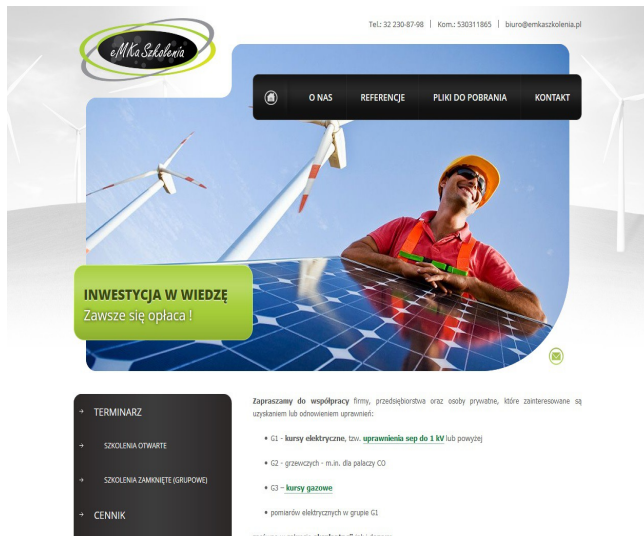


**PASJA, WIZJA, DZIAŁANIE, SUKCES**

**ROZWÓJ OSOBISTY PRACOWNIKÓW**

**- KATALOG SZKOLEŃ**





## eMka Szkolenia

to firma świadcząca profesjonalne usługi szkoleniowe na terenie całego kraju.

Nasze codzienne działanie skupia się na rzetelności, odpowiedzialności oraz wysokim poziomie świadczonych przez nas usług.

Stosujemy **tylko najwyższe standardy** w obsłudze naszych Klientów.

Nasz zespół to bardzo doświadczeni specjaliści, posiadający wiedzę i kompetencje w swojej dziedzinie. Poświadcza to rosnąca z roku na rok liczba klientów.

Naszym Klientom **gwarantujemy** podniesienie kwalifikacji zawodowych, zdobycie obowiązkowych certyfikatów państwowych, możliwość rozwoju zawodowego oraz uzupełnienie posiadanej wiedzy merytorycznej, niezbędnej w trakcie wykonywania pracy zawodowej.

Oferujemy profesjonalne kursy i szkolenia oraz projekty szkoleniowe, które w duecie z wiedzą i doświadczeniem naszych wykładowców oraz rzetelnym podejściem naszych konsultantów, dają zauważalne efekty zarówno na poziomie rozwoju kompetencji uczestnika, jak i całego przedsiębiorstwa.

Posiadamy wpis do Rejestru Instytucji Szkoleniowych RIS 2.24/00199/2013

**Katalog, który macie Państwo przed sobą zawiera przykładowe tematy szkoleń, które możemy zrealizować dla naszych klientów. Prosimy mieć na uwadze, że jesteśmy firmą elastyczną i oprócz zaproponowanych przez nas szkoleń, jesteśmy w stanie zrealizować każdy inny projekt edukacyjny. Jeżeli zatem są tematy, których poszukujecie Państwo dla swoich pracowników – prosimy o kontakt!**

**Zapraszamy do współpracy!**



### DLACZEGO AKURAT NASZA FIRMA?

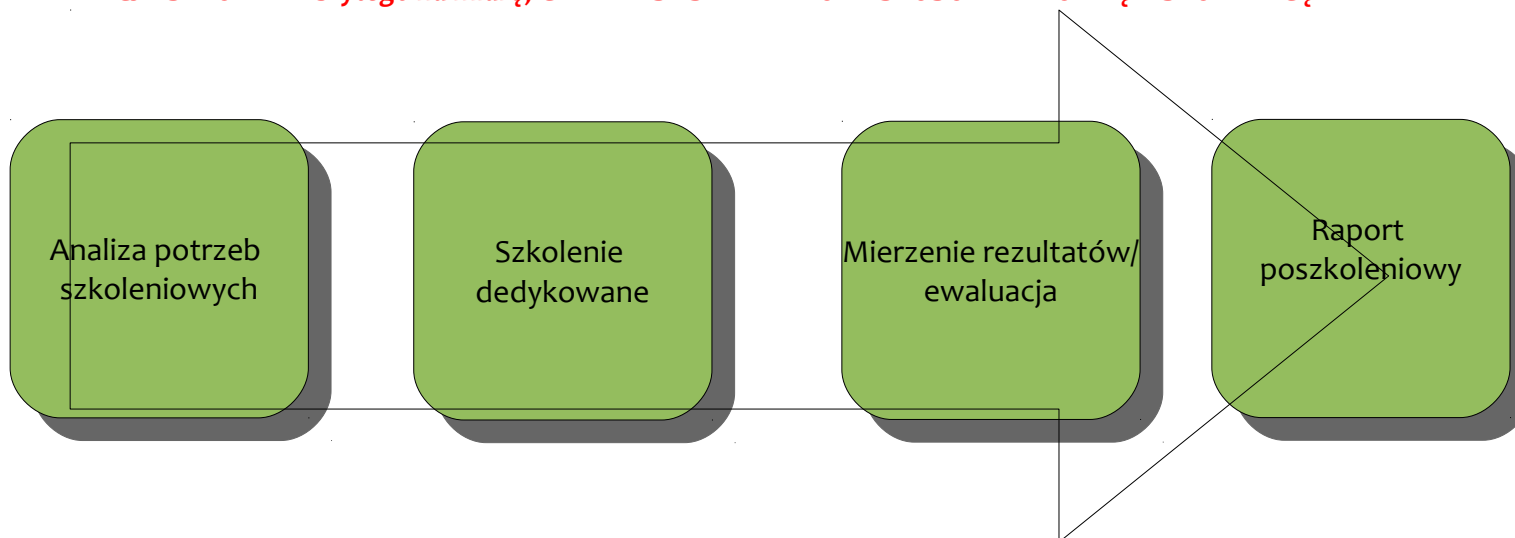
**WYSOKA JAKOŚĆ SZKOLEŃ ORAZ POWRACAJĄCY DO NAS KLIENCI SĄ DLA NAS PRIORYTETEM.**

- ✓ współpracujemy **tylko** z praktykami oraz ekspertami w swoich dziedzinach
- ✓ wciąż udoskonalniamy programy szkoleń, formy przekazu oraz organizację naszych spotkań
- ✓ prowadzimy badania potrzeb rynkowych i dlatego nasze programy dopasowujemy do aktualnych problemów
- ✓ po szkoleniach zapewniamy bezpłatną pomoc w kontakcie z ekspertem

### SZKOLENIA *szyte na miarę*, TO SZKOLENIA DOPASOWANE DO POTRZEB DANEJ FIRMY

- ✓ dostosowujemy program szkolenia, plan szkolenia oraz terminy realizacji do potrzeb danej firmy
- ✓ modyfikujemy programy pod kątem zamawiającego
- ✓ prowadzimy ewaluację w trakcie szkoleń
- ✓ zapewniamy nadzór opiekuna w trakcie realizacji szkolenia zamkniętego, dlatego Klient może na nas zawsze liczyć.

**REALIZACJA SZKOLENIA *szytego na miarę*, CZYLI NASZ SPRAWDZONY SPOSÓB NA DOBRĄ WSPÓŁPRACĘ!**



# Obsługa trudnego klienta w procesie reklamacyjnym

Obsługa reklamacji jako podstawowy środek komunikowania się z klientami, czyli jak skorzystać na nieprzyjemnych informacjach od klienta. Reklamacje telefoniczne, bezpośrednie i reklamacje pisemne.

Czas trwania: 16-32 h szkoleniowych



## ADRESACI:

- pracownicy działów obsługi klienta, działów reklamacji, działów serwisów, infolini, recepcjoniści, ochrona, punkty informacyjne, rejestracja

## CELE I KORZYŚCI:

Większość Klientów którzy odchodzą do firmy konkurencyjnej odchodzi ze względu na zły poziom standardów obsługi klienta oraz źle załatwioną reklamację. Pamiętając, że znalezienie nowego klienta zajmuje miesiące, a strata lojalnego klienta trwa sekundy zapraszamy na szkolenie którego **celem jest:**

- Zmiana przekonania, że reklamacja to tylko koszt i kłopot
- Podnoszenie jakości obsługi i satysfakcji klientów w sprzedażowym i posprzedażowym kontakcie bezpośrednim, telefonicznym i pisemnym.
- Nabycie umiejętności profesjonalnego i pro klienckiego sposobu obsługi reklamacji.

## **PROGRAM SZKOLENIA:**

**I BLOK: I DZIEŃ- PROFILAKTYKA** czyli **STANDARDY OBSŁUGI KLIENTA - Trochę profilaktyki - czy wszyscy Klienci oczekują tego samego?**

- Potrzeby merytoryczna i psychologiczne klientów
- Paradoxy konsumenckie.
- Style społeczne klientów
- Rola pierwszego wrażenia w kontakcie z Klientem
- Bezpośredni i telefoniczny kontakt z Klientem

**BLOK II - II DZIEŃ- POLIGON ĆWICZENIOWY**

- Dobra komunikacja jako sposób na trudnego klienta
- Algorytm reklamacji
- Jak najlepiej i najskuteczniej odpowiadać na pisemne reklamacje
- Praca warsztatowa z użyciem informacji zwrotnej na przykładzie realnych odpowiedzi na reklamacje pisemne uczestników.

**III Dzień- ASERTYWNOŚĆ W KONTAKTACH Z KLIENTEM**

**Dzięki szkoleniu** pracownicy poznają lub przypominają sobie standardy związane bezpośrednią i telefoniczną obsługą klienta w sytuacjach reklamacyjnych, oraz zasady prowadzenia rozmów ułatwiające ich pracę, a jednocześnie zwiększające profesjonalizm obsługi. Nauczą się rozpoznawać potrzeby i typy klientów oraz dopasowywać się do konkretnego klienta. Na podstawie własnych pisemnych odpowiedzi na reklamacje, zapoznają się i przećwiczą standardy odpowiedzi na reklamacje pisemne. Pracownicy dowiedzą się, jak radzić sobie z nieprzyjemnymi klientami, jak łagodzić trudne sytuacje, jednocześnie dbając o satysfakcję klientów firmy i własne BHP pracy.

# Techniki sprzedaży produktów/usług

Sprzedaż bezpośrednia. sprzedaż telefoniczna.

Czas trwania: od 8 do 40h szkoleniowych



## ADRESACI:

- przedstawiciele handlowi pracujący w terenie, zarówno przy obsłudze stałych klientów jak i pozyskujący nowych klientów,
- osoby sprzedające przez telefon,
- osoby pracujące jako wsparcie sprzedaży,
- pracownicy działów obsługi klienta, przyjmujący i realizujący zamówienia,
- pracownicy działów zakupu

## PROGRAM

1. Wprowadzenie. Etapy sprzedaży - kluczowe elementy.
2. Znalezienie klienta. Telemarketing
3. Nawiązanie kontaktu, debiutowe zagrywki klientów- czyli jak poradzić sobie z oporem Klienta na wstępie
4. Badanie potrzeb
5. Prezentacja oferty
6. Zalety wad. Techniki radzenia sobie z obiekcjami.
7. Środkowe zagrywki klienta. negocjacje to gra.
8. Poligon ćwiczeniowy. Symulacje z użyciem telefonu/kamery.

**Celem warsztatu** jest zatem opanowanie praktycznych technik, konkretnych wypowiedzi, dzięki którym możliwe będzie osiągnięcie korzystnego klimatu rozmowy, a w konsekwencji zmniejszenie lęku zakupowego klienta i doprowadzenie do finalizacji sprzedaży.

## Dzięki szkoleniu uczestnicy:

- Pozną i przećwiczą standardy i techniki sprzedaży,
- Pozną i przećwiczą sposoby zainteresowania klienta produktem, usługą, firmą,
- Nauczą się radzić sobie ze spadkiem motywacji i wypaleniem zawodowym,
- Przećwiczą efektywne prezentowanie produktów,
- Opracują skuteczne radzenie sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami Klientów,
- Nauczą się dobrać styl sprzedaży do typu Klienta,
- Będą świadomie budować pozytywne relacje z Klientami i dbać o wizerunek firmy,
- Pewniej negocjować i bronić cen.



# UMIEJĘTNOŚCI COACHINGOWE

dla managerów sił sprzedaży

Czas trwania od 16 do 32 h szkoleniowych



## ADRESACI:

- managerowie sił sprzedaży,
- trenerzy sił sprzedaży,
- osoby będące wsparciem dla sił sprzedaży,
- właściciele firm,
- dyrektorzy handlowi, finansowi,
- wszyscy Ci którzy mają wpływ na motywację i zaangażowanie sił sprzedaży oraz tworzenie strategii sprzedażowych.

*Proces coachingowy i sprzedaż to praca na celach i zasobach, a zatem kluczowe są odpowiedzi na pytania:*

*Gdzie chcesz dojść, co osiągnąć? Co już masz aby to zrobić? W co musisz uwierzyć aby zrealizować cel? Co zrobisz już dziś aby to osiągnąć?*

## WARTOŚĆ DODANA SZKOLENIA:

W trakcie szkolenia uczestnicy zostaną zaproszeni do **własnych "sesji" coachingowych**, co pozwoli zobaczyć i poczuć skuteczność narzędzi coachingowych w rozwiązywaniu dylematów z realnych sytuacji życia zawodowego. Sesje koncentrować się będą wokół znalezienia przez uczestników własnej ścieżki rozwoju jako coacha sił sprzedaży oraz odnajdywaniu i eliminowaniu przekonań ograniczających skuteczność sił sprzedaży. Zajmiemy się także wypracowaniem przekonań wzmacniających skuteczność realizacji celów firmowych i własnych.

## CELE I KORZYŚCI

Zasadniczym celem szkolenia jest: poznanie i przećwiczenie przez uczestników narzędzi coachingowych, poznanie i przećwiczenie etapów prowadzenia rozmów motywujących metodami coachingowymi, motywującego udzielania feed backu, znajdowania i eliminowania luk kompetencyjnych, doboru motywatorów z uwzględnieniem poziomu dojrzałości i osobowości pracownika, wypracowaniu technik i narzędzi pozyskiwania nowych klientów i utrzymywanie relacji z dotychczasowymi. **Uczestnicy dokonają autodiagnozy** min.: własnego stylu osobowości i stylu zarządzania, a w związku z tym będą potrafili przełożyć zdobytą wiedzę na zbudowanie różnych modeli pracy zarówno z zespołem jak i indywidualnymi pracownikami, Nabycie umiejętność prowadzenia coachingowych rozmów w relacjach przełożony-podwładny których celem będzie realizacja wyznaczonych targetów sprzedażowych. Po szkoleniu uczestnicy będą potrafili motywować pozafinansowo.

## PROGRAM SZKOLENIA:

1. Narzędzia w pracy menedżera sił sprzedaży
2. Kiedy i jak stosować coaching sił sprzedaży?
3. Style zarządzania, motywowanie pracowników sił sprzedaży
4. Komunikacja w pracy menedżera. Jak dogadać się z różnymi „typami” ?
5. Coaching jako praca na celach. Formułowanie celów sprzedażowych i rozwojowych
6. Informacja zwrotna w pracy managera sił sprzedaży
7. Eliminowanie przekonań ograniczających skuteczność sprzedawców
8. Mocne pytania w coachingu sprzedażowym. Dlaczego pytania są tak ważne Pracownik zna wszystkie odpowiedzi, manager-coach zna pytania
9. Sesje coachingowe z udziałem uczestników

# SKUTECZNE PRZEJMOWANIE KLIENTÓW KONKURENCJI

Jak wyjść poza schemat sprzedaży i sprawić, żeby klient wybrał naszą ofertę?

Czas trwania od 16 do 24 h szkoleniowych



## ADRESACI:

- Przedstawiciele handlowi

Zapraszamy do udziału w warsztatach podczas, których będą mieli Państwo możliwość przygotowania się do rozmów handlowych z klientami konkurencji i opracować własne strategie ich przejmowania.

## Gdy rozpoczniecie Państwo rozmowy handlowe często słyszycie:

„Nie jestem zainteresowany”  
„Współpracuję już z inną firmą”,  
„Jesteście drożsi niż konkurencja”.

Większość klientów do których dzwonicie to klienci konkurencji.

## Jeżeli chcesz wiedzieć:

- Jak rozmawiać z klientem, który ma już innego dostawcę?
- Jak zdobyć przychówek w rozmowie z klientem konkurencji?
- Co jest realne, a co niemożliwe w procesie przejmowania klientów konkurencji z pozycji Przedstawiciela Handlowego? **weź udział w szkoleniu!**

## Dzięki szkoleniu, uczestnicy:

- nauczą się rozpoznawać potrzeby i typy klientów oraz dopasowywać się do konkretnego klienta na etapie, zdobywania zaufania klienta konkurencji
- opracują własną strategię przejęcia klienta konkurencji.
- wzmocnią swoją skuteczność.
- przećwiczą sposoby prowadzenia rozmowy handlowej z klientem konkurencji.
- zdobędą umiejętność doboru odpowiednich technik negocjacyjnych w zależności od typu dostawcy
- zdiagnozują i dokonają zmiany zachowań ryzykownych w kontaktach z klientami konkurencji oraz wypracują własne strategie rozmów w oparciu o swoje mocne strony.

## PROGRAM:

### 1. Analiza oferty konkurencji

Dlaczego warto znać ofertę konkurencji?

### 2. Analiza własnej oferty

Jakie czynniki mają wpływ na konkurencyjność naszej firmy? Zasoby własnej firmy.

### 3. Klienci konkurencji

### 4. Przejmowanie klientów konkurencji - poligon ćwiczeniowy

### 5. Od rozmowy handlowej do przejęcia klienta

### 6. Jak nie dać sobie odebrać klienta - budowanie lojalności klienta

# TECHNIKI MIĘKKIEJ WINDYKACJI

czyli windykacja polubowna

Czas trwania 8 do 16 h szkoleniowych



## ADRESACI:

- przedstawiciele handlowi odpowiedzialni także za monitoring płatności i tzw. miękką windykację na etapie przedsądowym swoich klientów,
- pracownicy działów finansowych, księgowych prowadzący rozmowy windykacyjne z klientami przed etapem windykacji sądowej,
- pracownicy spółdzielni zajmujący się windykacją zaległych czynszów i innych zobowiązań lokatorów,
- pracownicy kancelarii prawnych i innych podmiotów zajmujących się windykacją prowadzący rozmowy z klientami przed etapem windykacji sądowej

Zapraszamy także managerów odpowiedzialnych za kształtowanie polityki windykacyjnej firm.

Sytuacja windykacyjna najczęściej jest sytuacją trudną i niezręczną. Wielu handlowców czy pracowników działów księgowych firm doświadcza trudnych dylematów- budować relacje czy ściągać należności. Co lepsze? Dowiesz się na szkoleniu!

## CELE I KORZYŚCI SZKOLENIA:

- Poznanie "psychologii dłużnika", która pozwala zrozumieć prawdziwie motywy działania dłużników.
- Poznanie sposobów radzenia sobie z "grami" i wymówkami klientów - dłużników.
- Poznanie "siły" asertywności w kontakcie z dłużnikiem.
- Pogłębienie wiedzy i praktyczne ćwiczenia skutecznej rozmowy windykacyjnej.
- Zadbanie o relację z klientem-dłużnikiem i zminimalizowanie

## PROGRAM:

### WSTĘP:

- Miejsce windykacji w procesie sprzedaży towarów i usług.
- Dylematy windykatora: budować relację czy twardo egzekwować zapłatę?

### 1. JAK FIRMA MOŻNA UŁATWIAĆ DŁUŻNIKOM NIEPŁACENIE NALEŻNOŚCI?

- Analiza przypadku na przykładzie abonamentu telewizyjnego.
- Mechanizmy zabezpieczające przez trudnymi dłużnikami
- Błędy w polityce handlowej i windykacyjnej firm ułatwiające dłużnikom przeciąganie terminów zapłaty.

### 2. DŁUŻNICY

- Czy opłaca się windykować każdego dłużnika?
- Kategorie dłużników i sposoby postępowania z dłużnikami, w zależności od kategorii.

### 3. W ROLI WINDYKATORA

- Komunikacja niewerbalna w sytuacjach windykacyjnych
- Strategie postępowania: agresja czy uległość?
- Standardowe wymówki stosowane przez dłużników – jak na nie reagować?

### 4. NEGOCJACJE Z DŁUŻNIKAMI

- Wyznaczanie celów/pułapów windykacyjnych
- Ustępstwa w trakcie windykacji
- Sankcje windykacyjne, stopniowanie dolegliwości.

### 5. ASERTYWNOŚĆ W KONTAKTACH Z DŁUŻNIKAMI



# Zarządzanie projektami

Jak dobrze i efektywnie zrealizować projekt

Czas trwania 8 h szkoleniowych



## ADRESACI:

- kadra zarządzająca,
- kierownicy projektu,
- kierownicy pionów funkcyjnych,
- kierownicy zespołów zadaniowych,
- analitycy,
- członkowie zespołów projektowych
- wszyscy zainteresowani tematyką zarządzania projektami

## CEL SZKOLENIA:

Celem szkolenia jest pozyskanie wiedzy na temat sprawnej i efektywnej realizacji projektu:

- minimalizacja kosztów realizacji pewnych, szczególnych, czynności w przedsiębiorstwie,
- lepsze wykorzystanie zasobów firmy - ludzi, sprzętu i majątku przedsiębiorstwa,
- stworzenie formalnych wytycznych od organizacji zespołów projektowych w firmie,
- usprawnienie organizacji firmy, poprzez lepsze zarządzanie zespołami projektowymi,
- stworzenie metodologii zmian a w konsekwencji minimalizacja liczby popełnianych błędów,
- stworzenie bazy wiedzy na temat realizacji „specjalnych” przedsięwzięć w przedsiębiorstwie

## KORZYŚCI:

- zidentyfikowanie działań wstępnych, ważnych dla realizacji projektu
- określenie zakresu obowiązków i kompetencji decyzyjnych kierownika oraz członków zespołu projektowego
- pozyskanie wiedzy, w jaki sposób należy realistycznie szacować nakład czasu, określić niezbędne zasoby i zaplanować koszty
- zidentyfikowanie krytycznych elementów w projekcie
- zapoznanie się ze sposobami koordynacji zasobów firmy (ludzi i sprzętu) podczas realizacji kilku projektów
- pozyskanie wiedzy na temat narzędzi wspomagających przebieg projektu
- zapoznanie się z nowoczesnym oprogramowaniem wspomagającym prace projektowe



## PROGRAM

### 1. Wprowadzenie

- prezentacja trenera i uczestników warsztatów.
- omówienie głównych elementów warsztatów.

### 2. Wprowadzenie do teorii projektów

### 3. Planowanie

### 4. Komunikacja przy realizacji

### 5. Zarządzanie ryzykiem

### 6. Finanse w projekcie

### 7. Wzory ważniejszych dokumentów

# Trening zarządzania czasem

czyli jak mieć czas i wszystko na czas

Czas trwania: 8 h szkoleniowych



## ADRESAT:

- każdy człowiek

## CEL SZKOLENIA:

podniesienie efektywności pracy poprzez wykształcenie umiejętności planowania czasu, definiowanie i przewyżanie problemów związanych z jego efektywnym wykorzystaniem.

## KORZYŚCI ZE SZKOLENIA:

nabycie umiejętności związanych z właściwym gospodarowaniem czasem, poprzez planowanie, kontrolę i pomiar efektywności. Nabycie wiedzy nt. metod racjonalnego wykorzystania czasu i ustalania priorytetów. Wyćwiczenie umiejętności wyznaczania celów krótko- i długoterminowych. Identyfikowanie zagrożeń wynikających z braku umiejętności zarządzania czasem. Uświadomienie znaczenia skutecznego zarządzania czasem w aspekcie organizacyjnym.

## PROGRAM:

1. Pojęcie czasu i mity na temat zarządzania czasem.

2. Metody kontroli czasu

- autodiagnoza
- rejestr czasu

3. Rozpoznawanie problemów z czasem

- "pożeracze czasu"
- moje dziesięć głównych problemów z czasem

4. Rozwiązywanie problemów z czasem

- ☑ reguły kształtowania dnia pracy
- ☑ zasady gospodarowania czasem (reguła Pareto)
- ☑ narzędzia i techniki gospodarowania czasem
- ☑ ustalanie priorytetów (macierz Eisenhowera)
- ☑ formułowanie celów i planowanie
- ☑ definiowanie efektu końcowego
- ☑ krzywa zakłóceń a poziom wydajności
- ☑ pomiar efektywności
- ☑ harmonogramy

# ORGANIZACJA CZASU PRACY WŁASNEJ

Warsztaty dwudniowe

Czas trwania: 16 h szkoleniowych



## ADRESACI:

- każdy człowiek

## CEL SZKOLENIA:

- Wzrost kompetencji w zarządzaniu sobą w czasie, organizacji czasu pracy własnej i podległym pracownikom.
- Nabycie umiejętności usprawniających planowanie pracy własnej i zespołu, aby założone cele zawsze były realizowane w przewidzianym czasie.
- Doskonalenie kompetencji w zakresie planowanie działań krótko i długoterminowych oraz rozpoznawania priorytetów.
- Identyfikacja najczęstszych przyczyn marnotrawienia czasu

## PROGRAM

### Sesja I: Wprowadzenie

Cele i założenia treningu. Program treningu i korzyści uczestnictwa w nim.

### Sesja II: Autodiagnoza wykorzystania czasu.

Autodiagnoza wykorzystania czasu - własna skuteczność w zarządzaniu czasem.

Rytmy biologiczne człowieka: dobowy, kwartalny, roczny oraz ich wpływ na sprawność psychofizyczną i możliwości intelektualne człowieka.

Autodiagnoza organizacji czasu pracy. Ćwiczenie praktyczne z Assessment Center mające na celu zdiagnozowanie przez każdego uczestnika poziomu umiejętności zarządzania czasem; planowania krótko – długoterminowe; rozpoznawanie priorytetów, delegowania zadań itp.

### Sesje III - IV: Efektywne zasady zarządzania czasem.

Określanie celu – metody, SMART, plany codzienne, tygodniowe i roczne.

Planowanie, Priorytetyzacja zadań w czasie – Praca z kalendarzem, Praca z pocztą elektroniczną.

### Sesja IV: Złodzieje czasu.

Powody tracenia własnego czasu. Złodzieje czasu. Radzenie sobie z nieprzewidywanymi sytuacjami, praca w tzw. „niedoczasy”. Działanie pro aktywne.

### Sesja V: Prowadzenie spotkań zespołowych i indywidualnych.

Asertywne zarządzanie czasem, Selektywna dostępność przełożonego

Sztuka taktownego odmawiania, Zasady postępowania w sytuacjach kryzysowych (dylemat pilne/ważne), Praca pod presją czasu.

### Sesja VI: Work – life balance.

Budowanie równowagi między życiem osobistym i zawodowym.

„Ostrzenie piły” i budowanie własnego zaangażowania.

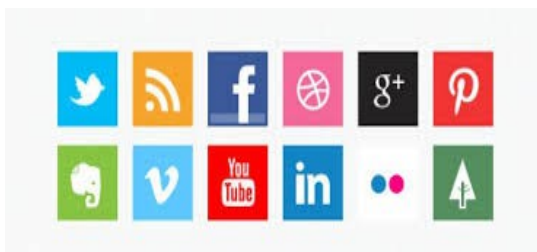
### Sesja VII: Podsumowanie.

Analiza indywidualnego potencjału Uczestników, określenie obszarów do rozwoju.

# SOCIAL MEDIA

czyli sposób na dobry marketing w społecznościach.

Czas trwania: 8-16 godzin szkoleniowych



## ADRESACI:

Małe, średnie, duże firmy, sklepy internetowe, portale internetowe, urzędy miasta, osoby indywidualne publiczne (rzecznicy prasowi, managerowie gwiazd, politycy itd.)

## KORZYŚCI/REZULTATY:

- Zdobyć wiedzy na temat skutecznych metod promocji w Internecie (w szczególności w obrębie social media)
- Zdobyć wiedzy na temat reklamy internetowej na portalach społecznościowych
- Nabycie umiejętności efektywnego kreowania wizerunku firmy w sieci

## PROGRAM:

### 1. Znaczenie social media w kreowaniu wizerunku firm

### 2. Komunikacja z publicznością za pomocą social media

- Bezpośrednie zaangażowanie klienta – kreatywne metody
- Budowanie lojalności za pośrednictwem social media
- Elementy marketingu wirusowego i partyzanckiego
- Tworzenie zamkniętych grup (społeczności) w celach marketingowych

### 3. Najbardziej istotne portale społecznościowe w Polsce

- Facebook:
- Kreatywne prowadzenie fan page
- Pomysłowa reklama na facebook
- Kiedy i dla kogo organizować konkursy?
- Grupy i ich znaczenie w budowaniu wizerunku firmy/marki
- Goldenline

### 4. Blogi i mikro blogi

- Rodzaje blogów i ich znaczenie w budowaniu wizerunku firmy:
- Blogi tematyczne, eksperckie, korporacyjne i dedykowane
- Twitter.com – czy dla wszystkich?

- Kto jest targetem?

- Czy i kiedy pisać bloga firmy?

- Jak pisać dobrego bloga? – skuteczny copywriting

- Blogi dotyczące finansów – kiedy i jak prowadzić?

### 5. Podcasty, vlogi oraz You Tube

- Podcasty – kiedy mają sens, kto ich słucha, jak je dobrze przygotować

- Case studies

- Marketing na You Tube

- Skuteczna kampania na You Tube

- Zwiększanie oglądalności poprzez zaangażowanie klienta

### 6. Skuteczna strategia marketingowa w social media:

- Budowanie efektywnej strategii dla działań w social media

- Rodzaje i formy reklam w sieci

- Jak stworzyć skuteczną reklamę internetową

- Planowanie internetowej kampanii reklamowej

- Mierzenie efektywności działań w social media

### 7. Narzędzia pozwalające na planowanie i wdrażanie strategii:

Buffer, Hootsuite, TweeterDeck – jak wybrać najlepsze dla nas.

### 8. Internetowy Public Relations:

- Znaczenie Internetu w kreowaniu wizerunku firmy

- E-media Relations

### 9. Pisanie do sieci – rodzaje i tworzenie treści pisemnych na użytek Internetu



# Marketing w firmie

Dzięki szkoleniu uczestnicy zdobędą wiedzę i umiejętności na temat marketingu. Dzięki nim, będą mogli swobodnie stosować narzędzia marketingu w praktyce. Ponadto, dowiedzą się o specyfice działań marketingowych dla różnych produktów i usług.

Czas trwania: 8 godzin szkoleniowych



## ADRESACI:

- Mikro, małe, średnie firmy każdej branży.
- Właściciele firm lub pracownicy działów marketingu.

## CEL SZKOLENIA:

- ✓ Określenie obecnego i przyszłego miejsca firmy na rynku
- ✓ Określenie funkcji marketingu w firmie
- ✓ Organizacja marketingu w firmie
- ✓ Poznanie podstawowych reguł i metod zarządzania marketingowego
- ✓ Nabycie umiejętności tworzenia strategii marketingowej
- ✓ Nabycie umiejętności tworzenia planu marketingowego

## PROGRAM:

### Co to jest marketing:

- Grupy docelowa, czyli do kogo kierujemy nasze działania (rodzaje grup docelowych, jak wybrać, analiza)
- Analiza składników marketing mix (jak je zastosować w praktyce)
- Komunikacja marketingowa – jak będzie przebiegać (komunikat marketingowy – sposoby tworzenia)
- Strategie marketingowe – rodzaje

### Plan marketingowy:

- Elementy planu marketingowego
- Jak stworzyć właściwy (analiza przykładów, tworzenie własnych)

### Analiza firmy i jej otoczenia:

- jak przeprowadzić analizę sytuacyjną firmy
- analiza otoczenia
- ocena wewnętrznej sytuacji firmy
- analiza SWOT
- tworzenie własnej analizy firmy

### Produkt i cena na rynku:

- potrzeby człowieka
- kształtowanie programu asortymentowego
- planowanie strategiczne dotyczące produktu
- nowy produkt – koncepcje, rozwój, wprowadzenie na rynek
- cykl życia produktu
- profile segmentów usług i ich ogólna charakterystyka
- profile segmentów usług w turystyce i ich charakterystyka
- strategie cen – ceny podstawowe a ceny zróżnicowane
- negocjacje cenowe

### Promocja i dystrybucja na rynku:

- efektywna promocja sprzedaży
- marka
- przekaz reklamowy
- planowanie kampanii promocyjnej – reklama
- promocja sprzedaży
- marketing bezpośredni
- PR
- budżet promocji
- dystrybucja (wybór optymalnego kanału dystrybucji)





### KOGO SZKOLIMY?

- pracowników firm i zakładów różnych branż
- osoby indywidualne nie prowadzące działalności gospodarczej
- osoby bezrobotne skierowane na nasze szkolenia z Powiatowych Urzędów Pracy
- pracowników firm i jednostek zajmujących się zarządzaniem nieruchomościami
- pracowników jednostek samorządu terytorialnego



### GDZIE NAS ZNALEŹĆ?

Jesteśmy w internecie pod adresami: [www.emkaszkolonia.pl](http://www.emkaszkolonia.pl) [www.kursy-elektryczne.pl](http://www.kursy-elektryczne.pl),

W dni robocze jesteśmy pod telefonami: 32 230 87 98...99, kom. 530 311 865, 695 320 860

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

[www.kursy-elektryczne.pl](http://www.kursy-elektryczne.pl)



## Mamy 9 lat doświadczenia!

Szkolimy w różnych formach od 2005 r.

### CO OPRÓCZ TEGO?

Organizujemy kursy i egzaminy w zakresie uprawnień zawodowych:

- **Grupa 1 - ELEKTRYCZNA tzw. Uprawnienia SEP**  
*Urządzenia, instalacje i sieci elektroenergetyczne wytwarzające, przetwarzające, przesyłające i zużywające energię elektryczną*
- **Grupa 2 - uprawnienia ENERGETYCZNE (również dla palaczy CO)**  
*Urządzenia wytwarzające ,przetwarzające, przesyłające i zużywające ciepło oraz inne urządzenia energetyczne*
- **Grupa 3 – uprawnienia GAZOWE**  
*Urządzenia, instalacje i sieci gazowe wytwarzające ,przetwarzające ,przesyłające, magazynujące i zużywające paliwa gazowe*
- **Pomiary elektryczne w Grupie 1**  
*Prace kontrolno-pomiarowe*

w każdej z powyższych grup można składać egzaminy w zakresie Eksploatacji (E) lub/i Dozoru (D)

**Prowadzimy również szereg innych, przydatnych dla klienta szkoleń:**

- Obsługa i konserwacja suwnic SI, SII
- Obsługa zawiesi hakowych
- Obsługa i konserwacja wózków widłowych
- Obsługa i konserwacja podestów ruchomych
- Obsługa i konserwacja wciągarek i wciągników
- Obsługa i konserwacja żurawi
- Obsługa i konserwacja dźwigów towarowo – osobowych
- Szkolenia z dyrektyw maszynowych
- Dyrektywa ATEX 137
- Szkolenia BHP i pierwsza pomoc
- Szkolenia z pakietu MS Office
- Szkolenia z Lean Manufacturing



ZAUFALI NAM m.in.:

**DEVELOP**



**auma**<sup>®</sup>  
Solutions for a world in motion



**ASKOM**



oraz wielu innych

**DOŁĄCZ DO NAS I PODNIĘŚ SWOJE KWALIFIKACJE!**

eMKa Szkolenia M.Klepczyńska  
44-100 Gliwice, ul. Jana III Sobieskiego 58/4  
NIP: 631 222 52 49, REGON 241985526

KONTAKT: 32 230 87 98..99  
kom. 530 311 865, 695 320 860  
[biuro@emkaszkolonia.pl](mailto:biuro@emkaszkolonia.pl)

[www.emkaszkolonia.pl](http://www.emkaszkolonia.pl)  
[www.uprawnienia-energetyczne.com](http://www.uprawnienia-energetyczne.com)  
[www.kursy-elektryczne.pl](http://www.kursy-elektryczne.pl)





## eMKa Szkolenia

M. Klepczyńska

ul. Karolinki 58

44-100 Gliwice

Tel: 32 230 87 98

Tel: 32 230 87 99

kom. 530 311 865

kom. 695 320 860

[biuro@emkaszkolonia.pl](mailto:biuro@emkaszkolonia.pl)

**Zapraszamy do współpracy!**

Odwiedź nas również na Facebooku

<https://www.facebook.com/pages/eMKa-Szkolenia/275752372465656?ref=hl>