

# Nowoczesne biuro sprzedaży w mediach lokalnych

## Informacje o usłudze

<b>Czy usługa może być dofinansowana?</b>	Tak
<b>Sposób dofinansowania</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników</li></ul>
<b>Rodzaj usługi</b>	Usługa szkoleniowa
<b>Podrodzaj usługi</b>	Usługa szkoleniowa
<b>Dostępność usługi</b>	Otwarta

Numer usługi	<b>2017/11/28/12600/107013</b>		
Cena netto	<b>2 240,00 zł</b>	Cena brutto	<b>2 240,00 zł</b>
Cena netto za godzinę	<b>140,00 zł</b>	Cena brutto za godzinę	<b>140,00</b>
Usługa z możliwością dofinansowania	<b>Tak</b>		
Liczba godzin usługi	<b>16</b>		
Termin rozpoczęcia usługi	<b>2017-12-20</b>	Termin zakończenia usługi	<b>2017-12-21</b>
Termin rozpoczęcia rekrutacji	<b>2017-11-29</b>	Termin zakończenia rekrutacji	<b>2017-12-20</b>
Maksymalna liczba uczestników	10		
Kategoria główna KU	<b>Marketing</b>		
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	<b>Certyfikaty:</b> Znak Jakości TGLS Quality Alliance		
Czy usługa pozwala na zdobycie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	<b>Nie</b>		
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	<b>Nie</b>		
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	<b>Tak</b>		

# Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu	<b>GRUPA TIPMEDIA Sp. z o.o.</b>		
Osoba do kontaktu	<b>Jagoda Bigos</b>	Telefon	<b>733593199</b>
E-mail	<b>kampanie@tipmedia.pl</b>		

## Cel usługi

### Cel edukacyjny

Dzięki przeprowadzonym zajęciom uczestnicy otrzymają pakiet przydatnych informacji, wiedzy z zakresu technik sprzedaży, negocjacji i umiejętności miękkich. Będą znali proces dokonywania zakupów przez klientów, potrafili używać i tworzyć język korzyści w przygotowywanych przez siebie materiałach handlowych. Otrzymają również pakiet wiedzy o tym, jak wykorzystywać media społecznościowe w codziennej pracy handlowej.

## Szczegółowe informacje o usłudze

### Ramowy program usługi

#### Dzień 1

##### **MODUŁ 1. ROZPOCZĘCIE SZKOLENIA**

Ustalenie zasad aktywnego uczestnictwa w szkoleniu. Przedstawienie się trenera. Omówienie agendy szkolenia.

##### **MODUŁ 2. CO I KOMU SPRZEDAJEMY**

Uczestnicy pracują nad określeniem podstawowej oferty swojego przedsiębiorstwa. Wyznaczają grupę docelową, której zamierzają sprzedać swój produkt.

##### **MODUŁ 3. OFERTA HANDLOWA A JĘZYK KORZYŚCI**

Czyli jak skutecznie rozpoznać potrzeby klienta. Rola pytań i nastawienia sprzedawcy w procesie budowania oferty handlowej. CRM - zarządzanie kontaktami handlowymi i relacjami z klientem.

##### **MODUŁ 4. TYPOLOGIA KLIENTÓW**

Omówienie zachowań typów klientów, z którymi współpracuje się najlepiej i najgorzej. Omówienie powodów i przyczyn tych zachowań, a następnie opracowanie sposobów pracy z różnym typem klientów. Facebook jako narzędzie do zbierania informacji o klientach. Jak monitorować treści na Facebooku, czego teraz na Facebooku poszukują nasi klienci

#### Dzień 2

##### **MODUŁ 5. PRAWIDŁOWA KOMUNIKACJA Z KLIENTEM**

Stworzony zostanie schemat procesu komunikacji z klientem z podziałem na różne formy komunikowania się (online, bezpośrednio przez www), omówione zostaną zasady doboru słów do odbiorcy. Omówione zostaną różne sytuacje pracy z klientami. Wypracowane zostaną różne scenariusze odpowiedzi, zachowań i postępowań jak powinno się zachować, gdy klient jest

niezdecydowany, nie odpowiada na nasze prośby lub zaczyna podnosić na nas głos.

## **MODUŁ 6. BUDOWANIE KAMPANII REKLAMOWEJ**

Przedstawienie na wybranych przykładach efektywnych kampanii reklamowych. Omówienie sposobu tworzenia przekazu informacyjnego dla klienta z wykorzystaniem mediów tradycyjnych i nowoczesnych.

## **MODUŁ 7. REKLAMA NA FACEBOOKU**

Przegląd narzędzi do tworzenia reklam na Facebooku, czyli wykorzystywanie potencjału Facebooka do stworzenia skutecznej reklamy. Przegląd dostępnych „Placementów” czyli różnych możliwości reklamy na Facebooku. Przegląd rodzajów kampanii na Facebooku oraz dopasowanie odpowiedniego typu reklamy dla małych i średnich przedsiębiorstw – jak możemy trafić do naszych klientów

## **MODUŁ 8. CASE STUDY**

przegląd dobrych praktyk z wykorzystaniem konkretnych narzędzi i rzeczywistych danych

## **MODUŁ 9. ZAKOŃCZENIE SZKOLENIA**

Odpowiedź na pytania, wypełnienie ankiet

---

## **Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia**

### **Uczestnik zdobędzie wiedzę z zakresu:**

- odpowiedzi i potencjalnych zachowań klienta
- tworzenia skutecznych kampanii reklamowych na Facebooku
- poznawania potrzeb klienta
- najnowszych narzędzi oferowanych przez Facebook

### **Uczestnik zdobędzie umiejętności pozwalające:**

- skutecznie reagować na odpowiedzi i zachowania klienta w zależności od jego typu
- odpowiednio wyznaczyć grupę docelową dla swojego produktu
- we właściwy sposób zarządzać kontaktami handlowymi i relacjami z klientem
- wykorzystać potencjał Facebooka w pracy działu sprzedaży,
- pozyskiwać informacje gospodarcze o potencjalnych reklamodawcach

### **Kompetencje społeczne:**

- Uczestnik zdobędzie umiejętności pozwalające zmniejszyć obawy w kontakcie z klientem
  - Uczestnik zdobędzie wiedzę i umiejętności pozwalające na samokształcenie się w zakresie możliwości wykorzystania Facebooka w pracy.
  - Uczestnik dowie się w jaki sposób skutecznie przeprowadzić rozmowę z klientem, aby była ona satysfakcjonująca dla obu stron
- 

## **Grupa docelowa**

Właściciele mediów lokalnych oraz pracownicy biur sprzedaży i obsługi klientów reklamowych

---

## **Informacje dodatkowe**

Organizator zastrzega sobie możliwość zmiany liczby prowadzących szkolenie w zależności od finalnej liczby uczestników zarejestrowanych na szkolenie. W przypadku braku możliwości prowadzenia szkolenia przez wskazaną osobę szkolenie może zostać poprowadzone przez innego trenera z kadry:

**Piotr Marek** - Ekspert w zakresie realizacji strategii reklamowych, zarządzania marką oraz zarządzania przedsiębiorstwami. Prowadzi szkolenia związane z obecnością marek w mediach oraz rozwijaniem umiejętności managerskich, kompetencji zarządczych. Praktyk z zakresu zarządzania mediami lokalnymi.

Wszyscy prowadzący posiadają doświadczenie, wiedzę i kwalifikacje niezbędne do poprowadzenia szkolenia.

## Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	MODUŁ1. ROZPOCZĘCIE SZKOLENIA	2017-12-20	08:00	08:30	0:30
2	MODUŁ 2. CO i KOMU SPRZEDAJEMY	2017-12-20	08:30	10:30	2:00
3	MODUŁ 3. OFERTA HANDLOWA A JĘZYK KORZYŚCI	2017-12-20	10:30	13:00	2:30
4	MODUŁ 4. TYPOLOGIA KLIENTÓW	2017-12-20	13:00	16:00	3:00
5	MODUŁ5. PRAWIDŁOWA KOMUNIKACJA Z KLIENTEM	2017-12-21	08:00	10:00	2:00
6	MODUŁ 6. BUDOWANIE KAMPANII REKLAMOWEJ	2017-12-21	10:00	12:00	2:00
7	MODUŁ 7. REKLAMA NA FACEBOOKU	2017-12-21	12:00	14:00	2:00
8	MODUŁ 8. CASE STUDY	2017-12-21	14:00	15:30	1:30
9	MODUŁ 9. ZAKOŃCZENIE SZKOLENIA	2017-12-21	15:30	16:00	0:30

## Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	<b>Janusz Pietruszyński</b>
-----------------	-----------------------------

Obszar specjalizacji	<p>Ekspert w zakresie strategii reklamowej i zarządzania marką. Od wielu lat przygotowuje autorskie szkolenia i warsztaty strategiczne dla biznesu. Zajmuje się szeroko pojętą komunikacją marketingową oraz PR. Specjalizuje się w wykorzystywaniu potencjału social mediów, zwłaszcza Facebooka, do zwiększania sprzedaży w firmie. Kreował wizerunek wielu firm, organizacji i osób prywatnych (polityków). Podpisuje się pod zdaniem Alberta Einsteina "wyobraźnia jest ważniejsza od wiedzy, ponieważ wiedza jest ograniczona". Do każdego problemu podchodzi z zaangażowaniem, optymizmem i kreatywnością, szukając niebanalnych rozwiązań, które są istotne z punktu widzenia projektowania przekazów reklamowych i koncepcji tożsamości marki. Organizator zastrzega sobie możliwość zmiany liczby trenerów prowadzących szkolenie w zależności od finalnej liczby uczestników zarejestrowanych na szkolenie. W przypadku braku możliwości prowadzenia szkolenia przez wskazaną osobę szkolenie może zostać poprowadzone przez innego trenera z kadry: Piotr Marek - Ekspert w zakresie realizacji strategii reklamowych, zarządzania marką, a także w obszarze zarządzania zespołami redakcyjnymi i przedsiębiorstwami. Prowadzi projekty związane z kampaniami reklamowymi, obecnością marek w mediach ( również w social media) oraz rozwijaniem zaawansowanych umiejętności managerskich, kompetencji zarządczych w mediach lokalnych. Zajmuje się szeroko pojętą komunikacją marketingową oraz PR. Kreował wizerunek wielu firm, organizacji i osób prywatnych. Praktyk z zakresu zarządzania mediami lokalnymi (12 lat doświadczenia). Wszyscy prowadzący posiadają doświadczenie oraz odpowiednią wiedzę i kwalifikacje niezbędne do poprowadzenia szkolenia.</p>
Doświadczenie zawodowe	Kilkunastoletnie doświadczenie w branży sprzedaży i marketingu. Obecnie pełni funkcje Interim Managera.

Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	Bogate doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu sprzedaży i marketingu. Wybrane szkolenia: „Facebook jako narzędzie pracy w redakcji i biurze reklamy”, „Nowoczesne biuro reklamy w telewizji lokalnej”, „Profesjonalne biuro reklamy w lokalnej gazecie oraz serwisie internetowym”, „Marka, marketing, sprzedaż w wydawnictwie regionalnym”.
Wykształcenie	Ukończone studia magisterskie na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna na Uniwersytecie Warszawskim

## Lokalizacja usługi

Adres: <b>Lubelska 31</b> <b>22-100 Chełm, woj. lubelskie</b> Szczegóły miejsca realizacji usługi:	Warunki logistyczne:
---	----------------------