Specifikace předmětu plnění

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Vzdělávací kurz** | **Cílová skupina** | **Počet účastníků** | **Počet skupin** | **Kurz / uzavřený či otevřený**  | **Rozsah školení na 1 skupinu v hod.** | **Rozsah školení celkem za všechny skupiny v hod.** |
|
| **Time Management** | vedoucí provozoven, zástupci vedoucích, obchodní referenti, obchodní zástupci | 48 | 4 | uzavřený | 8 | 32 |
| **Konfliktní situace, stres a jeho odstraňování** | vedoucí provozoven, zástupci vedoucích, obchodní referenti, obchodní zástupci | 47 | 4 | uzavřený | 16 | 64 |
| **Psychologie v obchodě, osobnostní psychologie zákazníka** | vedoucí provozoven, zástupci vedoucích, obchodní referenti, obchodní zástupci | 40 | 4 | uzavřený | 8 | 32 |
| **Obchodní dovednosti** | vedoucí provozoven, zástupci vedoucích, obchodní referenti | 33 | 3 | uzavřený | 8 | 24 |
| **Efektivní komunikace, komunikace v obtížných situacích** | zástupci vedoucích, obchodní referenti, obchodní zástupci | 29 | 3 | uzavřený | 8 | 24 |
| **Vedení a hodnocení zaměstnanců** | vedoucí provozoven | 17 | 2 | uzavřený | 8 | 16 |
| **Obchodní jednání** | obchodní zástupci | 7 | 1 | uzavřený | 8 | 8 |
| **Management a vedení lidí a motivace zaměstnanců** | vedení | 3 | 1 | otevřený či uzavřený | 8 | 8 |
| **Efektivní delegování** | vedení | 2 | 1 | otevřený či uzavřený | 8 | 8 |
| **Zvyšování výkonnosti** | vedení | 2 | 1 | otevřený či uzavřený | 8 | 8 |
| **Kreativní metody v řízení** | vedení | 1 | 1 | otevřený či uzavřený | 8 | 8 |
| **Řízení a vedení změn v organizaci** | vedení | 1 | 1 | otevřený či uzavřený | 8 | 8 |
| **Strategický controlling** | vedení | 1 | 1 | otevřený či uzavřený | 8 | 8 |
| **Marketingový a komunikační mix** | vedení | 1 | 1 | otevřený či uzavřený | 8 | 8 |
| **Školení internetového marketingu** | vedení | 1 | 1 | otevřený či uzavřený | 8 | 8 |

Time management

Obsah kurzu

* Sebepoznání – jak využívám svůj čas – co to znamená být efektivní
* Zloději času – vnější/vnitřní faktory, kroky k jejich odstranění
* Stanovení priorit, rozlišení úkolů z hlediska naléhavosti a důležitosti
* Plánování dne, týdne, dlouhodobých úkolů
* Definování cílů jako předpokladu efektivity, práce s energií
* Organizace práce – pracovní stůl a zvládnutí papíru, využití telefonu a emailu
* Respektování biorytmu při plánování dne
* Metody efektivního využití času
* Stanovení cílů metodou S.M.A.R.T.
* Time management III. Generace
* Time management IV. Generace
* Regenerace sil a energie

Konfliktní situace, stres a jeho odstraňování

Obsah kurzu:

1. část
* Vnější a vnitřní příčiny stresu
* Stupně stresu
* Náchylnost na stresové reakce
* Stres v každodenním životě
* Vliv stresu na naše zdraví
* Typologie stresu
* Pozitivní a negativní stres
* Stresor - spouštěč stresu
* Jak stresu předcházet
* Vliv stresu na výkonnost
* Stravovací režim
* Stres-management
* Techniky zvládání stresu
* Jak stres uvolňovat
* Typy jak zatočit se stresem
1. Část
* Konfliktní situace
* Předcházení konfliktům
* Konfliktní typy lidí
* Návod na zvládání konfliktů
* Jak nás ovlivňují emoce?
* Řešení problémových situací
* Duševní hygiena
* Relaxace a uvolňovací cvičení
* Obranné mechanismy organismu
* Řešení modelových situací
* Řešení konkrétních situací z praxe

Psychologie v obchodě, osobnostní typologie zákazníka

Obsah kurzu:

* Psychologie v obchodní praxi
* Psychologie zákazníka/klienta
* Empatie, vcítění se do klienta
* Aktivní naslouchání
* Přizpůsobení argumentace typu klienta
* Jak pracovat s „kouzelnými slovíčky“
* Charakteristika jednotlivých typů zákazníků – jak s daným typem komunikovat (verbální a neverbální komunikace)
* Cílová skupina mých produktů a služeb
* Motivace zákazníka podle typů (osobnostní typologie)
* Komunikace, argumentace a prezentace nabídky s ohledem na typ zákazníka
* Práce s námitkami podle typologie zákazníka
* Reakce na nepříjemné dotazy
* Příklady z praxe

Obchodní dovednosti

Obsah kurzu:

* Nastartování obchodního myšlení
* Schopnost vidět příležitosti a výzvy
* Podstata obchodního úspěchu - práce s myšlenkovou mapou
* Probuzení emocionální inteligence
* Analýza silných stránek a obchodního potenciálu
* Nastavení strategie pro získání nových zákazníků
* Působivá obchodní komunikace
* Účinná telekomunikace a emailová komunikace
* Prodejní techniky –AIDA, SPIN …
* Zákaznická péče
* Techniky motivace zákazníka
* Zjišťování hodnot a priorit zákazníka
* Návazná efektivní argumentace
* Techniky ovlivňování potřeb zákazníka
* Persvaze - účinné ovlivňování
* Jak si udržet vztah se zákazníkem
* Praktický nácvik

Efektivní komunikace, komunikace v obtížných situacích

Obsah kurzu:

* Komunikační typy a styly, jak je rozlišíme, jak s nimi efektivně komunikovat
* Komunikační prostředí a jeho budování
* Poskytování a vnímání zpětné vazby, posílení sebejistoty
* Komunikační bariéry a jejich odstraňování
* Nástroje efektivní komunikace
* Zásady správné komunikace, asertivní komunikace a komunikace s obtížnými pracovníky
* Účinná telekomunikace
* Účinná elektronická komunikace
* Dovednost vést partnera k dohodě i v obtížných situacích
* Kratší a přesnější formulace myšlenek
* Přesvědčivější argumentace
* Kvalitnější kladení otázek
* Řešení konfliktních situací a jak jim předcházet
* Komunikace s různými typy lidí
* Komunikace v obtížných situacích
* Získání nadhledu nad komunikací především v těžkých situacích (věcnost vs. emoce), sebevědomí, autorita a schopnost držet rozhovory pod kontrolou

Vedení a hodnocení zaměstnanců

Obsah kurzu:

* Analýza stávajícího stylu vedení, její plusy a mínusy, rizika
* Styly řízení a jak je použít
* Způsoby a nástroje vedení lidí - efektivní způsoby vedení lidí
* Rovnice pracovního výkonu
* Efektivní komunikace s podřízenými
* Stanovování cílů - jak stanovovat a komunikovat cíle
* Ukládání úkolů
* Kontrolování
* Hodnocení a poskytování zpětné vazby
* Motivování - co je to motivace a její vztah k výkonnosti a využívání běžných situací pro motivaci
* Motivace a hodnocení členů týmu – hodnotící pohovory, nastavení systému odměňování, poskytování zpětné vazby
* Jak motivovat a nedemotivovat
* Výběr členů týmu – přijímací pohovory, nábor nových členů
* Adaptační proces – zaškolení nových pracovníků, předávání informací, prezentační dovednosti, efektivní školení, kontrola a poskytování zpětné vazby, vyhodnocení
* Rozvoj a vzdělávání lidí
* Individuální přístup k různým typům lidí
* Příklady z praxe

Obchodní jednání

Obsah kurzu:

* Motivace účastníků k seberozvoji
* Sebeprezentace
* Budování image zaměstnance - obchodníka a firmy jako celku
* Profesionální vystupování, zdravé sebevědomí, oblékání, prohřešky proti etiketě
* Práce s mimikou
* Kdo jsou vaši zákazníci, co je motivuje ke koupi
* Osobnost a role profesionálního obchodníka
* První dojem a jeho význam pro navázání kontaktu se zákazníkem
* Účinné zjišťování potřeb zákazníka
* Co jsou to námitky a proč je má obchodník rád
* Zpracování nestandardních námitek
* Identifikace nákupních signálů
* Základní kroky obchodního jednání
* Příprava na schůzku
* Techniky uzavírání obchodu
* Prodejní techniky
* Následná péče o zákazníka
* Navýšení obchodních výsledků
* Elevator pitch
* Nevšední průběh obchodního jednání
* Vyjednávání o ceně
* Praktický nácvik

Management a vedení lidí, motivace zaměstnanců

Obsah kurzu:

* Analýza stávajícího stylu vedení, její plusy a mínusy, rizika
* Test manažerského stylu
* Efektivní komunikace s podřízenými
* Jak stanovovat a komunikovat cíle jako předpoklad úspěšného vedení
* Identifikace potřeb jednotlivých členů a celého týmu
* Pracovní spokojenost a růst efektivity týmu
* Současné teorie motivace a jejich přístupy
* Za jakých podmínek (ne)funguje motivace
* Jaké motivační potřeby máme
* Jak motivovat a nedemotivovat
* Sebemotivace – co nás motivuje
* Vliv komunikace s nadřízeným na motivaci lidí
* Komunikační dovednosti jako základní nástroj manažera – jak komunikace a předávané informace ovlivňují atmosféru na pracovišti
* Zpětná vazba a hodnocení jako jeden z hlavních nástrojů vedení lidí a jejich motivace
* Podávání zpětné vazby – pochvala – kritika – komplexní, popisná zpětná vazba
* Motivace a hodnocení členů týmu – hodnotící pohovory, nastavení systému odměňování, poskytování zpětné vazby

Efektivní delegování

Obsah kurzů:

* Rozdíly mezi přidělením úkolu a delegováním
* Co delegovat – co ne, podle čeho se rozhodovat
* Styly delegování – jak motivovat lidi při zadávání a plnění úkolů za pomoci několika hlavních stylů – přikazování, přesvědčování, sdílení a delegování pravomocí Výhody delegování
* Bariéry v delegování
* Jak předávat odpovědnost
* Zvyšování důvěry v zaměstnance a osobní zodpovědnost
* Jak motivovat při delegování
* Situační vedení a zadávání úkolů při delegování
* Rozvoj schopností zaměstnanců
* Identifikace klíčových námitek a řešení předvídatelného odporu
* Proces delegování
* Úskalí zpětného delegování
* Rozhodování a delegování v časové tísni
* Nastavení zpětné vazby a kontroly
* Management očekávání

Zvyšování výkonnosti

Obsah kurzu:

* Firemní kultura, hodnoty, vize, poslání – jejich vliv na výkonnost firmy a motivaci
* Vliv prostředí na chování lidí (loajalita, angažovanost, motivace, fluktuace)
* Funkční motivace lidí – kde jsou hranice benefitů
* Zvyšování výkonnosti firmy přes změnu a myšlení lidí
* Informace z praxe – popisy a vysvětlení principů úspěšných projektů
* Kde se v lidech skrývá potenciál k vyšší efektivitě
* Zvládání změn jako konkurenční výhoda
* Manažerské styly – jejich vliv na výkonnost a motivaci lidí (koncepce Grid ® prof. Blakea)
* Návody na správné přístupy k rozvoji lidí a organizace
* Jak rozvíjet lidi, týmy a firmu aby byly vidět výsledky
* Rozdíly mezi vzděláváním a rozvojem firmy
* Správná aplikace koučování, trénování, školení a negativní dopady jejich chybné aplikace

Kreativní metody v řízení

Obsah kurzů:

* Co je kreativita
* Aspekty tvůrčího myšlení
* Pojmenovat vlastní kreativní síly
* Jak je rozvíjet v každodenní praxi
* Jak proměnit stres do tvořivého tlaku
* Překážky tvůrčího myšlení a jak je překonávat
* Využívání tvořivých sil ke změně stereotypů
* Kreativní techniky a jejich praktické vyžití
* Kreativita v týmu - a jak jí vyvolat
* Metody pro podporu kreativity
* Jak zorganizovat čas, aby vznikl prostor pro kreativitu
* Kreativní metody řešení problémových otázek
* Brainstorming, Brainwriting, Synektika, De Bonova metoda
* Další moderní kreativní metody
* Efektivní využití těchto metod
* Jak psát kreativní texty/directmaily?
* Leadership jinak než ho znáte

Řízení a vedení změn v organizaci

Obsah kurzu:

* Změna a její vytváření
* Proces plánování změn (řízení změny, strukturální změny, příčiny potenciálních změn)
* Model řízené změny (strategická analýza, diagnóza, analýza silového pole, vytváření modelu změny, konflikty v organizaci – jejich charakteristiky a možnosti zvládání)
* Poznávat typické reakce na změnu, jak se na ně připravit, případně jak čelit rezistenci.
* Systémová intervenční strategie versus organizační rozvoj (implementace a zhodnocení změn)
* Řízení změny strategie organizace (strategie, základní typy strategií, metodika provedení změny v organizaci)
* Vztahy mezi strategií, organizační architekturou a kulturou organizace
* Případová studie
* Iniciovat a implementovat změny v organizaci tak, aby při jejich zavádění byla zajištěna maximální míra podpory
* Umět aplikovat nástroje, zajišťující úspěšný průběh.
* Připravit komunikační plán pro zaměstnance i management.
* Řídit strategickou úroveň Change Managementu v organizaci
* Kombinovat projektové techniky s řízením změn.
* Řídit tým a facilitovat workshopy

Strategický controlling

Obsah kurzu:

* Význam controllingu pro řízení společnosti
* controlling versus reporting
* Hlavní nástroje strategického controllingu
* Analýza silných a slabých stránek
* Analýza trhu a konkurence
* Analýza strategických potenciálů a mezer (bilance)
* Výstavba strategického controllingu.
* Strategický controlling – návrh stratégie.
* Postup při sestavování controllingových modelů
* Zpracování vstupních dat a jejich rekvalifikace
* Dynamická finanční analýza spidergrafů – strategický finanční controlling
* Metodika řízení pomocí strategických a hlavních finančních cílů
* Stanovení efektivní KPI a zvýšit konkurenceschopnost firmy lepším řízením základních procesů
* Práce se zákaznickým potenciálem pomocí marketingového controllingu Strategická kontrola.
* Strategický a operativní controlling

Marketingový a komunikační mix

Obsah kurzu:

* Marketingová filozofie a terminologie
* Marketingová strategie a marketingové plánování
* Vztah marketingu k dalším činnostem firmy
* Marketingový mix
* Marketingová analýza
* Praktické rady a informace pro organizaci marketingového oddělení
* Modelové situace

Školení internetového marketingu

Obsah kurzu:

* Jak kombinovat internet s tradičními médii (televize, tisk, rádio, outdoor)
* Internetový marketing jako součást komunikačního mixu
* Výkonnostní vs. brandová reklama na internetu
* Analýza klíčových slov - jak zjistíte, které výrazy zákazníci používají, když hledají vaše produkty
* SEO (optimalizace pro vyhledávače) - jak dostat web na přední pozice v přirozeném vyhledávání
* Základní principy pro optimalizace vašeho webu
* On-Page faktory - meta data, obsah na webu
* Off-Page faktory - jak a kde budovat zpětné odkazy (linkbuilding)
* PPC reklama - jak funguje placená reklama ve vyhledávačích
* Systémy Sklik, AdWords, reklama na Facebooku
* Jak nastavit remarketing
* Marketing na sociálních sítích - které sociální sítě jsou vohdné pro vaši společnost?
* Facebook, Instagram, Google+ a Moje firma na Google, Twitter+, Pinterest, LinkedIn
* Jak využít YouTube pro získání více návštěvníků vašeho webu
* Wikipedie - jak dokáže ovlivnit výsledky vyhledávání
* On-line PR
* Jaká témata jsou atraktivní pro novináře?
* Blogy
* Newslettery - jak zaujmout newsletterem, aby neskončil jako spam
* Monitoring internetu a Online Reputation Management - co se o vás povídá?
* Analýza webu pomocí Google Analytics