmowała stanowiska członka zarządu i dyrektora w firmach z udziałem zagranicznym z branży wydawniczej. Odpowiedzialna za zarządzanie zespołem i rozwój kompetencji pracowników, współudział w tworzeniu strategii oraz negocjacje i relacje z klientami. Kompetencje biznesowe rozwijała na studiach MBA Oxford Brookes University.

Trener Biznesu, Szkoła Trenerska Krzysztofa Krasa, Certificate in Coaching, Centre for Coaching, Diploma in MBA, Oxford Brooks University, Certificate in Stress Management, Centre for Coaching, Certificate in Performance Coaching, Centre for Coaching, Racjonalna Terapia Zachowania, Licencja

Mental Toughness, AQR International. Prowadzi szkolenia i konsultacje w obszarach determinujących siłę i odporność psychiczną: zarządzania stresem i emocjami, rozwijania samokontroli, zarządzania sobą w czasie, budowania zaangażowania, wzmacniania pewności siebie i gotowości do podejmowania wyzwań.

Licencjonowany konsultant Mental Toughness (MTQ48) – zweryfikowanego naukowo narzędzia badającego siłę i odporność psychiczną. Zwolenniczka poglądu, że o odczuwanym stresie i presji decyduje nastawienie, a z energii stresu możemy czerpać siłę do rozwoju. Programy rozwojowe i szkolenia opiera na interdyscyplinarnym podejściu, sprawdzonych metodach oraz autorskich narzędziach.

**Prowadziła szkolenia** z obszaru Mental Toughness i odporności na stres m.in. dla takich organizacji jak: Hewlett Packard, IKEA of Sweden, Getin Noble Bank, Legrand, PPG Coatings, Diehl, Arteprint, Wrocławskie Centrum Rozwoju Społecznego, Farina, Ikar, Sektor 3, Rising Sun Technologies  
Życiowe pasje: długodystansowa jazda na rowerze, narciarstwo, pływanie, literatura science-fiction, kawa.



### Ludmiła Pisiewicz

Ma ogromne doświadczenie w zarządzaniu złożonymi projektami wdrożeniowymi oraz zarządzaniu departamentami rozwoju oprogramowania.

Absolwentka Politechniki Śląskiej w Gliwicach, kierunek Informatyka. Posiada certyfikat Project Management Professional PMP®, Project Management Institute. Dyplom MBA, Szkoły Głównej Handlowej w

Warszawie. Absolwentka The Art and Science of Coaching Wszechnicy Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Doświadczenie zdobywała jako programistka, koordynator wsparcia Aplikacji Centralnej w ING Banku Śląskim, Kierownik Projektów, Account Manager, Dyrektor Departamentów Rozwoju Aplikacji Detalicznych. Zarządzała wdrożeniem wielu złożonych projektów biznesowo – technologicznych. Jako Project Manager i Dyrektor Zarządzający przeprowadziła transformację LEAN Agile w ING, która należała do największych w Polsce.



Prelegent ekspert wielu biznesowych konferencji oraz wykładów na uczelniach. Zajmuje się coachingiem biznesowym, wdrożeniami, szkoleniami i konsultingiem. Podstawą oferty szkoleniowo-doradczej jest kompleksowe i praktyczne podejście do zmiany, komunikacji i zarządzania w kontekście konkretnej wartości biznesowej.

Życiowe pasje: psychologia i technologia, skuteczność osobista (prowadzi warsztaty), tenis, podróże. W wolnych chwilach tworzy nowe klimaty, pisząc bajki dla dzieci.

**Uczestnicy szkoleń i konsultacji oraz partnerzy:** IDG S.A, Fundacja Governica, DM BOŚ S.A., Grupa Agraf, SIG Sp. z o.o, Europejski Fundusz Leasingowy S.A., Cybercom Group, Instalsoft, Euro-Net sp. z o.o., DHL Express Sp. Z o.o., Coveris Rigid Polska Sp. z o.o., AWSM Systems Sp. Z o.o., T-mobile Polska S.A., Grupa LUXMED, "USKOM" Sp. z o.o, 3Q Sp. Z o.o., Postdata S.A, Pramerica Życie TUIR S.A, BGŻ BNP Paribas S.A., HPE Polska, Adinitio sp.zo.o., KBA Automatic.



### Dorota Major

Doświadczony konsultant biznesowy, trener i kierownik projektów. Prowadzi zaawansowane szkolenia z zakresu zarządzania projektami

Absolwentka WSB - National Louis University (Wydział przedsiębiorczości i zarządzania) oraz prestiżowych studiów MBA (Strategia korporacji i polityka przemysłowa) organizowanych przez holenderską uczelnię Maastricht School of Management i WSB - National Louis University. Jest akredytowanym kierownikiem projektów PRINCE2® Practitioner, posiada także certyfikat Kierownika Projektów Unijnych wydany przez Studium Prawa Europejskiego w Warszawie.

Doświadczenie zawodowe zdobyła pracując kilkanaście lat w branżach: informatycznej, turystycznej, budowlanej, telekomunikacyjnej i konsultingowo-szkoleniowej. Będąc kierownikiem różnych działów: operacyjnego, marketingu i sprzedaży, jak również wieloletnim kierownikiem projektów i członkiem zespołów projektowych oraz prezesem zarządu bardzo dobrze zna i rozumie specyfikę zarządzania ludźmi, organizacją i projektami.

W trakcie realizacji projektów międzynarodowych współpracowała z instytucjami naukowymi, ośrodkami badawczymi, urzędami państwowymi i

sektorem prywatnym w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych poznając zasady komunikacji i współpracy międzynarodowej w praktyce.

**Od kilku lat prowadzi konsultacje i szkolenia dla różnych branż i klientów m.in. dla:** MAN Truck, Rossmann, SP Medical, Emed, GEA Technika Ciepła Sp. z o.o., Poch S.A., Enion SA, EDF, Lubelskie Centrum Consultingu, Ministerstwo Obrony Narodowej, Związek Lustracyjny Spółdzielni Polskich, Biprostal, Ekocentrum, WUP, Art of Finance, EnMS Polska, Trawena SA. Wykładowca i prelegent na uczelniach m.in. Politechnika Krakowska, AGH, UE, Wyższa Szkoła Europejska w Krakowie.



### Jacek Cymerman

Doświadczony trener, konsultant, coach.

Absolwent Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej, ukończył Studia Podyplomowe „Psychologia w zarządzaniu” oraz „Public relations” na Akademii Ekonomicznej w Katowicach, szkołę Trenerów Biznesu oraz Szkołę Coachów Wszechnicy

Uniwersytetu Jagiellońskiego wg standardów ICF.

W przeszłości zarządzał trenerskimi zespołami projektowymi w Orange Polska S.A. oraz pełnił funkcję kierownika Działu Szkoleń w Burger King Poland S.A.

Posiada 17 letnie doświadczenie zdobyte w pracy z grupami szkoleniowymi w różnych branżach, jako trener, konsultant i coach. Jego zainteresowania koncentrują się na skutecznym rozwijaniu kompetencji menedżerskich, uczestników szkoleń. Ma za sobą ponad 1400 dni szkoleniowych przepracowanych jako Trener prowadzący zajęcia na sali. W Orange Polska był odpowiedzialny za projekty związane z rozwojem menedżerów w Pionie Sprzedaży. Przez 8 lat projektował i prowadził warsztaty oraz szkolenia dla menedżerów i Trenerów na Szkołach Trenerów i studiach podyplomowych. Aktualnie projektuje i prowadzi szkolenia dla menedżerów w różnych branżach i na różnych poziomach zarządzania. Zajmuje się budowaniem wewnętrznej motywacji do zmiany i rozwoju menedżerów poprzez coaching indywidualny. Jego kompetencje w tym zakresie są potwierdzone certyfikatem ukończenia Szkoły Coachów Wszechnicy Uniwersytetu Jagiellońskiego realizowanego według standardów ICF.

**W swojej karierze zawodowej pracował między innymi dla takich firm i instytucji jak:** Comarch, Burger King Poland S.A., IKEA, Leroy Merlin, OBI,



Tauron, Azoty Puławy, Northfarm, TrimTab, Monier, Retting Heating, Kimberly – Clark S.A, Karen sp zoo, PKO BP, Oasis East, TRW, Lukas Bank, Unibep, ING Usługi Finansowe, ING Bank Śląski, PZU S.A., AmRest, Intersnack, Bank Poczty, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wrocławiu, Opolu, Chorzowie, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, CRH Klinkier, Indesit S.A., Hawe S.A., Premier Manufacturing, Rojek Decor S.A., Ramsat S.A., Górażdże S.A., Deloitte, Sąd Okręgowy w Warszawie, Elamed S.A., 39 Banków Spółdzielczych z grona BPS. ZUS, Urząd Skarbowy Rybnik, Izba Skarbowa Katowice, Urząd Skarbowy Opole, Urząd Skarbowy Wrocław, Izba Celna w Katowicach, Komenda Wojewódzka Policji w Katowicach.

### Aneta Kordas



Certyfikowany trener, konsultant, specjalista ds. personalnych.

Absolwentka psychologii stosowanej UJ. Prowadzi projekty doradcze oraz konsultacje dotyczące zarządzania zasobami ludzkimi i poprawy efektywności funkcjonowania zespołów.

Od 10 lat wspiera także kadrę zarządzającą i pracowników w zakresie rozwoju kompetencji osobistych (komunikacja, zarządzanie czasem, asertywność, radzenie sobie ze stresem) oraz podejmowania strategicznych decyzji w zakresie zarządzania personelem.

Posiada certyfikat Extended DISC International oraz DiSC Classic® i z sukcesami wykorzystuje te metodologie do wspierania rozwoju efektywności zespołów w organizacjach. Od 2014 roku konsultant Małopolskiego Programu Profilaktyki Depresji „Wyprzedzić Smutek”.

#### Do tej pory pracowała między innymi dla:

Vaesuvius Poland SA, Kolporter SA., Banolli sieć Restauracji Pizzerii, Dom Szkoleń i Doradztwa; Sweco Polska; Future Processing Sp. z o.o.; Podkarpacki Urząd Marszałkowski; Intersnack Poland Sp. z o.o.; Strefa Rozwoju; ProKadra; Grupa Control Process; Ośrodek Szkolenia i Rozwoju Biznesu Lex Sp. z o.o. w Nowym Sączu; Seriusz Sp zoo, Alfa Saturnus; Zakład Ubezpieczeń Społecznych ZUS, PZU S.A., Fabryka Zysków, Stowarzyszenie Budujemy Nadzieję, Stowarzyszenie WIOSNA, TESCO, Capgemini, Cementownia Kraków SA.



### Sylwia Rogala-Marciniak

Coach i trenerka. Prowadzi sesje rozwojowe, coachingi biznesowe, team-coachingi. Doradza firmom w zakresie kształtowania polityki personalnej, projektuje programy analizy potrzeb i diagnozy kultury organizacyjnej.

Certyfikowany trener biznesu, Erickson International Certified Coach. Absolwentka Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Szkoły Trenerów SKITZ Matrik oraz akredytowanego przy ICF programu „Art and Science of Coaching” Erickson College International. Swoje umiejętności zawodowe doskonaliła uczestnicząc m.in. w programach CoachWise Coaching Essentials™, Transforming Communication™ Family Coaching - Erickson College International. Aktualnie rozwija się na kursie trenerskim MBSR (Mindfulness Based Stress Reduction) organizowanym przez Institute for Mindfulness-Based Approaches.

W branży szkoleniowej od 2006 roku. Doświadczenie w biznesie zdobyła pracując w agencjach marketingowych i reklamowych oraz w firmie edukacyjnej na stanowisku kierowniczym. Od początku kariery aktywnie prowadzi warsztaty i szkolenia, początkowo sprzedażowe i marketingowe, obecnie specjalizuje się w treningach i coachingu menedżerskim. Ma na swoim koncie ponad 2500 godzin na sali szkoleniowej, 1200 wyszkolonych osób na stanowiskach kierowniczych, 500 na stanowiskach handlowych, 250 godzin coachingów rozwojowych, menedżerskich, operacyjnych.

Jest również wykładowcą na studiach podyplomowych z zakresu ZZL oraz PR przy Uniwersytecie Łódzkim. Jako Opiekun Merytoryczny Podyplomowego Studium Coachingu i Mentoringu Organizacyjnego oraz Life-Coachingu na UŁ jest odpowiedzialna za zawartość merytoryczną i jakość programu oraz dobór kadry trenerskiej. Jako Superwizor i Mentor Coach CoachingSteps™ prowadzi również programy szkoleniowe, sesje superwizowane i sesje mentor coachingu oraz pracuje nad nowymi produktami na potrzeby coachów, liderów i organizacji. Publikuje w czasopiśmie specjalistycznym, jest także współautorem publikacji „Coaching. Zbiór narzędzi wspierania rozwoju” (Wolters Kluwer 2012).

**Realizowała projekty doradcze i szkoleniowe m.in. dla:** Aegon, AVIO Aviation Group, BWI Poland Technologies Sp. z o.o., CBS Butler, Centralwings,





Ceramika Paradyż, Comarch, Cooper-Standard Automotive, DELL Polska, Dyckerhoff, Indesit Company, Izba Doradców Podatkowych, Johnson&Johnson, Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego, MARS Polska, Metzeler Automotive Profile Systems, Nokia Siemens Networks, Novol, Nordea Bank AB S.A., PKO BP, PZU SA, Philips Lighting Poland, Poczta Polska S.A., PKP Energetyka, SWM Poland Sp. z o.o., TRW Automotive, Uniwersytet Łódzki, Zakład Ubezpieczeń Społecznych.



### Anna Piosik

Konsultantka customer experience, projektantka usług i doświadczeń klienta, strategka biznesowa z wieloletnim doświadczeniem w projektach strategicznych, certyfikowana moderatorka Design Thinking, trenerka i facylitatorka warsztatów kreatywnych.

Posiada ponad 15-letnie doświadczenie w prowadzeniu projektów biznesowych, inicjatyw cross-funkcyjnych oraz budowania strategii w obszarach telco, e-commerce, ed-tech, innowacji cyfrowych, rozwoju produktu, doświadczeń klienta i użytkownika.

Miała okazję wprowadzać do organizacji podejście service design i budować myślenie klientocentryczne w pracy projektowej. Zarządzała zespołem projektantów i szeroko współpracowała z właścicielami biznesowymi, właścicielami produktu badaczami i zespołami UX/UI.

Prowadzi warsztaty projektowe i kreatywne z wykorzystaniem podejścia Design Thinking i Service Design oraz narzędzi kreatywnego myślenia. Jej umiejętność budowania angażującej atmosfery warsztatów, a także pasja i umiejętności moderowania procesu projektowania pozwala dostarczać wartość klientom i organizacjom. Jest również certyfikowanym Coachem ACC ICF oraz Team Coachem z pasją do pracy z ludźmi i wspierania zespołów w rozwijaniu ich kompetencji miękkich. Główne obszary, w których wspiera biznes: szkolenia CX, sesje kreatywne i ideacji pomysłów, projektowanie elementów CX, narzędzia i canvas CX, praca z głosem klienta, customer journey mapping, budowa persony wizja CX, wyróżniki doświadczenia, transformacja klientocentryczna, dojrzałość CX i strategia CX, cele CX, OKR i roadmapy strategiczne



### Daria Lewandowska

Trenerka biznesu, trenerka mocnych stron, talent coach, certyfikowany trener FRIS.

Absolwentka studiów MBA oraz prestiżowego programu ministerialnego „Top 500 Innovators” na Uniwersytecie w Berkley.

Pracuje w obszarach rozwoju osobistego, poszerzania własnej świadomości, budowania relacji z drugim człowiekiem. Jej specjalizacją jest odkrywanie naturalnych talentów, zarządzanie talentami według metodyki Instytutu Gallupa, wsparcie organizacji i zespołów we wdrażaniu metodologii mocnych stron oraz analiza raportów Clifton Strengths Finder 2.0.

W sferze jej pasji jest także budowanie kompetencji międzykulturowych. Jest niezależną, certyfikowaną trenerką i coachem, a także wykładowcą uczelni wyższych, jak Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu czy Uniwersytet Ekonomiczny. Na co dzień tworzy holistyczne programy rozwojowe w obszarach komunikacji, kompetencji liderek oraz budowania i wzmacniania pracy zespołowej. Czerpiąc z wieloletniego doświadczenia na własnej ścieżce rozwojowej korzysta w swojej pracy między innymi z: metody Silvy w biznesie, dwupunktu według Richarda Bartlett'a, narzędzi coachingowych (m.in. karty coachingowe Points of You), wiedzy psychologii w sporcie, 12 kroków i tradycji AA, map świadomości dr. David'a Hawkins'a, metodologii Gallupa, narzędzia rozwojowego FRIS, technik teatru improwizacji, narzędzi samorozwoju kulturowego Cultural Detective.

**Pracowała dla i współpracowała m.in. z takimi firmami jak:** NASA, IBM, Wrocławskie Centrum Badań, Fundusz Inwestycyjny Venture Incubator, Opera, BZ WBK, Viessmann, Delphi, Business Centre Club, Izby Handlowe, Hewlett-Packard, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Microsoft, NovoNordisk, KGHM, MKS Juvenia, KS Kings.

Wierzy, iż tylko uśmiechnięta, zrelaksowana i spokojna osoba, która jest w kontakcie z własnym źródłem radości może dzielić się odnawialnymi pokładami energii z innymi.

Pracuje i uczy się w środowisku międzynarodowym, posługując się płynnie językiem angielskim, włoskim i hiszpańskim.





## Michał Futyra

Trener, wykładowca akademicki i podróżnik, specjalista w zakresie komunikacji międzykulturowej, w tym głównie doskonalenia procesów komunikacji w obsłudze biznesowej zagranicznych klientów i partnerów gospodarczych.

Absolwent Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie oraz Stosunków Międzynarodowych w Wyższej Szkole Europejskiej w Krakowie. Studia doktorskie z zakresu Nauk o Komunikacji i Mediach w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania. Posiada certyfikaty językowe TELC oraz Kent School of English, certificate of International University of Applied Sciences IUBH Bad Honnef – Bonn z zakresu „teaching and projecting skills”, absolwent Europejskiej Akademii Dyplomacji.

W latach 2006-2012 pracował w Instytucie Badań nad Cywilizacjami Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie. Od 2012 roku z krótkimi przerwami związany z Wyższą Szkołą Europejską im. ks. J. Tischnera w Krakowie, gdzie w 2013 roku zakładał i przez cztery lata kierował krakowską filią Instytutu Badań nad Cywilizacjami. Stale współpracuje z polskimi i zagranicznymi przedsiębiorstwami, przede wszystkim z zakresu usług dedykowanych, outsourcingowymi, logistyczno-spedycyjnymi oraz produkcyjnymi, pomagając w usprawnianiu obsługi klientów zagranicznych, budowaniu strategii wyjścia na nowe rynki oraz przygotowywaniu pracowników do pracy w międzynarodowym środowisku.

**W ramach działalności szkoleniowej, naukowej, doradczej i podróżniczej, pracował m. in. w:** Sri Lance (2008), Tajlandii (2009,2010,2011,2012,2014, 2016), Kambodży (2010), USA (2010), Laosie (2010), Indiach (2011), Nepalu (2011), Wielkiej Brytanii (2012), Malezji (2012), Indonezji (2012), Singapurze (2012), Ukrainie (2012,2013,2014,2015,2016), Francji (2014), Węgrzech (2014, 2015, 2016), Birmie (2014), Wietnamie (2016), Kanadzie (2017), Niemczech (2018, 2019).

**Do tej pory współpracował m. in. z:** Hotel Intercontinental Warsaw , Widex, Jelenia Plast, ZWRI, Wietpol Aerospace, Done! Deliveries, NGS Oil & Gas, Ergo:Design, KREATOR, Centrum Szkolenia do Misji Zagranicznych, Wyższą Szkołą Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Wyższą Szkołą Europejską im. ks. J. Tischnera w Krakowie oraz instytucjami rządowymi i pozarządowymi.



## Anna Mikołajczyk

Trener i konsultant jakości obsługi klienta

Doświadczony ekspert od zarządzania jakością i doświadczeniami klientów, konsultant biznesowy.

Ma ponad 15 lat doświadczenia w obszarze obsługi, sprzedaży i utrzymania klientów, w branży usługowej i telekomunikacyjnej. Zaczynała od roli konsultanta, 12 lat na stanowiskach specjalistycznych i kierowniczych w obszarze zarządzania jakością i doświadczeniami klientów.

Inicjowała i zarządzała zmianami mającymi na celu zwiększenie satysfakcji klientów i zmniejszenie kosztów operacyjnych. Była odpowiedzialna m. in. za zdefiniowanie i wdrożenie nowoczesnych standardów obsługi we wszystkich kanałach kontaktu oraz procesu zarządzania jakością (zasady monitoringu jakości, karty monitoringu, KPI's raportowanie wyników).

Prowadziła audyty oraz analizy jakości i efektywności procesów, kontaktów z klientami. Uczestniczyła w projektach z zakresu Customer Experience Management takich jak: wdrożenie badań satysfakcji i skłonności do rekomendacji (w tym m.in. definiowanie scenariuszy ankiet, wymagań do systemu ankietowego, procesu kategoryzacji opinii), mapowanie podróży klientów i mapowanie komunikacji z klientami. Skutecznie zdefiniowała i wdrożyła proces Close the loop dla realizowanych badań.

Obecnie swoją wiedzę i doświadczenie wykorzystuje wspierając firmy m. in. w poprawianiu doświadczeń ich klientów i doskonaleniu procesów operacyjnych. Z pasją słucha, obserwuje, analizuje, wyciąga wnioski, wskazuje rekomendacje działań i pomaga je wdrożyć. Z wykształcenia magister Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej.





## Bogusława Skupin

Coach, mentor i certyfikowany trener. Certyfikowany Trener Sprzedaży Sandler System, Extended Disc. Akredytowany Coach w International Coach Federation – na poziomie PCC. Absolwentka Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach – wydział

Pedagogiki i Psychologii, studiów podyplomowych w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu.

Ponad 20 lat prowadzi własny biznes. Jej styl pracy oparty jest na zasobach klienta a nie rozwiązaniach coacha. Pracuje nad wszystkimi obszarami życia klienta (fizyczny - realizacja celów biznesowych; intelektualny – wiedza, kompetencje; emocjonalny – m.in. rozwój inteligencji emocjonalnej; społeczny – relacje z innymi ludźmi).

Posiada doświadczenie we wspieraniu swoich klientów w obszarach rozwoju przywództwa, wchodzenia w nową rolę, przechodzenia przez zmianę, budowania zespołów, rozwiązywania konfliktów, szukania nowych dróg.

Od kilkunastu lat jest związana z międzynarodową korporacją finansowo-ubezpieczeniową. Na co dzień prowadzi treningi, mentoring, coaching dla przedsiębiorców różnych szczebli, z różnym stażem.

**Pracowała i nadal pracuje w sektorach:** Finansowym, Ubezpieczeniowym, Medycznym, Konsultingowym, Spożywczym, Budowlanym, Odzieżowym.



## Michał Faron

Trener i coach. Specjalizuje się w obszarze przywództwa, zarządzania zespołami, projektami, zmianą oraz coachingu indywidualnego i zespołowego.

Od 14 lat trener i doradca, od 6 lat coach business i life coachingu. Ukończył Executive MBA – UEK, Stockholm

University. Otrzymał dyplom trenerski - Stowarzyszenie Trenerów i Konsultantów „Matrik” (w trakcie certyfikacji EDEXCEL) oraz certyfikaty trenera - Wszechnica UJ (EQF 5); Erickson College (Vancouver). Ukończył

program coachingu: „The Art and Science of Coaching” (w trakcie certyfikacji ICF).

Pracował na stanowiskach specjalistycznych i menedżerskich w firmach doradztwa personalnego i przetwarzania wysokich technologii. Tworzył programy rozwojowe, marketingowe, przygotowywał strategię personalne i wprowadzał systemy jakości. W ramach projektu rozwoju kompetencji trenerskich prowadził zajęcia w Szkole Trenerów Wszechnicy UJ.

W pracy wykorzystuje wiedzę i umiejętności z zakresu: psychodynamiki, kreatywności, psychodramy, gier i symulacji, studium przypadku, pracy pytaniami i metafory. W ramach coach business i life coaching pracuje z wykorzystaniem autorskiej koncepcji niedyrektynnego narracyjnego coachingu. Audytor ISO: 9001: 2000. Rozpoczęty I stopień psychodramy – Polski Instytut Psychodramy w Krakowie. Udział w dwóch programach psychodynamiki grup „Making the Difference” – Magnum Opus (Londyn). Kurs impostacji głosu i ruchu scenicznego. Aktywnie bierze udział w konferencjach i spotkaniach trenerskich.

**Projekty szkoleniowe prowadził m.in. dla:** Henkel, Auchan, Akamai, Orange, Google, PGE, Orlen, Leroy-Merlin, Citi Bank, Cemex, Tauron, Swarovski, Metro Services.



## Aneta Kutnik

Trenerka Non-Violent Communication.

Absolwentka pedagogiki opiekuńczo-wychowawczej Uniwersytetu Marii Curie – Skłodowskiej w Lublinie. Absolwentka Szkoły Trenerów i Komunikacji

Opartej na Empatii prowadzonej przez Dojrzewalnię Róż pod patronatem Polskiego Towarzystwa Psychologicznego. Absolwentka treningu Coachingu Opartego Na Potrzebach (The Center For Non-Violent Communication). Dodatkowo doskonaliła rozwój osobisty na licznych kursach i warsztatach w Anglii, między innymi: Thames Valley University, Londyn: Basic Counselling Skills.

Posiada bogate doświadczenie pracy pedagogicznej, trenerskiej i administracyjnej w międzynarodowym środowisku dla firm w kraju i zagranicą, m.in. Tesco Polska, Kenham Building Ltd (Construction Company UK), Bondminster Ltd. (Property Development and Management UK), Związek Harcerstwa Rzeczypospolitej, Tesco Polska.



Specjalizuje się w szkoleniach prowadzonych w języku polskim i angielskim w takich obszarach jak rozwój umiejętności interpersonalnych i komunikacyjnych, rozwiązywanie konfliktów, budowanie relacji i współpracy w zespole, przywództwo - szczególnie z perspektywy Nonviolent Communication (Porozumienia bez Przemocy). Jej atutem jest bardzo dobra znajomość języka angielskiego w mowie i piśmie. Ponad osiem lat mieszkała w Anglii i spotkania z ludźmi różnych kultur niezmiernie wzbogaciły jej osobowość, otworzyły na różnorodność i bogactwo relacji.

Prywatnie żona i mama. Dbą o jakość swojej pracy korzystając z superwizji.

**Realizowała projekty szkoleniowe m.in. dla:** Tesco Polska Sp z o o , HSBC, ZUS, Pracownia PoSkrzydła, Związek Harcerstwa Rzeczypospolitej Polskiej, Wyższa Szkoła Europejska im. ks. Józefa Tischnera, Organizacja Pozarządowa Positive Awareness (UK), Szkoła Trenerów i Komunikacji Opartej na Empatii, Fundacja Wspierania Rozwoju Innowacji i Kreatywności „Increa” Festiwal Rozwoju Osobistego Progressteron, Centrum Zarządzania i Administracji Kraków, Fundacja Czarna Owca Pana Kota, Centrum Rozwoju Dzieci i Młodzieży Ekoland (Węgrzce).



### Grzegorz Jeżowski

Dyplomowany coach, trener biznesu. 18 letnie doświadczenie pracy z ludźmi na stanowiskach handlowym, kierowniczym, konsultacyjnym oraz trenerskim w organizacjach takich jak: Work Service/Telekomunikacja. W tym od ponad 13 lat na rynku szkoleniowo-doradczym jako trenera sprzedaży w korporacjach międzynarodowych (Avon/UPC/Media Markt & Saturn). Ukończył studia z

nauk politycznych oraz studium pedagogiczne z zakresu andragogiki osób dorosłych na Uniwersytecie Gdańskim. Absolwent studiów podyplomowych z zakresu ZZL oraz doradca zawodowy.

Swoją przygodę sprzedażową rozpoczął już na studiach jako doradca klienta i już po paru miesiącach został kierownikiem a następnie w niedługim czasie zarządzał grupą kierowników. Po czym tworzył i zarządzał firmą rekrutacyjną oraz otwierał nowe oddziały.

Specjalizacja trenerska: Specjalizuje się w standaryzacji sił sprzedaży i zarządzania oraz w coachingu sprzedażowym. Procesy, które tworzy bądź współtworzy, stanowią o kulturze i marce Pracodawcy, co z kolei przekłada się na zysk. Wdraża i monitoruje standardy pracy w sprzedaży bezpośredniej i wypracowuje zachowania zgodne z oczekiwaniem firmy. W swoich szkoleniach kieruje się dobrem i rozwojem firmy, dla której pracuje. W warsztatach, które organizuje ważne są dla niego cele szkoleniowe i rozwój uczestników. Dzięki tym umiejętnościom po szkoleniu, uczestnicy są bardziej zorientowani na wynik.

Wiedza i umiejętności, którą posiada, pochodzą z wszechstronnego wykształcenia oraz doświadczenia, które zdobył współpracując z wieloma międzynarodowymi korporacjami. Zrealizował do tej pory 600 dni szkoleniowych oraz 1100 dni konsultingowo-coachingowych dla różnych firm.



### Elżbieta Gierczyńska

Trener i konsultant w 3 obszarach:

Prowadzeniu szkoleń z zakresu zarządzania zespołem: obsługi klienta, sprzedaży, CXM, zarządzania zmianą, zarządzania reklamacjami, zarządzania call center. Mój konik to reklamacje, wyznaczanie celów i CXM. Konsultowaniu doskonalenia procesów, optymalizacji, transformacji w dużych i średnich firmach – w tym Diversity and inclusion, Employee Experience (EX) oraz pracy z wyższą kadrą menedżerską: dyrektorami, właścicielami firm, prezesami.

Doświadczona managerka z 20-letnim stażem w 5 różnych rolach w dużej organizacji finansowej. Ma unikatowe doświadczenie ze względu na pracę w różnych obszarach w firmie: obsługa klienta, sprzedaż, zarządzanie zmianą, marketing ( patrzenie z wielu perspektyw). Na przestrzeni 20 lat pracy zatrudniła kilkaset osób. Praktyk budowania zwycięskich zespołów opartych na silnych stronach, rozwijanie potencjału ludzi. Doświadczony menedżer obsługi klienta i sprzedaży nagradzany za swoje osiągnięcia. Lider skalowania rozwiązań w organizacji bazujących na Customer Experience Management.



Wykładowca akademicki w Wyższej Szkole Bankowej na kierunku Customer Experience Management, Studia podyplomowe | WSB w Gdańsku. Doświadczony i ceniony mówca na konferencjach branżowych. **Wykształcenie:** Akademia Trenerów Mentalnych obecnie 01.2020-06.2020 <https://mental-power.pl/akademia>. Szkoła Główna Handlowa, Studia podyplomowe dla Menedżerów Sektora Usług Finansowych i Ubezpieczeniowych 2014-2015. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Związana z branżą ubezpieczeniową (firmą Aviva od 19 lat). Przez ostatnie 10 lat zgłębiała tajniki call center w obsłudze klienta i sprzedaży ubezpieczeń przez telefon. Pełniła rolę Customer Championa i była odpowiedzialna za wdrożenie strategii zarządzania doświadczeniem i wiedzą o kliencie w Avivie. Uważa, że ubezpieczenia są ważne a dla klienta powinny być proste i dawać mu wsparcie w trudnych życiowych sytuacjach. Lubi pracę z ludźmi a za stworzenie przyjaznego środowiska pracy otrzymała nagrodę główną w kategorii Manager Call Center 2012 (konkurs zorganizowany przez Institute for International Research). Jako osoba dynamiczna, w celu „wyciszenia” trenuje tai chi, by za chwilę nałożyć słuchawki na uszy z muzyką metalową.



### Katarzyna Zawodny-Grociak

Trener, konsultant i coach.

Specjalizacja:

Psycholog z ponad 15-letnim doświadczeniem. Specjalizuje się w prowadzeniu szkoleń, doradztwie zawodowym, life i career coachingu oraz usługach outplacementu. Ekspert w zakresie DISC i metod diagnostycznych służących planowaniu rozwoju.

Projektuje i przeprowadza szkolenia i warsztaty, także on-line, w obszarze umiejętności zwiększających efektywność osobistą (soft skills), umiejętności w obszarze zarządzania i przywództwa oraz szkolenia z tematyki skutecznego poruszania się na rynku pracy.

Doświadczenie:

Przez lata pracowałam w obszarze HR, szkoleń w sektorze biznesu i publicznym oraz przy projektach aktywizacji zawodowej diagnozując

potrzeby klientów, tworząc i monitorując ich indywidualny plan rozwoju, a także prowadząc pełną dokumentację projektów.

Główni Klienci dla których realizowała szkolenia i wsparcie rozwojowe to: Jeronimo Martins, Capgemini, EDF, PKO BP, PZU S.A., Man Trucks, Lukas Bank, Philip Morris, LCS Logistics, Olympus, Tesco, TP S.A, Targi Kielce, Goodyear, BRE Bank, Service Point, Service Point, BSH, Felix, Mittal Steel Poland, Impel, HDS, MCD ELECTRONICS, RR Donneley, Lufthansa Global Business Services, LG Energy Solutions, Uniwersytet Śląski, Uniwersytet Jagielloński



### Marcin Fijoł

Konsultant CEM, trener, interim manager

Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu (Wydział Ekonomii, specjalność Public Relations) oraz studiów podyplomowych Marketing Usług Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu (od 2012r.).

Praktyk wsparcia sprzedaży z doświadczeniem managerskim w Działach Obsługi Klienta agencji reklamowych w kraju i za granicą oraz jako Dyrektor Marketingu franczyzowej sieci handlowej FMCG. Od 2011r. działalność doradczo-szkoleniowa w obszarze szeroko pojętego wsparcia sprzedaży oraz efektywności osobistej poprzez optymalne wykorzystanie dostępnego potencjału zgodnie z ideą 3R (Right Person -> Right Message -> Right Time).

Certyfikowany Trener Biznesu (dyplom szkoły trenerskiej House of Skills - 2011r.), ukończony kurs Coachingu, aktywny członek Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu (członek Komisji Etyki).

Zakres tematyczny doradztwa oraz szkoleń: Sprzedaż: Aktywne pozyskiwanie i obsługa klienta, Techniki radzenia sobie z obiekcjami klienta, Obsługa reklamacji, Zarządzanie relacją z klientem B2B, Budowanie przewagi konkurencyjnej poprzez ofertę handlową, Negocjacje handlowe, Zarządzanie marką, Zachowania nabywcze, Zarządzanie produktem, Merchandising, Shopper marketing, Segmentacja rynku, Zarządzanie doświadczeniem klienta.



## O ProOptima

**ProOptima** od 2006 roku jest niezależną polską firmą doradczą-szkoleniową. Założył ją zespół ludzi z bogatym doświadczeniem, zdobytym w ciągu ostatnich 15 lat, wywodzących się z różnych firm szeroko pojętego marketingu zintegrowanego.

**ProOptima** doradza swoim Partnerom, jak powinny wyglądać optymalne relacje z ich Klientami bez względu na sektor, w jakim działa firma i jakie cele sobie wytycza.

**ProOptima** realizuje szkolenia dedykowane i indywidualne oraz projekty rozwojowe w oparciu o sprawdzoną metodykę pracy szkoleniowej.

**ProOptima** zawsze stara się sprostać oczekiwaniom i potrzebom swoich Partnerów. Zatrudnia profesjonalistów, którzy służą wszechstronną pomocą i nie boją się wyzwań biznesowych.

**ProOptima** proponuje innowacyjne rozwiązania w zakresie zarządzania relacjami z Klientem.

**ProOptima** służy pomocą w zakresie doradztwa strategicznego, badań marketingowych i szkoleń kompetencyjnych.

W grudniu 2016 roku ProOptima przeszła pomyślnie **audyt certyfikacyjny SUS.2.0.**, a w listopadzie 2022 z sukcesem przeszliśmy **recertyfikację**.

**Certyfikat jest gwarancją, że legitymująca się nim firma oferuje najwyższej jakości usługi szkoleniowo-doradcze.**

Standard obejmuje wytyczne Polskiej Izby Firm Szkoleniowych (PIFS) dla firm świadczących usługi szkoleniowe. PARP uznaje certyfikat za dokument uprawniający firmę do wpisu jej usług do Bazy Usług Rozwojowych (BUR).



## Referencje



ProOptima zrealizowała z sukcesem proces rozwojowy na przestrzeni kilkunastu tygodni od maja do października 2015. Jego integralną część stanowiło szkolenie o charakterze warsztatowym, ale wyróżnikami były zaangażowanie przełożonych uczestników, diagnoza, a potem odpowiedź na potrzeby szkoleniowe każdego z uczestników i przede wszystkim monitorowanie przez trenera przebiegu wdrożenia zmian precyzyjnie zaplanowanych na szkoleniu, następnie weryfikacja skali zmiany poprzez follow up. Z tego względu polecamy ProOptimę, trenera Tomasza Kras i proces rozwojowy jako szczególnie udaną formę usługi edukacyjnej.

Dyrektor Personalny sieci ASTOR - Agnieszka Politańska



Poprzez umiejętną współpracę oraz dzięki ogromnemu wsparciu merytorycznemu, wiedzy eksperckiej i doświadczenia konsultantów ProOptimy z zakresu: obsługi klienta, kierowania zespołem, budowania kultury organizacyjnej, zarządzania zmianą udało się nam wspólnie opracować standardy, przeszkolić osoby i spowodować by (zmiany) stały się stałym elementem kultury naszej pracy. Istotnym elementem była także możliwość korzystania z wiedzy i doświadczenia ekspertów ProOptima, które wykraczały poza podstawowe ramy prowadzonego wspólnie projektu (diagnoza kultury organizacyjnej, coaching, motywacja). Współpracujące z nami osoby były zawsze otwarte na wszelkie pytania i wątpliwości, elastycznie podchodząc do realizacji powierzonego im zadania.

HR Manager - Magdalena Dzikowska

## COMARCH

ProOptima zrealizowała z sukcesem proces rozwojowy na przestrzeni ostatnich dwóch lat od listopada 2014 - grudnia 2015. Wyróżnikami metod pracy ProOptima jest koncentracja na wprowadzaniu zmiany w zachowaniach uczestników projektu. Takim celowi był podporządkowany proces: diagnozy potrzeb rozwojowych kilku grup uczestników, realizacja cykli szkoleń warsztatowych i szkoleń indywidualnych oraz praca wdrożeniowa wśród uczestników. W projekt zaangażowana także kadra menedżerską, której dostarczono narzędzia umożliwiające monitorowanie i wspieranie zmiany w zachowaniach wśród uczestników. (...) Branża IT to ciągła zmiana. Działając w tej materii od lat, wiemy, że sukces tkwi w nieustannym pogłębianiu wiedzy i zdobywaniu nowych umiejętności. Jako partnera w tym procesie rekomendujemy ProOptima Sp. z o.o.

Kierownik Centrum Szkoleniowego Comarch SA - Wojciech Czerepak



Nabyta wiedza i rozwijane umiejętności mają swoje przełożenie na wyniki pracy uczestników szkolenia. Ponieważ szkolenie spełniło nasze oczekiwania, miało kontynuację dla następnej grupy. Polecamy ProOptima Sp. z o.o. jako firmę realizującą profesjonalne i skuteczne szkolenia.

Specjalista ds. personalnych - Magdalena Jarczak





Dziękuję firmie szkoleniowej ProOptima. Z pełnym przekonaniem będę polecała szkolenie osobom chcącym rozwijać swoje kompetencje zawodowe i interpersonalne. Nauka przez doświadczenie, wsparta starannie wyselekcjonowaną i odpowiednio przekazaną teorią sprawiła, że z każdego spotkania wyniosłam dużo przydatnej i cennej wiedzy oraz umiejętności, które chętnie i - mam nadzieje - efektywnie wykorzystuję na co dzień, w swojej pracy zawodowej. Godne pochwały są predyspozycje oraz umiejętności trenerów, których cechuje nie tylko profesjonalizm, ale przede wszystkim pasja (...).

Manager ds. HR i komunikacji wewnętrznej - Agnieszka Kliber



Każdemu menedżerowi polecam szkolenie "Menedżer Coachem" prowadzone przez krakowską firmę szkoleniową ProOptima prowadzoną przez Tomasza Krasa. To już kolejne szkolenie ProOptimy, w którym uczestniczyłem. Uwielbiam, gdy trener potrafi tak pracować z grupą, aby każdy wyszedł ze szkolenia zainspirowany i zmotywowany do wprowadzania zmian. Po dwóch dniach miałem mnóstwo wskazówek do rozwoju zawodowego i osobistego. A zmiany i owoce szkolenia u siebie i w zespole mam przyjemność już obserwować.

Kornel Dulęba – Dyrektor Semahead Interia.pl



Szkolenie pozwoliło mi pozyskać zupełnie nową wiedzę na temat czynników krytycznych skutecznej prezentacji - zmieniło mój pogląd na to, co jest najważniejsze podczas wystąpień publicznych. (...) W efekcie rozwijam swój potencjał mówcy i szefa - budując własny styl prezentowania, a nie naśladować innych.

Kierownik - Damian Jedliński - Dział Sprzedaży i Leasingu

Powierzając szkolenie firmie ProOptima można liczyć na fachowe podejście i chęć dostosowania się do potrzeby Klienta (...) realizującą profesjonalne i skuteczne szkolenia.

Dyrektor - Katarzyna Rudzka-Kowalska

Samodzielny Specjalista - Dorota Binasiak

Departament Zasobów Ludzkich



Warsztaty z technik twórczego rozwiązywania problemów oraz kształtowania postawy twórczej w zespole były zrealizowane dla zespołu pracującego nad rozwojem programu narzędziowego dla branży budowlanej. (...) Wartość merytoryczna oraz organizacja tych warsztatów zostały bardzo wysoko ocenione przez uczestników spotkania. Szczególnie podkreślali to, że poprzez udział w zajęciach zobaczyli nieco odmienną perspektywę, poznali techniki twórczego rozwiązywania problemów w praktyce i nabyli motywację do stosowania ich w codziennej pracy.

Senior Software Development Manager Autodesk Sp. z o.o. - Tomasz Jakubowski





# Robobat

W szkoleniu Menedżer Coachem warto było wziąć udział ponieważ otworzyło mi oczy na zupełnie nowe, a może nie nowe, ale „świadomie wypchnięte”, aspekty relacji szef – podwładny. Pokazało jak wiele można zdziałać dobrym pytaniem lub nawet milczeniem, pokazało proste techniki coachingu, które można zastosować w życiu codziennym. (...) Szkolenie polecam, ponieważ jest przeprowadzone w sposób bardzo rzetelny i profesjonalny, prowadząca posiada spore doświadczenie w tym temacie, a równocześnie wprowadza miłą i partnerską atmosferę.

Małgorzata Pawłowska – Dyrektor Generalny

Zarówno opinie uczestników, zaprezentowane podejście do diagnozy potrzeb, konsultacji po szkoleniu i monitorowania efektów szkolenia pozwalają rekomendować ProOptima Sp. z o.o. jako firmę szkoleniową realizującą profesjonalne i skuteczne szkolenia z zakresu umiejętności sprzedażowych, handlowych w szczególności w kanale telefonicznym.

Kierownik Działu Handlowego - Agnieszka Dudek



Pragniemy zarekomendować ProOptima, jako profesjonalnego i solidnego partnera w realizacji programów szkoleniowych dla kadry menedżerskiej, szczególnie w zakresie przygotowania do występów publicznych, prezentowania dla różnego audytorium.

HR Planning & Development Team Coordinator - Dominika Majchrowicz



W pracy z uczestnikami Pan Tomek Kras był niezwykle uważny i skoncentrowany na potrzebach poszczególnych uczestników. Poprzez zadawane pytania „zmuszał” do konfrontowania się z własnym wyobrażeniem siebie jako lidera, pomagał budować świadomość kompetencji jak i braku kompetencji. Poprzez selektywne ćwiczenia i zdania umożliwiał mierzenie się z własnymi ograniczeniami, eksperymentowanie i ćwiczenie zachowań komunikacyjnych krytycznych dla bycia skutecznym liderem. Zaangażowanie, troska i rzetelność trenera pozwalały grupie bardziej swobodnie angażować się w zaplanowane aktywności warsztatu, w tym również te wymagające sporej odwagi w obszarze pracy uczestników ze swoimi emocjami. Trener potrafił zbudować bardzo indywidualne podejście do każdego z uczestników warsztatu.

Menedżer HR - Natalia Marciniak



Polecam Pro Optima Sp. z o.o. jako firmę realizującą profesjonalne i skuteczne szkolenia o charakterze warsztatowym, dopasowane do specyfiki i potrzeb firmy zlecającej szkolenie.

Koordynator Projektu - Magda Sternal





Wartość merytoryczna oraz organizacja tych warsztatów zostały bardzo wysoko ocenione przez uczestników spotkania. Udział w zajęciach pozwolił im spojrzeć na wyzwania z innej perspektywy, nabyć motywację do polepszania współpracy wskroś organizacji oraz stosować różne techniki kreatywne w codziennej pracy. Warsztaty przygotowane przez Panią Kingę Bujalską przeprowadzone zostały profesjonalnie z wykorzystaniem odpowiednich narzędzi, dzięki którym nasi pracownicy pogłębili swoją wiedzę w zakresie rozwiązywania problemów. Jesteśmy zadowoleni ze współpracy z Trenerem, a także firmą ProOptima.

Dyrektor Departamentu Polityki HR - Joanna Sosnowska

## hagergroup

Warsztat został bardzo dobrze przyjęty przez uczestników, którzy podkreślali rzetelność, zaangażowanie, profesjonalizm i elastyczność prowadzącej. W trakcie realizowanych przez Panią Renatę Wasylów zadań na uwagę zasługiwały jej umiejętności szkoleniowe i kompetencje merytoryczne, a w szczególności wiedza z zakresu marketingu, branding. (...) Składając podziękowania za dotychczasową współpracę oraz w nadziei na kolejne wspólne projekty pragniemy polecić firmę ProOptima jako profesjonalnego, rzetelnego i godnego zaufania partnera.

Business Development Manager - Daniel Mrozik

Specjalista ds. personalnych i komunikacji wewnętrznej - Natalia Bugaj



Pan Tomasz Kalawa, trener i coach w firmie doradczo-szkoleniowej ProOptima, prowadził dla naszej firmy dwudniowy warsztat asertywności. (...) W pracy z uczestnikami Pan Tomek był zdecydowany i odważny, co pozwalało im sprawnie konfrontować „swoje stare nawyki” z obszarami asertywności, które chcieli w sobie rozwinąć. Zaangażowanie, troska i rzetelność trenera pozwalały grupie bardziej swobodnie angażować się w zaplanowane aktywności warsztatu, w tym również te wymagające sporej odwagi w obszarze pracy uczestników ze swoimi emocjami.

Specjalista ds. Kadr i Szkoleń - Blanka Guziak



Polecam ProOptimę jako partnera do realizacji projektów zwiększających skuteczność działań sprzedażowych (telemarketing). ProOptima dba nie tylko o jakość szkoleń, ale także o proces wdrożenia - implementację zmian w zachowaniach uczestników szkoleń - tak, by finalnie doprowadzić do osiągnięcia celów biznesowych.

Dyrektor Zarządzający - Kamila Mendel



## Kosztorys

Realizując szkolenia warsztatowe rekomendujemy **grupy liczące 8-12 osób**.

Cena szkolenia zależy od liczby zaangażowanych trenerów i dni szkoleniowych.

### Cena szkolenia obejmuje:

- Diagnozę precyzującą potrzeby szkoleniowe i pozwalającą wypracować ostateczny kształt szkolenia,
- Dojazd do miejsca szkolenia,
- Realizację szkolenia w formie warsztatowo-treningowej,
- Wsparcie w trakcie i po zakończeniu szkolenia – trener jest dostępny telefonicznie i e-mailowo przez trzy miesiące po zakończeniu szkolenia. Uczestnicy w razie potrzeby mogą zgłaszać swoje pytania, wątpliwości i konsultować je z trenerem,
- Materiały szkoleniowe dla każdego z uczestników wzmacniające i uzupełniające zawartość merytoryczną szkolenia,
- Certyfikat ukończenia szkolenia,
- Opracowanie raportu poszkoleniowego opisującego przebieg szkolenia i wskazówki wspomagające dalszy rozwój uczestników.

Wyżywienie i nocleg dla trenera zapewnia Klient.



### Obietnica spełnienia oczekiwań!

Dokładamy wielu starań, aby nasze usługi były zrealizowane w najlepszy możliwy sposób, zgodnie z naszą wiedzą i praktykami. Może się zdarzyć jednak, że nie spełnimy Waszych oczekiwań.

Biorąc odpowiedzialność „na klatę” w przypadku, gdy szkolenia lub działania rozwojowe nie spełnią ustalonych z Wami oczekiwań będziemy, jako ProOptima, reagować w ustalony przez obie strony sposób. Wystarczy, że napiszesz wiadomość e-mailową na adres [biuro@prooptima.pl](mailto:biuro@prooptima.pl). W ciągu 24 godzin zareagujemy na zgłoszenie i zaproponujemy sposób rozwiązania sytuacji, tak aby zadbać o Twoją satysfakcję z naszej współpracy.

# Nasi Klienci





# ProOptima

ProOptima Sp. z o.o.  
al. Daszyńskiego 12/13  
31-534 Kraków  
tel. +48 12 397 79 51

[biuro@prooptima.pl](mailto:biuro@prooptima.pl)  
[www.prooptima.pl](http://www.prooptima.pl)