

KREPITEV KOMPETENC ZAPOSLENIH



POSLOVNO IZOBRAŽEVALNI CENTER JD



ZA VEČ INFORMACIJ SMO VAM Z VESELJEM NA VOLJO.

POSLOVNO IZOBRAŽEVALNI CENTER JD

040 424 058

051 356 893

INFO@PICJD.SI

WWW.TEAMUP-DOGODKI.SI

KAZALO

| | |
|---|-------|
| O nas | 1 |
| Upravljanje s časom | 2 |
| Čustvena inteligenca | 3 |
| Metoda inovacij, kreativnosti, brainstorminga | 4 |
| Titanik sindrom | 5 |
| LEGO® SERIOUS PLAY® | 6 |
| Motivacija in samomotivacija | 7 |
| Veščina grajenja kakovostnih odnosov na osnovi poznavanja medgeneracijskih razlik | 8 |
| Pospešen razvoj poslovnih veščin | 9 |
| Podjetniška miselnost in razmišljanje | 10 |
| Učinkovito reševanje konfliktov | 11 |
| Poslovni bonton | 12 |
| Networking - mreženje in osebni socialni kapital | 13 |
| Učinkovito postavljanje (in doseganje) ciljev | 14 |
| Bodimo v kupca usmerjeno podjetje | 15 |
| Moč vrednot in kultura podjetja | 16 |
| Zavzeti tudi starejši zaposleni | 17 |
| Stres - izvor, vzroki in kako živeti z njim | 18 |
| Timsko delo | 19 |
| Učinkovita poslovna pogajanja | 20 |
| Učinkovita komunikacija - za medgeneracijsko sodelovanje | 21 |
| Organizacija in plan prehrane na delovnem mestu | 22 |
| Digitalne kompetence | 23-26 |
| Izobraževanje prodajalcev in voditeljev ključnih kupcev (key account managerjev) | 27 |
| Prodajno pogajanje | 27 |
| Uspešna komunikacija s ključnimi kupci | 28 |
| Prodajna prezentacija pred večjim številom strank | 29 |
| Delo s težkimi kupci in reševanje reklamacij | 30 |
| Psihologija v prodaji in upravljanje s ponudbami | 31 |
| Poslovne simulacije | 32 |
| Predavatelji | 33-35 |
| Reference | 36 |

O NAS

PICJD d. o. o. pokriva celotno programsko področje izobraževanja vodilnih managerjev, srednjega managementa in zaposlenih. Naši programi so rezultat 10 letnih izkušenj in zaupanja veliko podjetij. Izobraževanja pripravimo po meri, ki jih prilagodimo glede na potrebe in cilje naročnika. Sodelujemo z mrežo več priznanih strokovnjakov, ki z nami delijo edinstvena znanja in izkušnje.

Z učinkovitimi in preizkušenimi metodami izkustvenega učenja ter s praktičnimi izobraževalnimi vsebinami vplivamo na vaše zaposlene, da postanejo bolj motivirani za delo, pripadni podjetju, ustvarjalni, produktivni, medsebojno povezani in da vlagajo energijo v to, da bi vaše podjetje izpolnilo cilje, ki ste si jih postavili.

Aktivne delavnice za razvoj kreativnega mišljenja imajo za cilj udeležence naučiti uporabo psiholoških orodij, prilagojenih spodbujanju ustvarjalnega razmišljanja v poslovnem okolju. Na delavnicah bodo udeleženci imeli priložnost, skozi lastno, aktivno izkušnjo, spoznati orodja ustvarjalnega mišljenja in sisteme za razvoj inovacij s katerimi bodo nadgradili svoje delovanje v poslovnem procesu.



UPRAVLJANJE S ČASOM

Učinkovita izraba časa

Delavnica upravljanja s časom (time management). S spremembami, boste bolje izkoristili čas, ki ga imate na razpolago.

Kako zavestno upravljati s časom

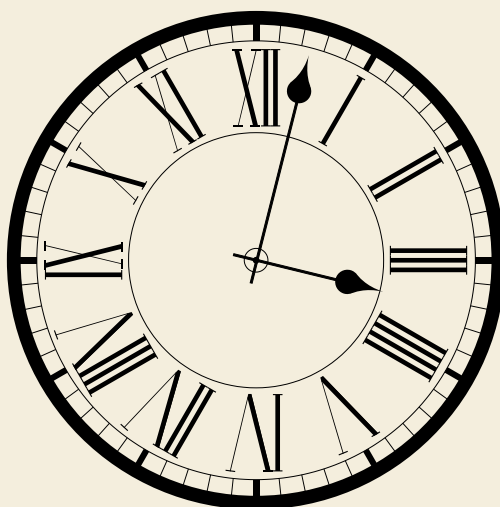
Naš cilj je omejen, zato se naučite optimalno uskladiti poslovno in zasebno življenje. Opravite več, bolje in hitreje. Čas je najdragocenejši vir, ki ga imamo na razpolago. Časa ne moremo shraniti v banki, niti ga ne moremo kupiti. Vse kar lahko storimo je, da ga konstruktivno uporabimo ali tratimo.

Cilj

Cilj delavnice je spoznati in osvojiti učinkovite principe organizacije dela, povečanju učinkovitosti, tako na delovnem mestu, kot tudi na zasebnem področju.

Rešitev

Se skriva v poznavanju psiholoških mehanizmov zaznavanja časa in njihove uporabe. Časa imamo več, kot si mislimo in ko se naučimo ustrezno upravljati z lastnimi in pomagati s tujimi viri, zlahka postanemo učinkoviti.



ČUSTVENA INTELIGENCA

Čustvena inteligentnost je izredno pomemben dejavnik uspešnosti posameznika v vsakodnevnih poslovnih in osebnih odnosih. Izraz »čustvena inteligenca« je nasproten izrazu umska inteligenca in je to v bistvu človekov značaj. Čustvena inteligenca pokaže, kaj so človekove čustvene potrebe, kako upravlja s svojimi čustvenimi stanji in kakšne so njegove dejansko žive vrednote. Čustvena inteligenca se navzven izraža kot vedenje.

Nekoč je bilo za zaposlenega dovolj, da je imel ustrezno izobrazbo in strokovno usposobljenost. V današnjih časih, ko je poudarjeno timsko delo, pa so pomembne tudi osebne kakovosti delavca. Visok inteligenčni kvocient ni več odločilno merilo uspešnosti, je pa res, da je marsikje temeljni pogoj za vstop v visoko storilnostno naravnano okolje.

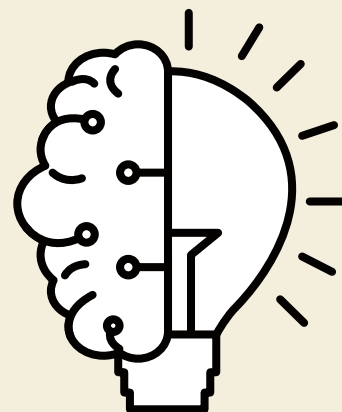
Pri delu v skupinah oz. timih je posameznik lahko uspešen, če se zaveda svojih zmogljivosti. Tako fizičnih, umskih kot tudi psihičnih.

Čustveno odzivanje v odnosu do sodelavcev, strank, oz. vseh tistih, s katerimi stopamo v medsebojne odnose, odločilno vpliva na učinkovitost in rezultate.

Na delavnici čustvena inteligenca bodo udeleženci spoznali:

- Kaj so čustva in kako jih razumeti, kakšen je odnos med čustvi, mišljenjem in vedenjem, skladnost, ekologija, ustvarjanje ustreznega notranjega stanja in okolja, razmerje med cilji in odnosi, kaj je naše doživljanje in kako ustvarjamo realnost, v kateri živimo.
- Učinkovito upravljanje s čustvi: tehnike za hipno in učinkovito upravljanje čustvenih stanj, biološki, telesni fenomen čustvenih stanj, koncept delov osebnosti
- Zaščita čustev in uporaba čustvenih stanj kot virov moči: zaščite pred čustvenimi poškodbami, kako sprejemamo predloge od strank in kako jih učinkovito podajati nazaj, spreminjanje slabosti v prednosti, poustvarjanje in razvoj čustvenih stanj, ki vas bodo podprla.

METODA INOVACIJ, KREATIVNOSTI, BRAINSTORMINGA



Mladi naj bi bili boljši v inovacijah in kreativnosti, vendar kreativnost in inovativnost sta prisotni v vsakem človeku. To je potrebno oživeti ali pa le spodbuditi. Metoda inovacij je sistem aplikativne ustvarjalnosti, ki medsebojno povezuje kreativno reševanje problemov z veščinami in orodji ustvarjalnega procesa in managementa inovacij.

Process in tehnika inovacij je še posebej primeren za vodenje celotnega inovacijskega oziroma ustvarjalnega procesa (od iskanje prihodnjih problemov in priložnosti, določanja in definiranja problemov, ki se jih je vredno lotiti, ustvarjalnih faz, pa do pridobivanja potrebne podpore implementacije pri sodelavcih in poslovnih partnerjih ter izvedbe).

- prve tri stopnje se osredotočajo na formulacijo problema,
- naslednji dve stopnji se osredotočata na iskanje rešitev,
- zadnje tri stopnje pa pozornost posvečajo implementaciji rešitve.

Ta pristop osvetli povezave med veščinami reševanja problemov in procesom, ki ga uporabljamo, da bi spremenili domišljijo v kreativno produktivnost. Pri vsakem od osmih korakov bodo udeleženci iskali ideje in tako spoznali kako ustvarjalnost vpliva pri različnih fazah reševanja problema. Npr. spoznali bodo kako ustvarjalnost v fazi definiranja problema že zastavi seme rešitve in v veliki meri določa vse kasnejše faze. Npr. če definiramo problem "kako zagotoviti večja sredstva za razvoj kadrov", bomo prišli do drugačnih idej, kot bi v primeru, če bi problem definirali "kako še bolj pomagati mladim na poti njihovega kariernega razvoja".

V 4. koraku, pri iskanju idej, bodo udeleženci delavnice spoznali nekaj tehnik ustvarjalnega za produciranje idej: npr. prisilne povezave in asociacije. Delavnica je izkustvena in udeleženci bodo v skupinah po 10 spoznavali vse korake ustvarjalnega procesa skozi aktivno delo. S pomočjo moderatorskih orodij bodo udeleženci ves čas aktivni.

TITANIK SINDROM

Kako v podjetju gledate ali razmišljate o spremembah? Ali se držite reka "Če deluje, ne spreminjaj!"?

Ali veste, da lahko s prezrtimi opozorili, prekomernim zanašanjem na pretekli uspeh in z zaslepljenim pogledom naprej ovirate svojo potencialno rast?

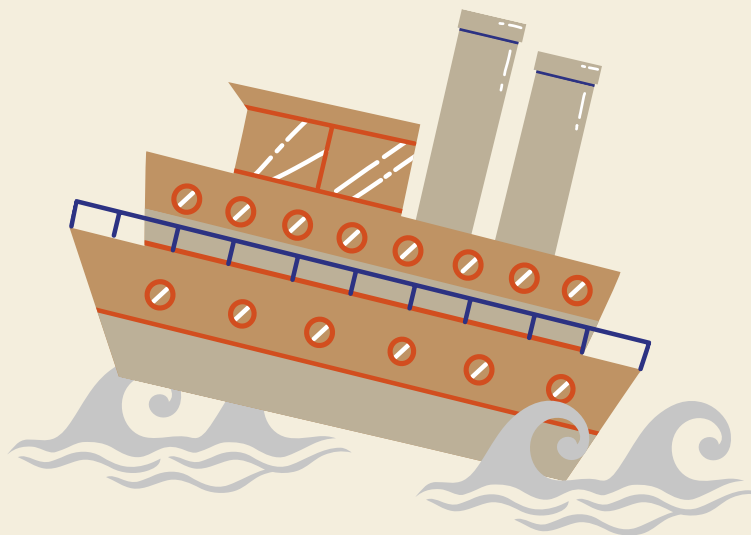
Zgornjemu pojavu rečemo tudi »Titanik sindrom«.

Gre za bolezen organizacij, ko podjetja v obdobju disrupcij, nenehnih motenj, drvijo v propad zaradi lastne arogance, pretirane navezanosti na pretekle uspehe ali nezmožnosti prepoznavanja in prilagajanja novi nastajajoči resničnosti.

Danes se spremembe dogajajo izjemno hitro in da bi podjetja v tem novem svetovnem redu, ki ga je dodatno prizadela še epidemija Covid-19, ne le preživela, ampak bila uspešna tudi v prihodnosti, morajo razviti sposobnost spreminjanja in t.i. sposobnost ustvarjanja prihodnosti z upravljanjem sedanjosti.

Spremembe niso projekt, so stalen proces.

Kar nas je pripeljalo do sem, nas najverjetneje ne bo pripeljalo tja, kamor želimo. Ne bodite kot Titanik, pravočasno predvidite ledene gore, in ukrepajte, da ne boste potonili!



LEGO® SERIOUS PLAY

Metoda LEGO® SERIOUS PLAY® je olajšan proces sestankov, komunikacije in reševanja problemov, v katerem se udeleženci vodijo skozi vrsto vprašanj, ki se vedno bolj poglobijo v temo. ... Ti 3D modeli služijo kot osnova za skupinsko razpravo, izmenjavo znanja, reševanje problemov in odločanje. Metoda LEGO® SERIOUS PLAY® je tehnika, ki izboljšuje skupinsko reševanje problemov.

Metoda z uporabo vizualnih, slušnih in kinestetičnih veščin od udeležencev zahteva učenje in poslušanje, vsem udeležencem pa zagotavlja glas. Metoda služi kot skupni jezik ne glede na kulturo ali položaj.

Vsak udeleženelec glede na vprašanja mentorja gradi svoje 3D modele in pri tem uporablja posebej izbrane LEGO® kocke. 3D modeli iz kock so osnova za skupinsko diskusijo, pretok znanja in informacij, reševanje problemov in sprejemanje odločitev.

Cilji:

LEGO® SERIOUS PLAY omogoča doseganje širokega spektra ciljev:

- osebni razvoj;
- razvoj ekipe ali razvoj podjetij,
- vzpostavitev zaupanja,
- stalno upravljanje uspešnosti,
- neprekinjeno upravljanje uspešnosti,
- etika in kulturna identiteta,
- varnost,
- učenje in razvoj,
- team building.

Metoda LEGO® SERIOUS PLAY močno preseže rezultate običajnega sestankovanja, brainstormingov, suhoparanih monologov in bretplodnih diskusij. V kratkem času lahko skupina posameznikov doseže jasno, vsem razumljivo usmeritev, s katero se vsi strinjajo in so pripravljeni delati v skladu z njo.

MOTIVACIJA IN SAMOMOTIVACIJA



Verjetno vas zanima, zakaj je nekdo za nekaj motiviran, drugi pa ne, oziroma bolj natančno, kje leži razlog, da le peščica ljudi stopi iz cone udobja. Torej skrivnost naj bi bila v motivaciji, ključno vprašanje pa je, od česa je ta motivacija odvisna.

Če pogledamo v strokovno literaturo, lahko najdemo izjemno veliko teorij o motivaciji. Pomembno dejstvo, ki ga moramo pri uporabi motivacije upoštevati je, da se motivatorji (korenček in palica) delijo tudi na zunanje in notranje. Zunanji motivi se nahajajo zunaj nas, to so na primer določena materialna nagrada ali stvar, ki si jo zelo želimo. Notranji motiv pa je nekaj znotraj nas in predstavlja notranjo nagrado, ki je lahko samozavest, dobro počutje, itn.

Motivacija pa ne bi bila motivacija, če ne bi obstajale neke ovire, ki preprečujejo naše delovanje. Kadar gre za ovire znotraj nas, govorimo o frustracijah, kadar pa o ovirah zunaj nas pa o konfliktih. Če želimo zadovoljiti neko potrebo, moramo premagati vse notranje kot tudi zunanje potrebe.

In užitek pri doseganju teh potreb mora biti večji, kot pa velikost bolečine, če teh ovir ne premagamo.

Kaj lahko naredimo, da smo bolj motivirani?

Odgovor je seveda preprost, to narediti pa je nekoliko težje. Bistveno je predvsem poznavanje samega sebe, torej kaj je naša vizija, kakšni so naši cilji ter kakšne so naše vrednote. Vse to pa ugotovimo na naših delavnicah.

Program treninga:

- Na čem temeljijo motivacijski mehanizmi, razlika med notranjo in zunanjo motivacijo;
- Metaprogrami in motivacijske mentalne strategije: kako razmišljam in kateri stil samomotivacije uporabljam;
- Priganjalci oziroma prepričanja, ki temeljijo na izkušnjah v otroštvu (hitrec, brazhibnež in oseba odnosov) ter njihov vpliv na delo in komunikacijo s kolegi;
 - Ozaveščanje osebnih vrednot in povezovanje le teh z delovnimi nalogami;
- Razvoj potrebnih kompetenc in ozaveščanje učinkov možnih izboljšav.

VEŠČINA GRAJENJA KAKOVOSTNIH ODNOSOV S STRANKAMI IN SODELAVCI NA OSNOVI POZNAVANJA MEDGENERACIJSKIH RAZLIK

Pri poslovnem sodelovanju pogosto kakovosten osebni odnos s poslovnim partnerjem olajša pot do sodelovanja v obojestransko korist. Prvi del delavnice temelji na najnovejših dognanjih na področju teamskega dela, psihologije in sociologije.

Udeleženci bodo spoznali, kako nadgraditi komunikacijske strategije, ki jih že uporabljajo, tako da vzpostavitev sinergije v medgeneracijskem teamu in doseganje odličnih rezultatov ne bo naključje, ampak del vsakdanje prakse. Danes so na delovnih mestih zaposleni ljudje različnih starosti, kar v komunikaciji in sodelovanju včasih predstavlja težavo. Starejši zaposleni morajo razumeti, da so enkrat bili tudi oni mladi in mlajši, da bodo tudi oni enkrat v koži strejšega. Udeleženci bodo na delavnici razvili kompetence vzpostavljanja in vzdrževanja dobrih odnosov in kakovostne medosebne komunikacije. Vsa ta komunikacijska orodja bodo lahko uporabili za učinkovito in konstruktivno komunikacijo s strankami in sodelavci na osnovi poznavanja medgeneracijskih razlik.

Zaposleni morajo razumeti, da ima vsaka generacija svoje prednosti, kot tudi pomanjklivosti.

Teme:

- Razlika med našim razumevanjem poslovne situacije in zaznavanjem sogovornika
- Miti in dejstva o medgeneracijskih razlikah
- Kako se lahko generacije učijo med seboj in vsi skupaj delajo za boljši končni rezultat podjetja
- Dober stik in zrcalni nevroni
- Značilnosti posameznih generacij (Baby boom, x, y, z)
- Kalibriranje
- Komunikacijski stili sogovornika in očesni premiki
- Empatija in vzpostavljanje kakovostnih odnosov s strankami in sodelavci, ne glede na medgeneracijske razlike

POSPEŠEN RAZVOJ POSLOVNIH VEŠČIN

Pogosto vprašanje, ki se zastavlja na področju poslovnega razvoja in pri doseganju osebnih poslovnih ciljev: razvijati in graditi na osebnih sposobnostih, ki so najbolj razvite ali delati na odpravi ozkih grl, razvoju veščin za katere zaznavamo, da nas ovirajo.

Nadaljevalni del delavnice se osredotoča na razvoj poslovnih aktivnosti. Spoznali boste psihološka orodja, ki vam lahko pomagajo v maksimalni meri razviti vaše poslovne sposobnosti, kjer ste že sedaj dobri in kako na osnovi dolgoletnih izkušenj graditi nadaljno kariero na le-teh. Hkrati se bomo poglobili tudi v trening in strategije razvijanja sposobnosti, ki jih zaznavate kot nezadostno razvite in vas pri določenih poslovnih nalogah omejujejo.

Teme:

- Pojem strategij in pospešen razvoj poslovnih veščin
- Kako delujejo vaši možgani in kako definirajo vaše močne in šibke strani
- Uporaba orodij iz športne psihologije za razvoj poslovnih znanj

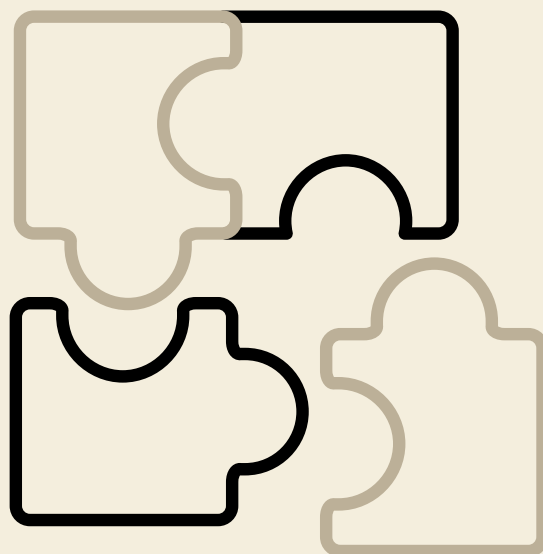


PODJETNIŠKA MISELNOST IN RAZMIŠLJANJE

Pri delovanju zaposlenih v podjetjih zaradi zgodovinskih razlogov v Sloveniji večkrat naletimo na pretežno reaktivni način obnašanja zaposlenih, ki ni vzporeden s pričakovanji podjetnikov in proaktivnih managerjev. V delavnici predstavljamo razkorak med načinom razmišljanja podjetnih ljudi, s konflikti ki lahko nastajajo zaradi tega ter načini kako premostiti te prepreke v obojestransko korist. Delavnica je dinamična, s predavanji, realnimi primeri, primeri iz prakse v podjetju in interaktivnimi igrami.

Cilj:

razumevanje razkoraka med razmišljanjem povprečnega zaposlenega in uspešnega podjetnika ter podane možnosti za spremembe na bolje.



UČINKOVITO REŠEVANJE KONFLIKTOV



Poslovni svet ni družba samo prijaznih, uvidevnih, solidarnih in poštenih ljudi. Je arena, v kateri zmagujejo pošteni, najboljši in najspretnější, drugi pa so pogosto poraženi. Kako se odzivate na konflikte? Jih znate reševati, obvladovati in razumeti?

Konstruktivno, ciljno usmerjeno reševanje konfliktov je zdravo in koristno. Potrebno se ga je le naučiti. Dobro rešeni konflikti poglobijo odnose. Za konfliktno stanje ali situacijo velja: če menim, da nisem jaz tisti, ki bi lahko prispeval nekaj k temu, da bo konflikt rešen, potem sem lahko tisti, ki ga pomaga ohranjati. Vi naredite prvi korak. Sodelovanja obeh strani je ključno pri uspešnem reševanju konfliktov. V poslovnem svetu je znanje reševanja konfliktov zelo koristno. Zmagam – zgubiš na kakšen način bomo reševali konflikt, povzroča strah, žalost in jezo, kar slabo vpliva na odnos. Bistvo reševanja konflikta je doseči dogovor ali kompromis, da se bosta obe strani v odnosu počutila bolje. Na dolgi rok je najboljši način rešitve zmagam: zmagáš (WIN : WIN).

Teme:

- Metode reševanja konfliktov
- kako posebnosti konfliktnih situacij vplivajo na vodenje pogovora,
 - _ Vzpostavljanje in ohranjanje stika in primeren ton v konfliktnih situacijah,
- aktivne veščine za pogovor z zahtevnimi sogovorniki,
- kako ohraniti osredotočenosti na vsebino,
- kako nagovorimo sogovornika in njegove potrebe,
- kako strukturirati pogovor, s katerim dosežete dogovor,
- kako posledice konfliktov zmanjšamo na najmanjšo možno mero

POSLOVNI BONTON



Poslovni svet ni družba samo prijaznih, uvidevnih, solidarnih in poštenih ljudi. Je arena, v kateri zmagujejo pošteni, najboljši in najspretnější, drugi pa so pogosto poraženi. Poznavanje poslovnega bontona vsem, ki se gibljejo v poslovnem svetu, olajša poslovne in zasebne poti in zagotavlja več kreativnosti, sproščenosti, samozavesti in poslovne odličnosti. Ali poznate pravila rokovanja, pozdravljanja in predstavljanja, tikanja in vikanja, točnosti

in sprejema poslovnih partnerjev, ki veljajo za poslovni svet? Najnovejši bonton upošteva trende poslovnega sveta in v poslovni sferi je velika prednost, če obvladamo poslovni bonton in pravila obnašanja ter se partnerjem, ki pravil ne poznajo, znamo prilagajati čim bolj naravno. Poslovni bonton se ne loči bistveno od vsakdanjega bontona. Lahko bi rekli, da se ljudje, ki se v vsakdanjem življenju znajo primerno vesti, nedvomno znajo primerno vesti tudi v poslovnem svetu. Razlika je le, da je treba v poslovnem svetu znanje reagiranja na različne situacije tudi uporabiti.

TEME:

-
- Neverbalna komunikacija, nasmeh, stik z očmi in izgled posameznika
- Verbalna komunikacija
- Pisna komunikacija, internetna komunikacija
- Diskretnost in zaupnost
- Poslovne pogostitve
- Darila in vzdrževanje stikov
- Pravila v vljudnostni korespondenci
- Čestitke in voščila
- Zahvale, pohvale in pritožbe
- Prošnje in opravičila...
- Uporaba mobilnikov, zamujanje,
- "prepovedane teme" in ostale zagate

NETWORKING – MREŽENJE IN OSEBNI SOCIALNI KAPITAL

Kot zaposleni smo med dolgoletno kariero spoznali veliko različnih ljudi. Spoznali boste, kako ta poznanstva izkoristiti v poslu in osebno.

Termin mreženje označuje preprosto razvijanje in ohranjanje razmerij z ljudmi, ki lahko posredno in neposredno vplivajo na posel. Mreženje je način podjetniškega obnašanja. Osnovno jedro socialnega kapitala pa predstavljajo relacije med ljudmi oziroma njihove medsebojne povezave – vezi. Tako socialni kapital obravnavamo v povezavi z mrežami.

Na delavnici boste spoznali dognanja in strategije za doseganje rezultatov s to zaželeno organizacijsko kompetenco. Spoznali boste kako z razpršeno mrežo različnih medosebnih stikov lahko povečate prodajo, prihranite čas in denar. Spoznali boste kako organizacije, ki so interno in eksterno dobro povezane, omogočajo zadosten razvoj medosebnih odnosov v njih in zunaj njih, se hitreje odzivajo na potrebe trga in s tem lahko pridobijo pomemben tržni delež.

Teme:

- Mreženje kot poslovna strategija
- Konkretna strategije za navezovanje in vzdrževanje poslovnih stikov
- Konkretna psihološka orodja v procesu mreženja
- Študije primerov in konkretni življenjski pristopi pri mreženju



UČINKOVITO POSTAVLJANJE IN DOSEGANJE CILJEV

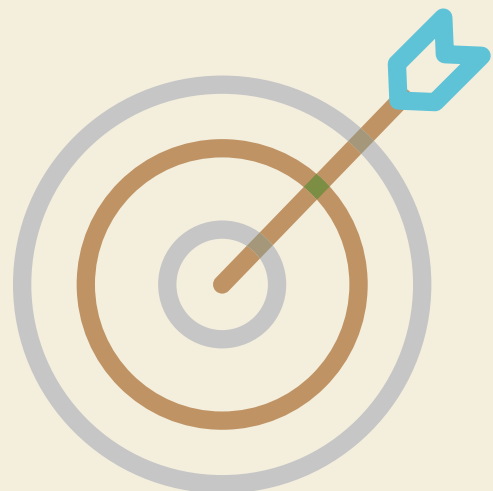
Ste že razmišljali, kaj bi radi počeli čez pet let? Vam je jasno, kakšen je vaš glavni cilj v tem trenutku? Ali veste, kaj želite doseči do konca današnjega dne, meseca, leta?

Če želite uspeti, si morate postaviti cilje. Brez ciljev vam manjka jasne osredotočenosti in usmeritve. Postavitev ciljev ne omogoča samo, da prevzamete nadzor nad svojim poslovnim in/ali zasebnim življenjem, pač pa nudi tudi merilo za ugotavljanje, ali vam dejansko uspeva.

Če želite doseči svoje cilje, morate vedeti, kako jih postaviti. Ne morete preprosto reči "želim si" in pričakovati, da se bo to zgodilo. Postavitev ciljev je postopek, ki se začne s skrbnim premislekom o tem, kaj želite doseči, in se konča z veliko trdega dela, da to dejansko storite. Vmes je nekaj zelo natančno opredeljenih korakov, in če jih poznate, boste oblikovali cilje, ki jih boste lahko dosegli. Namen učinkovitega postavljanja ciljev je namreč doseči tisto, kar želite v življenju čim bolj uspešno, osredotočeno in odločno v čim krajšem časovnem okviru.

Na delavnici bodo udeleženci spoznali:

- zakaj si je dobro postaviti cilje & kaj so glavne koristi;
- kako si lahko pomagamo s preprosto metodo SMART;
- kako je vizualizacija lahko ključ za dosego ciljev;
- česa se lahko pri postavljanju ciljev naučimo od vrhunskih športnikov;
- uporabne nasvete za učinkovito postavljanje in doseganje ciljev, vključno s tem, zakaj je "biti 1% boljši vsak dan"
- vaša najboljša strategija postavljanja ciljev;
- BONUS: praktični del (delo v parih oz. trojkah).



BODIMO V KUPCA USMERJENO PODJETJE

Je tudi vaša želja, da bi imeli številne zadovoljne stranke, kupce, ki se pogosto in radi vračajo? Kako graditi in negovati odnose?

Kupčeve navade in potrebe se skozi leta spreminjajo. Kupci postajajo(-mo) danes vse bolj zahtevni in vse manj zvesti. Njihova pričakovanja niso več povezana le s kvalitetnim produktom (izdelkom ali storitvijo), vse bolj pomembna postaja uporabniška izkušnja. Osredotočenost v kupca (angleško Customer Centricity) zato ni le naloga tržnikov, razumevanje in udejanjanje koncepta v prakso je postala naloga vseh zaposlenih in ključen del poslovnih strategij uspešnih podjetij. In ko govorimo o usmerjenosti do strank, to ne pomeni, da smo »prijazni do strank«. Gre za celostno strategijo, ki izhaja iz poznavanja in razumevanja naših najbolj dragocenih strank in tega kaj naredimo, da se na vsakem koraku potovanja – od prednakupnih, nakupnih do ponakupnih storitev, počutijo posebne na način, da uresničimo in presežemo njihova pričakovanja.

Na delavnici bodo udeleženci spoznali:

- zakaj je osredotočenost na kupca danes nuja in ne le želja;
- kateri so ključni izzivi, ovire, s katerimi se podjetja soočajo;
- kako lahko vsako podjetje postane »v kupca usmerjeno podjetje« (ključni koraki);
- primeri dobrih praks uspešnih podjetij in organizacij;
- razumevanje nakupne poti potrošnika (t.i. customer journey) in praktična izvedba (vizualizacija strankine izkušnje) za vaše namene, podjetje, organizacijo.



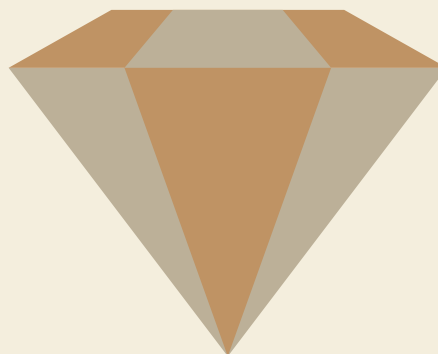
MOČ VREDNOT IN KULTURA PODJETJA

Saj poznate znani rek Petra Druckerja, management guruja in avtorja številnih knjig: »Organizacijska kultura poje strategijo za zajtrk« (angl. Culture eats strategy for breakfast)? Drucker pri tem ni mislil, da je strategija nepomembna, temveč, da je močna kultura zanesljivejša pot do organizacijskega uspeha. Kultura podjetja je najbolje opredeljena kot "način, kako se tukaj dela". Vse organizacije, podjetja imajo organizacijsko kulturo. Vprašanje je le, ali se je zavedajo in ali v zvezi z njo karkoli resnega počnejo.

Kultura podjetja je kot prstni odtis, morda je podoben drugim, vendar je edinstven za vaše podjetje. Vse drugo (izdelki, strategije, trženje, celo inovacije) je mogoče ponoviti, ključne oziroma temeljne vrednote organizacije pa so tisto, kar podpira vizijo, oblikuje kulturo in odraža tisto, kar podjetje dejansko ceni. So bistvo identitete podjetja – njegova načela in prepričanja.

Na delavnici bodo udeleženci spoznali:

- zakaj postaja korporativna kultura pomembna za podjetja, organizacije in njene glavne koristi;
- pomen vrednot in zakaj je pomembno, da so ustvarjene v sodelovanju z zaposlenimi;
- kako oživiti vrednote podjetja;
- primeri dobrih praks uspešnih podjetij in organizacij;
- praktični del, povezan z vrednotami podjetja, organizacije (Kaj vam pomenijo vrednote podjetja? Zakaj je posamezna vrednota pomembna za podjetje? Kaj se zahteva od zaposlenih, da ohranijo vrednoto pri življenju?).



ZAVZETI TUDI STAREJŠI ZAPOSLENI

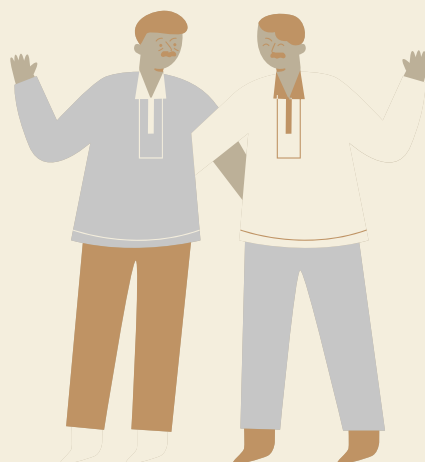
Se strinjate, da smo zaposleni prvi ambasadorji podjetja, organizacije? Prav od zaposlenih je namreč odvisno, kakšno uporabniško izkušnjo bodo imeli kupci, stranke. Pa ste vedeli, da je samo vsak sedmi zaposleni resnično zavzet?

Zavzetost zaposlenih (angl. employee engagement) je definirana kot stanje čustvenega in intelektualnega zadovoljstva in pripadnosti podjetju, organizaciji, skupini. Sega preko zadovoljstva (kako so mi všeč stvari tukaj) in pripadnosti (koliko časa si še želim biti tukaj) do zavzetosti (kaj lahko sam storim za izboljšanje delovnih rezultatov).

Zavzeti zaposleni delajo s strastjo, so izrazito motivirani, predani delu, čutijo globoko povezavo s podjetjem, organizacijo, spodbujajo inovacije in pomikajo organizacijo naprej. Zavzetost in poslovna uspešnost gresta z roko v roki. Zavzete sodelavce in podjetja prepoznamo po merljivih učinkih, večjem zadovoljstvu strank, manjši fluktuaciji, boljših poslovnih rezultatih.

Na delavnici bodo udeleženci spoznali:

- zakaj je vredno razmišljati o zavzetosti zaposlenih;
- kateri so ključni izzivi, ovire, s katerimi se podjetja soočajo;
- kako do bolj zavzetih zaposlenih - kaj je naloga podjetja, vodstva in kaj lahko naredi vsak, da postane bolj zavzet;
- kako merimo zavzetost zaposlenih;
- primeri dobrih praks uspešnih podjetij in organizacij;
- skozi praktičen del, na kaj se lahko v podjetju osredotočimo, da dvignemo zavzetost v naslednjih 100 dneh;
- BONUS: anonimen test zavzetosti zaposlenih & praktičen prikaz rezultatov



STRES – IZVOR, VZROKI IN KAKO ŽIVETI Z NJIM

V okviru delavnice se udeleženci na enostaven in razumljiv način v okviru interaktivne diskusije spoznajo z antropologijo, izvorom in vzroki stresa. Na osnovi primerov in interaktivnega dela z udeleženci se sprehodimo skozi strahove, stresorje, biologijo in biokemijo stresa ter fiziološke, psihološke in vedenjske simptome in posledice stresa.

Delavnico zaokrožimo s stresom, kot da doživljajo udeleženci, analizo in razlago dejanskih primerov ter njihovo obravnavo z načini in tehnikami za obvladovanja stresa.

Udeleženci so po delavnici opremljeni z informacijami in orodji za boljše obvladovanje stresa, kar vodi k boljšemu počutju, večji ustvarjalnosti in produktivnosti tako v službi kot tudi doma.

V delavnico lahko vključimo tudi prakso joge in dihalnih vaj. Joga pozitivno deluje na izboljšanje srčno-žilnega in dihalnega sistema; povečuje moč, fleksibilnost in izboljšuje ravnotežje našega telesa; blagodejno vpliva na prebavni sistem; izboljša zavedanje in kontrolo nad lastnim

telesom, pomaga uravnnavati zdravo telesno težo. Vadba joge pozitivno vpliva tudi na splošno počutje; mentalno nas pomirja ter izboljšuje koncentracijo in spomin. Blagodejno vpliva na osebe, ki čutijo tesnobo. Zato boste z vaditeljico joge izvajali enourno aktivno/dinamično jogo za prebuditev telesa in uma. Praksa bo izvedena tako, da bo primerna za vse, tiste z več, manj pa tudi za tiste brez izkušenj s prakso joge. Na vadbi boste prebudili telo in odprli energijske centre.

Z dihalnimi vajami boste aktivirali parasimpatični živčni sistem in napolnili vaš krvni obtok s hormoni, ki vas bodo umirili in naredili srečne ter zadovoljne (melatonin, endorfin). Trening dihanja, ki vam ga bo pokazala vaditeljica joge, je najkrajša in najenostavnejša pot do sprostitve in umiritve, nekakšen 'odmor od stresa'. Organiziramo lahko tudi sprehod v gozd, kjer se boste z gozdom povezali z različnimi čutili ter izvedeli več o zdravilnem vplivu narave. Izvedli boste še krajšo prakso joge brez podlog v gozdu oz. v naravi.

TIMSKO DELO

V današnjem svetu, ko je edina stalnica sprememba, je timsko delo postalo eden pomembnejših načinov, kako se podjetja soočajo z izzivi. Živimo v močno individualni kulturi, kjer se poudarja moč, uspehe in dosežke posameznika, v vzgoji se spodbuja samostojnost in neodvisnost, a delovne situacije so vse bolj kompleksne in zahtevajo dobro uigran tim in učinkovito sodelovanje celotne ekipe.

Vsi lastniki podjetji, managerji, vodje želijo imeti dobro ekipo, ki dela v harmoniji, da bi dosegla skupni cilj. Vendar to se ne zgodi samo od sebe. Potrebno se je posvečati in povečati prizadevanja za izgradnjo kulture okoli skupnega timskega dela, pozitivnosti in stalnega razvoja.

Pri naši delavnici kombiniramo tehnike nevrolingvističnega programiranja ter Belbinovo metodologijo timskih vlog. Z udeleženci delavnice izvedemo tudi nekaj vaj, saj vaja, dela mojstra. Udeleženci se tako spoznajo s tehnikami in metodami timskega dela, na koncu pa sledi evalvacija narejenega.



UČINKOVITA POSLOVNA POGAJANJA



Živimo v razgibanih časih, ko sta širjenje interneta in socialnih omrežij popolnoma globalizirali in omogočili polno dostopnost vsakega posameznika in podjetja na trgu ponudbe in povpraševanja dobrin, storitev in drugih področij našega življenja. Po drugi strani pa smo v vsakdanjem življenju vse bolj odvisni od statusa naših znanj in obvladovanja komunikacijskih in drugih mehkih veščin. Pogajalske sposobnosti in veščine so zagotovo med pomembnejšimi, ki jih nezavedno uporabljamo vsak dan in na vsakem koraku. Ne zavedamo pa se, da je od našega obvladovanja le teh močno odvisen naš uspeh tako na osebnem, javnem in seveda na poslovnem področju.

Med treningom, ki ga bomo izvedli vam bomo s tega področja na kratko predstavili teoretične osnove pogajanj, v veliki meri pa bomo v okviru praktičnih primerov, tudi iz vaše prakse, predelali implementacijo teorije v prakso in veščino za vsakdanjo uporabo.

Tematike, ki jih bodo udeleženci po treningu razumeli in jih bodo lahko uporabljali so:

- Pomen pogajalskih sposobnosti v vsakdanjem življenju
- Strukturiranje pogajanj na osnovi poučnih primerov
- Razumevanje in uporaba ključnih parametrov za uspešno zaključevanje pogajanj
- Pogajalska pričakovanja in reševanje konfliktov

V okviru treninga bomo izvedli 3 interaktivne igre:

- Interaktivna igra aktivno poslušanje,
- Interaktivna igra reševanje težav,
- Interaktivna pogajalska igra Prodaja src.

Trening bo dinamičen, motivacijski in navdušujoč! Z naučenimi veščinami bodo udeleženci zagotovo boljši pogajalci.

UČINKOVITA KOMUNIKACIJA – ZA MEDGENERACIJSKO SODELOVANJE

Komuniciranje v delovnem kolektivu ali timu ima pomembno poslovno in ekonomsko funkcijo. Dajanje navodil, posredovanje strokovnih podatkov, izmenjava mnenj, prepričevanje sodelavcev, itd. so sestavine medsebojnega sporazumevanja in hkrati strokovni in poslovni elementi.

Preslišana, nerazumljena ali sporočila, ki jih sploh niste posredovali, lahko povzročijo poslovno in posledično ekonomsko škodo. Pravilno razumljena sporočila ter upoštevanje mnenj in poslovnih ali strokovnih zamisli pa omogočajo doseganje in preseganje zastavljenih ciljev in s tem dobre in boljše poslovne in ekonomske rezultate. Sploh v medgeneracijskih kolektivih pride dostikrat do šumov v komunikaciji.

S podaljšanjem delovne dobe in atkivnim staranjem prebivalstva se prvič v zgodovini srečujemo s tako številnimi aktivnimi generacijami, ki morajo med sabo sodelovati v delovnih procesih v podjetjih in organizacijah.

A iz izkušenj vemo, da je bil med mladimi in starejšimi od nekdaj prisoten prepad, ki nastaja zaradi različnosti med generacijami. To je vsekakor dodana oteževalna okoliščina, ki tudi dandanes ovira tako zadovoljstvo in uspešnost posameznikov kot uspešnost podjetij. To oviro pa lahko ustrezno premagamo z usposabljanjem zaposlenih na področju komunikacije, ki se jo naučijo uspešno prilagoditi različnim generacija in zakonitostim sodobnega časa.

Na izobraževanju za učinkovito medgeneracijsko komunikacijo se bodo udeleženci naučili, kako je lahko sodelovanje različnih generacij na delovnem mestu ne le možno, temveč celo spodbudno, učinkovito in zelo uspešno, čeprav ne nujno vedno lahko. A v vsakem primeru je vredno, saj uspešno medgeneracijsko sodelovanje lahko prinese inovativne rešitve, ki prinesejo boljše prihodnost.

Nenazadnje svet poganja dobra in uravnotežena naveza med izkušenimi starejšimi in zagnanimi mladimi.

ORGANIZACIJA IN PLAN PREHRANE NA DELOVNEM MESTU



4 ključne napake, ki nam kradejo energijo:

- Pomanjkanje uravnavanja stresa na dnevni bazi!
- Sedeč življenjski slog!
- Ignoriranje svojega prebavnega sistema!
- Nenehno primerjanje z drugimi in lovljenje popolnosti!

Spoznajte ključne napake, ki jih počnemo prav vsi, in to dnevno. Kam nas to na dolgi rok pelje in kakšna je rešitev? V sklopu delavnice boste izvedeli enostavne trike in nasvete, kako kljub pomanjkanju časa enostavno poskrbimo zase in s tem napolnimo svoj akumulator s pozitivno energijo.

Združitev dveh delavnic v eno z namenom, da sodelujoči res dobijo vse informacije, navodila in se tudi poizkusijo v praksi. Tretjino časa bomo namenili teoriji, dve tretjine pa praksi!

1. DEL: Jej za uspeh in vitalnost
Udeleženci prejmejo kopico napotkov, hitrih receptov in seznam živil, primernih prav za obdobje, v katerem se nahajamo (letni čas). Hkrati se dotaknemo tudi pomena upoštevanja razlik med spoloma, starostjo in načinom življenja, ki ga živimo.

2. DEL: Planiranje vitalnih obrokov na delovnem mestu

Lotili se bomo enostavnih trikov, ki bodo udeležencem olajšali sestavljanje, planiranje in organiziranje obrokov. Od sestave nakupovalnega seznama, organiziranja živil v hladilniku / shrambi in predpriprave posameznih živil. Skupaj se bomo lotili tudi priprave hitrih in hranilnih malic (Vitalni kruhki – Namazi – Solatke – Energetske juhice – Rižotke – Smoothiji za na pot) . Točno vsebino in recepte, ki jih izvedemo v praksi uskladimo glede na pogoje in želje naročnika.

DIGITALNE KOMPETENCE

Naše delavnice bodo pripomogle k samozavestni in kritični rabi digitalne tehnologije vaših zaposlenih za pridobivanje in izmenjavo informacij, komunikacijo in reševanje osnovnih problemov na vseh življenjskih področjih.

- **Delavnice za razvoj digitalnih kompetenc:**
Excel, Word, PPT, Outlook

Od samega začetka prihoda računalnikov v domače okolje ter okolje srednjih in manjših podjetij se je kazala potreba po pisarniških programih, ki bi uporabnikom omogočali izdelavo digitalnih in papirnih dokumentov. Zelo zgodaj so se razvili tudi programi, ki omogočajo preračunavanje bolj ali manj kompleksnih kalkulacij v tabelarni obliki.

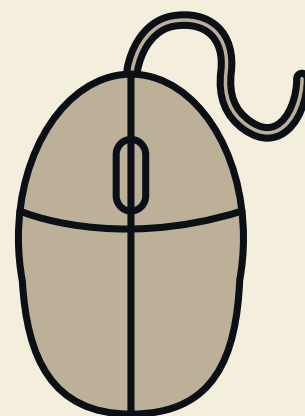
Urejevalniki besedil

Spoznali bomo, kako z urejevalniki besedil delati bolj suvereno in učinkovito. Delavnice bodo prilagojene skupini ter posameznikom v njej, pogledali pa si bomo vse od osnov označevanja in oblikovanja besedil, pa vse do nivoja,

potrebnega za izdelavo daljšega dokumenta, oblikovanega v skladu s kriteriji, ki veljajo za diplomska dela. Oštevilčevanje strani v različnih odsekih, avtomatska izdelava kazal z uporabo slogov, uporaba tipskih pisem, vse to in še več si bomo skupaj pogledali v delavnici urejevalnikov besedil.

Preglednice

Pri delu s preglednicami se marsikdo ustavi že pri prvih korakih. Program se navidezno ne obnaša tako, kot bi se moral, vse zgloda tako zelo kaotično in komplicirano. Pa vendar so preglednice lahko naš najboljši prijatelj. Z njimi lahko ne le preračunavamo podatke, temveč nam omogočajo, da si jih z različnimi načini vizualizacije ogledamo in jih morda spoznamo v drugačni luči. S tem iz surovih podatkov lahko izvlečemo koristne informacije, ki pripomorejo k našemu uspehu. Razlog za strah je ponavadi v nepoznavanju osnov delovanja preglednic. Zato se bomo skupaj sprehodili skozi nekatere osnovne možnosti programa, kot so načini vnosa in urejanja podatkov, matematične in besedilne funkcije, grafi.



Na kratko se bomo dotaknili tudi interpretacije podatkov ter pasti, v katere se lahko ujamemo. Predvsem pa bo cilj delavnice pregnati strah, in vzbuditi zanimanje za iskanje različnih podob sveta, ki se skrivajo v podatkih.

Programi za predstavitve

Oboroženi z znanjem urejevalnikov besedil ter preglednic se bomo spopadli z naslednjim izzivom: predstavitvami. Ta delavnica bo praktično usmerjena. Seveda si bomo pogledali funkcije, ki nam jih omogočajo programi namenjeni predstavitvam. Vendar pa bomo šli dalje in si tudi praktično pogledali, kako narediti dobro predstavitev za ciljno publiko. Preizkusili se bomo v govornih spretnostih, se naučili, kako jih s pomočjo programa podpreti z vizualnimi vsebinami in končno prepričati publiko.

Elektronska pošta

je eden izmed prvih programov, ki so se razvili skupaj z internetom, pa hkrati eden kasnejših, ki so se pojavili v pisarniških paketih.

Čeprav elektronska pošta dobiva vse močnejšo konkurenco s strani drugih načinov digitalnega komuniciranja, je kljub vsemu še vedno eden od stebrov komuniciranja, še posebej v poslovnem svetu.

Delavnice za uspešno uporabo aplikacij Zoom in MS Teams

Aplikaciji MS Teams ter Zoom sta predvsem v času koronavirusa izjemno pridobila na pomembnosti. Poskusi videokonferenčnih programov segajo že vsaj dve desetletji nazaj, pa vendar jih verjetno nikoli v preteklosti ni uporabljal tako velik delež uporabnikov interneta. Programa si bomo pogledali ne le iz stališča uporabnika, temveč tudi iz zornega kota organizatorja dogodka.

Poigrali se bomo z integracijo videokonferenčnih programov z brezplačnim programom OBS Studio, ki nam omogoča pripraviti Zoom ter MS Teams prezentacije in predavanja veliko bolj zanimiva z uporabo virtualnih kamer, dela z večimi kamerami, besedilom na zaslonu, in podobno.

DIGITALNE KOMPETENCE

Cilji delavnic: zaposleni spoznajo osnove informacijsko komunikacijske tehnologije, tako da znajo samostojno uporabljati uporabniške programe.

- **Varnost in reševanje težav**

Internet: neskončni, globalni prostor priložnosti. Za nakupe, za služenje denarja. Trgovina, ki se nikoli ne zapre. Vedno v akciji. Kakor so tudi prevaranti na internetu. Le-ti nenehno prežijo na nedolžne žrtve in pri tem uporabljajo najnovejša tehnična in psihološka spoznanja. Naša nevednost, naivnost in pohlep so njihovi glavni aduti. Nihče ni popolnoma varen. Njihov cilj ni samo denar. Zanje ima vrednost tudi naša identiteta, navade, osebni podatki. Pa vendar si lahko pomagamo. Morda se navadni smrtniki ne moremo boriti proti kiberterorizmu, a z dobro mero zdravega razuma, lahko preprečimo marsikatero prevaro.

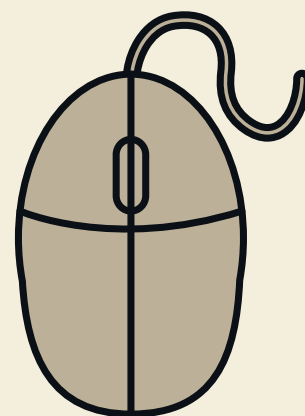
Cilji delavnice:

Spoznali bomo nekatera pravila varnega obnašanja na internetu, kako prepoznati nevarnosti in se jim ogniti.

- **Komuniciranje in sodelovanje**

Od pradavnine ljudje uporabljamo različne tehnologije komuniciranja, s katerimi presegamo svoje telesne omejitve. Te tehnologije nam omogočajo, da s svojo komunikacijo prehajamo prostor in čas. Kot način prenašanja pridobljenih izkušenj iz generacijo v generacijo je ključna za razvoj kulture in s tem človeške vrste kot celote.

Naj si gre za pogovor med vnučki in otroki, med prijatelji, komunikacijo med sodelavci, ali poslovnimi partnerji, ali popolnimi neznanci na drugem koncu sveta, nam sodobna tehnologija odpira neslutene možnosti komunikacije. Če so še pred nekaj leti bili vrhunec internetne komunikacije elektronska pošta in forumi, se danes dnevno pojavljajo (pa tudi izginjajo) nova socialna omrežja, orodja za sodelovanje med poslovnimi partnerji, nove vsebine.



Predvsem v zadnjih dveh letih se je izkazalo, da so ob spoštovanju določenih pravil etikete mogoča celo video predavanja in konference z na stotine udeleženci. Mnogo ljudi dnevne novice išče na socialnih omrežjih.

Cilji delavnice

Poznavanje različnih sodobnih načinov komuniciranja nam omogoča ohranjanje in ustvarjanje novih stikov, je vir zabave in znanja, ob upoštevanju nekaterih pasti in nevarnosti nam lahko bistveno izboljša kvaliteto življenja.

- **Informacijska pismenost**

Na začetku 21. stoletja vsekakor živimo v informacijski družbi. Zavedati pa se moramo, da čeprav informatizacija in digitalizacija vplivata na slehernega izmed nas, so za enakopravno sodelovanje v informacijski družbi potrebne določena znanja in kompetence. Mnogi mislijo, da je informacijska pismenost domena mladih. Morda celo moških. Pa vendar še zdaleč ni tako!

Glavni stebri, na katerih sloni informacijska pismenost so radovednost, odprtost, kritična misel ter zdrav razum. In te lastnosti najdemo pri sleherniku, ne glede na starost in spol.

Aktivni član informacijske družbe torej ni tisti, ki »zna internet«, temveč tisti, ki je radoveden in se ne sprijazni s svojo nevednostjo, temveč mu je samoumevno, da potrebne podatke, informacije in znanje poišče, ovrednoti in koristno uporabi. Morda jih celo ustvarja in deli z drugimi. Ob vsej množici dostopnih podatkov je tako zelo pomembno, da znamo poiskati tisto, kar iščemo. Pri tem je potreben razmislek, kako sploh zastaviti pravo vprašanje. Katere ključne besede in besedne zveze uporabiti. Kako odstraniti / filtrirati tiste informacije, ki nas vodijo v napačno smer. Hkrati pa moramo znati informacije tudi ustrezno ovrednotiti. Potrebno je namreč vedeti, da vse, kar piše na internetu, ni nujno res.

Cilji delavnice

Naučiti se učinkovito in usmerjeno iskati, vrednotiti in razumeti informacije.

IZOBRAŽEVANJE PRODAJALCEV IN VODITELJEV KLJUČNIH KUPCEV (KEY ACCOUNT MANAGERJEV)

PRODAJNO POGAJANJE

Usposabljanja bodo prilagojena ravni dosedanjega znanja in izkušenj ter področju prodaje. Treningi so primerni tako za začetnike v prodaji kot tudi za izkušene prodajalce.

Ravno tako lahko usposabljanja prilagajamo glede na način in področje prodaje.

TEMATSKE USMERITVE PROGRAMA

- Prodajne veščine in kompetence dobrega prodajalca
- Telefonska komunikacija s klienti in dogovarjanje sestankov
- Prezentacijske veščine v prodaji
- Uspešna komunikacija s ključnimi kupci
- Prodajno pogajanje
- Prodajna prezentacija pred večjim številom klientov
- Delo s težkim kupci in reševanje reklamacij
- Psihologija v prodaji in upravljanje s ponudbami

Cilj seminarja je usposabljanje key account managerjev na področju pogajanja v prodaji ter implementacija novih veščin v vsakodnevno prakso.

Vsebina treninga:

-
- Pogajanje je...
- Elementi pogajanja
- Vrste in oblike pogajanja
- Pogajalski stili: "mehki" stil, "trdi" stil, "načelni" stil
- Priprava je najpomembnejša
- Indeksiranje ciljev
- Definirajte pozicije, definirajte BATNA
- Pogajalske taktike
- 4Q: kje se pogajati. Kdo odpira, katero strategijo izbrati, kako visoko odpreti?
- Taktike trikov
- Izmenjava koncesij
- Revizija deseženega
- Priprava – planiranje pogajanj
- Osebni akcijski plan
- Pogajanje – vaja
- Analiza vaje
- Predlogi za izboljšanje pristopov

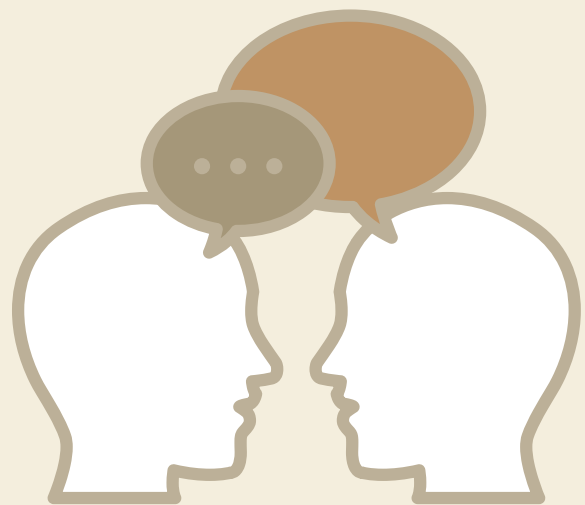
Trajanje – 2 dni (2x po 8 šolskih ur)

USPEŠNA KOMUNIKACIJA S KLJUČNIMI KUPCI

Cilj seminarja je izobraziti prodajno ekipo na področju komunikacije s ključnimi kupci s poudarkom na vzdrževanju uspešnih poslovnih odnosov.

Vsebina treninga:

- Komunikacija kot orodje za dvigovanje vrednosti izdelka / ponudbe
- Komunikacija in percepcija
- ARK in razvijanje odnosov s kupci
- Verbalna in neverbalna komunikacija
- D.I.S.C. metoda za prepoznavanje komunikacijskega stila klienta
- D.I.S.C. test- na kakšen način mi sprejemamo in podajamo informacije?
- 4 tipi oseb po D.I.S.C. modelu- kako komunicirati z njimi?
- Kako komunicira moj kupec- prepoznavanje komunikacijskega stila
- Vloga zrcalnih nevronov (Mirror Neurons) v komunikaciji
- Efekt zrcaljenja v prodaji
- Tehnika Stanislavski v prodajnem nastopu
- Kalibriranje ali „kako prebrati stanje kupca“
- Metaprogrami v komunikaciji s kupci
- Osebe direktnega in strateškega pristopa
- Osebe podobnosti in razlike
- Kakšna oseba sem jaz (test)?
- Kakšna oseba je moj kupec?
- Vaje – prepoznavanje komunikacijskega stila in prilagajanje komunikacije klientu



PRODAJNA PREZENTACIJA PRED VEČJIM ŠTEVILOM STRANK

Vaje: prezentacije snemanje s kamero, analiza posnetkov, predlogi za izboljšanje pristopov.

Cilj seminarja je usposabljanje key account managerjev na področju strukture prezentacije, tehnik zmanjšanja stresa pred začetkom prezentacije in kontrole pozornosti publike, s ciljem učinkovite komunikacije ključnih sporočil.

Vsebina treninga:

- Priprava prezentacije
- Definiranje ključnih sporočil in informacij
- Struktura prezentacije
- Določanje "timinga" za določene teme in poglavja
- Določanje števila prosojnic
- Določanje ključnih vizualnih elementov (logo podjetja, izdelek, drugi vizualni elementi v funkciji vzdrževanja pozornosti, ustvarjanja občutka vsebinske orientacije in izboljšanja pomnjenja pomembnih informacij)
- Odločitev o uporabi dodatnih gradiv
- Izdelava prosojnic
- Odnos vizualnih elementov in vsebine
- Pozicioniranje vizualnih elementov
- Princip 7 +/- 2

- Kaj pred prezentacijo?
- Razvijanje odnosa s slušatelji
- Zbiranje pomembnih informacij
- Dvig samozavesti pred prezentacijo
- Uvod v prezentacijo, pozdrav
- 'Mind opener'
- Prepoznavanje in ustvarjanje »zaveznikov« v občinstvu
- Principi vzdrževanja pozornosti in vzbujanja interesa slušateljev
- Razvijanje občutka – sledim ti, vem, kaj mi govoriš
- 'Step by step' podajanje informacij
- Napoved vsebin in povzetek ključnih sporočil
- Dinamika glasu
- Neverbalna komunikacija v prezentaciji
- Kako pomembna je neverbalna komunikacija

Kaj v situacijah:

.... nerodnih vprašanj in provokacij,
... slušateljev, ki prihajajo in odhajajo,
... tehničnih problemov ali problemov s predstavitvijo,
... ko je na razpolago manj časa, kot smo planirali.

DELO S TEŽKIMI KUPCI IN REŠEVANJE REKLAMACIJ

Cilj seminarja je spoznati orodja za zelo zahtevne kupce in jih usposobiti glede pravih načinov reševanja reklamacij in vplivu teh veščin na zadovoljstvo kupca.

Vsebine treninga:

- »Težki« kupci in »lahki« kupci
- Način in situacije uporabe komunikacije v prodaji
- Pregled stilov komunikacije – agresiven, asertiven, pasiven
- Test – kakšen je moj pristop v komunikaciji (določanje stila komunikacije)
- Prednosti in pomanjkljivosti vsakega izmed stilov komunikacije
- Učenje prepoznavanja stilov komunikacije
- Učenje ustvarjanja asertivnih stavkov
- Sprememba agresivnih in pasivnih sporočil v asertivne
- 15 vsakodnevnih situacij – kako odgovoriti z asertivno komunikacijo
- Kakšen vtis bi morali pustiti na kupca v primeru reklamacije?
- Po čemu bi radi, da vas se klient spominja?

- Koraki procesa uspešnega prepričevanja
- Recept za reševanje ugovorov / reklamacije v petih korakih
- Prevzemanje kontrole v komunikaciji – "pozitivne alternative"
- Prevzemanje kontrole v komunikaciji – "pozitivno protivprašanje"
- Prevzemanje kontrole v komunikaciji – "pogojni pristanek"
- Osnovni principi reševanja reklamacij po telefonu
- Komunikacijski skript za reševanje reklamacij v osebem razgovoru in po telefonu



PSIHOLOGIJA V PRODAJI IN UPRAVLJANJE S PONUDBAMI

Cilj seminarja je poglobitev v psihološke principe na katerih temeljijo uspešni prodajni pristopi, o načelih upravljanja s ponodbami ter implementacija teh principov v vsakdanji prodajni praksi.

Vsebine treninga:

- Proaktiven pristop pri upravljanju vsebin ponudb
- Motivacija kupcev
- Koncept odpovedovanja
- Koncept dobička
- Struktura ponudbe skozi koristi – koncept WIIFM?
- Koncepti upravljanja s ponodbami
- Komunikacijsko vplivanje in kontrola
- Upravljanje s ponodbami kot orodje za vzpostavljanje kontakta s kupcem
- Upravljanje s ponudbo s ciljem krepitev ponudbe
- Cross-sell in up-sell skozi vsebine ponudbe
- Tips&Tricks v razvijanju ponudb
- Upravljanje z vsebinami ponudb kot element pogajanja



POSLOVNE SIMULACIJE

Z našimi delavnicami izberete metodo, ki je lahko uporabljena za preoblikovanje dela, ki ga opravljate s svojo ekipo v pravo izkušnjo, ki poudarja prenos znanja v realni svet. Naša orodja za trening so interaktivne narave. To pomeni, da v ospredje pridejo avtentični procesi znotraj neke skupine (ekipe).

V varnem okolju, brez vsakodnevnih napetosti, udeleženci obvladajo zahtevno nalogo skozi učinkovito komuniciranje med seboj. Učna orodja prevedejo učno vsebino in teorijo doživetja čutov. Učenje skozi delo pomeni videti, slišati in čutiti – učiti se za resnični svet.

Po nevrobioloških raziskavah ljudje potrebujejo "ognjemet" v možganih, želijo si možnost za učenje in pridobitev znanja z različnih položajev; včasih iz tega, da so popolnoma vrženi v akcijo, včasih pa le kot zunanji opazovalec, ki daje povratne informacije. Vsako orodje, vsako učno metodo je mogoče po predhodnem dogovoru prilagoditi najrazličnejšim skupinam in temam. Učne metode poslovne simulacije ustvarjajo nove, spontane, presenetljive perspektive in trenutke »ko posveti žarnica«. Ti pa omogočajo pojav skritih kompetenc članov ekipe in razmislek o razvoju novih pristopov k ustaljenim praksam vaše organizacije in zaposlenih. Po vsaki končani igri se nameni čas za debato in diskusijo o tem, kako so te situacije podobne tistim pri delu. Zelo pomembna je ustvarjalnost posameznika, ki se kaže pri načinih reševanja problemov, zlasti pri iskanju novih rešitev!



PREDAVATELJI



METKA GLAS

Njena strast je delo z ljudmi in razvijanje njihovih potencialov. Z vodenjem timov se ukvarja že 20 let. Več kot 10 let je uspešno skrbela za blagovno znamko Kosmodisk in mednarodni tim na 25+ trgih, postavila in vodila tim za zaščito blagovnih znamk, interno akademijo za direktni marketing, od leta 2014 pa je skrbela za izobraževanje in razvoj zaposlenih v podjetju Studio Moderna. V sklopu tega je nastal program mentorstva, petkovi kreativni zajtrki in zajtrki reinoviranja.

V zadnjem času se aktivneje posveča coachingu (individualnem in skupinskem po metodah NLP), različnim programom reinoviranja za posameznike in podjetja ter razvoju vodij skozi kombinacijo treningov, mentorstva in coachinga. Je tudi certificiran trener Chief Reinvention Praktik po programu Chief Reinvention Officer dr. Nadyje Zhexembayjeve in med ustanovnimi člani Stellar Reinvention kluba.

DR. MATJAŽ POLAK

Matjaž Polak je doktor kemijskih znanosti in magister ekonomskih znanosti. Je poslovni svetovalec in mentor veččin vodenja. Svojo kariero je začel na Kemijskem inštitutu kot raziskovalec na področju fizikalne biokemije. Po

zagovoru doktorata v letu 2000 se je zaposlil na Georgia Institute of Technology v Atlanti, ZDA. Leta 2002 se je vrnil na Kemijski inštitut, kjer je bil član Upravnega odbora in svetovalec direktorja za sodelovanje z gospodarstvom. Leta 2005 je v Leku postal vodja raziskovalnega laboratorija, od leta 2007 pa je vodil Lekova lansiranja novih izdelkov po celem svetu. V letu 2010 je postal direktor EN-FIST centra odličnosti in ustanovil svetovalno podjetje na področju vodenja podjetij in optimizacij oskrbnih verig. Leta 2013 je na povabilo ene izmed svojih strank postal izvršni direktor SCM v skupini Helios, leto kasneje pa pod okriljem novih lastnikov Heliosa tudi direktor Heliosovega največjega podjetja TBLUS s 750 zaposlenimi in 200 M€ letne prodaje. Svojim strankam uspešno svetuje in jih uči na področjih med-funkcijske in medpodjetne

komunikacije, optimizacije poslovnih procesov, učinkovitosti oskrbnih verig in splošne organizacijske učinkovitosti in produktivnosti. Svetuje tako majhnim podjetjem, kot tudi mednarodnim korporacijam.



PREDAVATELJI



MILAN VUJASINOVIČ

Milan Vujasinovič je vodja projektov na Inštitutu za neuro-lingvistično programiranje. Ima bogate izkušnje na področju uporabe neuro-lingvističnega programiranja v poslovnem svetu.

Poleg NLP praktika, NLP mojstra in vrste ostalih NLP programov (uporaba metafor, metaprogrami,... ki jih je opravil pri predavateljih kot so dr. John Grinder, dr. Richard Bandler, dr. Stephen Gilligan, mag. Bert Feustel, Anthony Robbins,...) je uspešno opravil štiri treninge za NLP trenerja:

- trening za New Code NLP trenerja,
- trening za NLP trenerja,
- trening za NLP trenerja po INLPTA programu,
- trening za NLP trenerja po programu IANLP in Society of NLP.

Zaključil je izobraževanje za NLP coacha po INLPTA programu (program so vodili mag. Bert Feustel in Franz Huetter).

Opravil je izobraževanje za NLP coacha po International NLP Coach programu (trening so vodili in certificirali dr. John Grinder, Carmen Bostic St. Clair in Andrea Frausin). Edini v sloveniji je zaključil izobraževanje za najvišjo stopnjo v NLP-ju, izobraževanje za NLP mojster trenerja oziroma za NLP trenerja trenerjev (trening sta vodila dr. Wyatt Woodsmall in mag. Bert Feustel).

IGOR VUJASINOVIČ

Igor Vujasinovič je strokovnjak za prodajo. Dela v Sloveniji in na Hrvaškem. Skozi svojo kariero se je aktivno spoznal z vsemi oblikami prodaje. Šel je skozi vse nivoje v razvoju kariere, od prodajnega zastopnika, do vodje prodajnega tima, od direktorja prodaje do izvršnega direktorja. Kot svetovalec je sodeloval s podjetji v različnih vejah industrije in storitev: od zavarovalništva in marketinških oddelkov TV hiš do pohištvene industrije, kemične industrije, farmacije ... Pri delu je usmerjen na rezultate in praktično uporabo pridobljenih znanj in veščin. V poslovnem svetu so močno odmevali njegovi projekti na področju izboljšanja obstoječih in razvoja novih kanalov distribucije v podjetjih. Do sedaj je, kot svetovalec za potrebe različnih podjetij, po sistemu 'ključ v roke', postavil osem klicnih centrov (npr. za podjetje Croatia osiguranje je postavil kontakt center in vodil implementacijo CRM strategij v poslovanje podjetja). Vodil je standardizacijo prodajnih funkcij v podjetju Prima Commerce in Elgrad.



PREDAVATELJI



VESNA JESIH

Od leta 2004 do leta 2017 je opravljala delo koordinatorice za odnose z javnostmi in družbene dejavnosti ter bila zadolžena za protokol v kabinetu župana v Občini Trbovlje. Nato je dve leti delala kot koordinatorica za kulturne projekte in komuniciranje v Zavodu za kulturo Delavski dom Trbovlje. Dobre komunikacijske kompetence je pridobivala skozi čas šolanja in študentsko delo, kar pa je še okrepila na delovnem mestu koordinatorice za odnose z javnostmi. Kot zadolžena oseba za protokol je sodelovala pri več obiskih Vlade RS v občini ter pri desetinah prireditvah, ki so zaradi visokih gostov zahtevale poseben protokol. Pri svojem delu je večkrat javno nastopala (vodenje novinarskih konferenc, dogodkov, odprtij, ...). V Poslovno izobraževalnem centru JD je kompetence s področja komunikacije z novim področjem dela in novim okoljem okrepila, pri tem pa tudi pridobila stik z realnim gospodarskim sektorjem ter pravili poslovnega bontona v njem. Udeležila se je tudi treninga NLP - nevrolingvističnega programiranja, kjer je dosegla naziv Praktik NLP.

ANDREJ UDUČ

Andrej Uduč je univerziteni diplomirani sociolog analitsko teoretske smeri z odličnim poznavanjem računalništva, pridobljenim skozi dolgoletne izkušnje, deloma tudi skozi formalno izobraževanje. Ima odlično poznavanje Microsoft Office paketa (opravljen ECDL start certifikat), dolgoletne delovne izkušnje s poučevanjem računalništva, fotografije. Ob tem pozna osnove baz podatkov, ima delovne izkušnje z uporabo statističnega paketa SPSS ter večletne izkušnje z uporabo interneta, projektiranjem, oblikovanjem in izdelavo spletnih strani. Njegove izkušnje segajo tudi na področje izdelave materialov za e-učenje na različnih platformah, dobro pozna področje informatike v podjetjih in ima praktične izkušnje z uporabo programov za grafično oblikovanje ter video produkcijo. Svoje retorične spretnosti in predavateljske sposobnosti pokaže na vsaki izvedeni delavnici za različne organizacije in podjetja, vedno se pokaže tudi njegova zmožnost empatije, katero je posebej potreboval pri delu z brezposelnimi. Andrej ima bogata znanja iz ustvarjanja novomedijske, video in fotografske umetniške produkcije. S študijem je pridobil znanje iz najširšega družboslovnega področja, pri čemer je večji poudarek pri izbiri predmetov namenil metodologiji ter predmetom iz področja informatike, kar sedaj s pridom uporablja pri svojih predavanjih in tečajih.



REFERENCE:

Ustvarjamo inovativne timske izkušnje, ki povezujejo in motivirajo zaposlene. Zato nam razvoj svojih kadrov zaupajo že mnogi.

NLB D. D.
DIAGNOSTIČNI CENTER BLED D. O. O.
HALCOM D. D.
SPARKASSE D. D.
TELEKOM D. D.
BIT HOTEL
A COSMOS D. D.
A 1 D. D.
SIGR D. O. O.
EDIT D. O. O.
DOMEL D. D.
C&G D. O. O.
KOMUNALA TRBOVLJE D. O. O.
SPIRIT AGENCIJA
KNAUF INSULATION D. O. O.
SBERBANK BANKA D. D.
TELEMACH D. O. O.
TAPRO TRGOVINA D.O.O.
PERUTNINA PTUJ D. O. O.
NOVARTIS INC.
SOS SEJEMSKÉ REŠITVE D. O. O.
KLANČAR ŽERJAVI D. O. O.
GENERALI ZAVAROVALNICA D. D.

IN MNOGI DRUGI...



POSLOVNO
IZOBRAŽEVALNI
CENTER JD

KONTAKTNI PODATKI

ZA VEČ INFORMACIJ SMO VAM Z VESELJEM NA VOLJO.

POSLOVNO IZOBRAŽEVALNI CENTER JD

040 424 058
051 356 893
INFO@PICJD.SI

WWW.TEAMUP-DOGODKI.SI