

PROGRAM WARSZTATÓW

Przygotowanie merytoryczne i techniczne oraz prezentacja oferty biznesowej na spotkaniach b2b

w ramach projektu „Promocja Bioregionu Małopolska (ProBioM-2)“

GODZ.*	WARSZTATY
09:00 - 10:15	<p>CEL OFERTY</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Po co ją piszemy ? ▪ Co chcemy osiągnąć ? ▪ Cel jako główny punkt ofertowania. ▪ Jak „mądrze” ustalać cele przy tworzeniu oferty. ▪ Mapa celów - praca warsztatowa. <p>ADRESAT OFERTY</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analiza potrzeb i oczekiwań: <ul style="list-style-type: none"> ○ co Klient myśli, gdy zaczyna czytać ofertę ? ○ czego poszukuje w treści oferty ? ▪ Co pociąga za sobą oczekiwana przez nas reakcja Klienta ? ▪ Style zachowań klientów: <ul style="list-style-type: none"> ○ jak rozpoznać typ ofertobiorcy ▪ Określanie adresatów oferty - praca warsztatowa.
10:15 - 10:30	PRZERWA
10:30 - 11:45	<p>PIERWSZY SZKIC</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wykaz informacji, które zawrzemy w materiale ofertowym. ▪ Przygotowanie draftu oferty na podstawie dostępnych informacji. ▪ Przygotowanie pierwszego szkicu - praca warsztatowa. <p>WYGLĄD, UKŁAD, FORMAT I STYL</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Odpowiedź na pytania: <ul style="list-style-type: none"> ○ jak ma wyglądać strona graficzna, koperta oraz papier, czyli wszystko co wpływa na sposób w jaki zareaguje odbiorca ▪ Wybór wyglądu, układu i formatu materiałów – praca warsztatowa.
11:45 - 12:00	PRZERWA
12:00 - 13:15	<p>TREŚĆ OFERTY</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cecha / Zaleta / Korzyść: jak najlepiej sprzedać siebie i swój produkt. ▪ Wybieramy: nagłówek firmowy, datę, sygnaturę odbiorcy, dane adresata, nagłówek tematyczny. ▪ Określamy: formę powitania, tekst główny, końcowe pozdrowienie, dane nadawcy, załączniki, format języka, ton oraz długość materiału. ▪ Formułowanie treści oferty – praca warsztatowa. <p>TAKTYKA OFERTY BIZNESOWEJ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jak poruszyć emocje klienta? – taktyka przygotowania oferty. ▪ Wypracowanie zasad skutecznej oferty biznesowej – praca warsztatowa.

* Czas trwania warsztatów: 1 dzień (5 godz. dydaktycznych + przerwy)

PROGRAM WARSZTATÓW

Udział w spotkaniach b2b i negocjowanie opcji i warunków współpracy

w ramach projektu „Promocja Bioregionu Małopolska (ProBioM-2)“

GODZ.*	WARSZTATY
09:00 - 10:15	PROFESJONALNE PRZYGOTOWANIE SPOTKANIA BIZNESOWEGO <ul style="list-style-type: none"> ▪ Psychologia kontaktów interpersonalnych: <ul style="list-style-type: none"> ○ jak rozmawiać z różnymi typami odbiorców komunikatów ? ▪ Analiza bazy klientów: <ul style="list-style-type: none"> ○ analiza klienta i realna ocena potencjalnych zysków (metoda Pareto) ▪ Sposoby efektywnego umawiania spotkań z nowymi i stałymi klientami <ul style="list-style-type: none"> ○ forma telefoniczna, forma pisemna, umawianie spotkań przez pośredników ▪ Czy konieczne jest spotkanie face to face ? <ul style="list-style-type: none"> ○ nowe formy kontaktów biznesowych
10:15 - 10:30	PRZERWA
10:30 - 11:45	SPOTKANIA BIZNESOWE <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ustalenie celu spotkania biznesowego (metoda SMART): <ul style="list-style-type: none"> ○ identyfikacja własnych interesów ▪ Opracowanie wstępnego scenariusza rozmowy: <ul style="list-style-type: none"> ○ przygotowanie pytań handlowych ▪ Etykieta: ubiór i zachowanie w trakcie spotkania. ▪ Początek rozmowy z kontrahentem: <ul style="list-style-type: none"> ○ „small talk”, przełamywanie lodów, ustalanie punktów wspólnych, zdobywanie zaufania ▪ Proces sprzedaży: <ul style="list-style-type: none"> ○ rozmowa z klientem oparta na badaniu potrzeb ▪ Przygotowanie zestawu odpowiedzi na spodziewane uwagi, wymówki i obiekcje rozmówcy, dotyczące naszej oferty.
11:45 - 12:00	PRZERWA
12:00 - 13:15	NEGOCJOWANIE OPCJI I WARUNKÓW WSPÓŁPRACY <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atmosfera rozmowy: <ul style="list-style-type: none"> ○ jak już w pierwszych minutach spotkania budować pozytywne relacje ▪ Techniki zjednywania odbiorców i wzbudzania zaufania: <ul style="list-style-type: none"> ○ zasady wywierania wpływu na ludzi wg Caldiniego ▪ Techniki skupiania i wzbudzania uwagi odbiorców. ▪ Techniki niekonfliktowego angażowania rozmówców w dyskusję. ▪ Podstawowe zasady negocjacyjne w rozmowach biznesowych. ▪ Jak skutecznie negocjować warunki cenowe i obronić wartość swojego produktu lub usługi.

* Czas trwania warsztatów: 1 dzień (5 godz. dydaktycznych + przerwy)

PROGRAM WARSZTATÓW

Marketing i sprzedaż, w tym rozpoznanie i badanie rynków docelowych

w ramach projektu „Promocja Bioregionu Małopolska (ProBioM-2)“

GODZ.*	WARSZTATY
09:00 - 10:15	MARKETING I SPRZEDAŻ <ul style="list-style-type: none"> ▪ Twój pomysł na biznes: <ul style="list-style-type: none"> ○ skąd się wziął i jakie wartości za nim stoją ? ▪ Model CANVAS: <ul style="list-style-type: none"> ○ szablon startowy modelu biznesowego ▪ Czym jest marketing w Twojej firmie i po co go robić ? ▪ Marketing i sprzedaż w małej firmie: <ul style="list-style-type: none"> ○ podstawowe narzędzia i pełne wykorzystanie możliwości
10:15 - 10:30	PRZERWA
10:30 - 11:45	PLAN MARKETINGOWY <ul style="list-style-type: none"> ▪ Czym jest plan marketingowy ? ▪ Po co tworzyć plan marketingowy ? ▪ Etapy tworzenia planu marketingowego.
11:45 - 12:00	PRZERWA
12:00 - 13:15	ELEMENTY PLANU MARKETINGOWEGO <ul style="list-style-type: none"> ▪ Streszczenie planu marketingowego: <ul style="list-style-type: none"> ○ opcja dla odbiorcy ▪ Analiza sytuacji: <ul style="list-style-type: none"> ○ analiza SWOT ○ analiza i badanie rynków docelowych ▪ Cele marketingowe. ▪ Strategia marketingowa. ▪ Harmonogram realizacji. ▪ Budżet planu marketingowego. ▪ Procedury kontrolne i aktualizacyjne.

* Czas trwania warsztatów: 1 dzień (5 godz. dydaktycznych + przerwy)

PROGRAM WARSZTATÓW

Efektywne prezentacje oferty na scenie (StartUp pitching)

w ramach projektu „Promocja Bioregionu Małopolska (ProBioM-2)“

GODZ.*	WARSZTATY
09:00 - 10:15	<p>WSTĘP DO KOMUNIKACJI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wstęp do komunikacji: <ul style="list-style-type: none"> ○ elementy procesu ○ ewolucja komunikacji ▪ Psychologiczne aspekty komunikacji: <ul style="list-style-type: none"> ○ jak działa ludzka psychika ▪ Sposoby wywierania wpływu. <p>MOJE MOCNE STRONY</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nawiązanie i utrzymanie kontaktu ze słuchaczami na poziomie werbalnym i niewerbalnym: <ul style="list-style-type: none"> ○ kontakt wzrokowy ○ mowa ciała ○ zadawanie pytań ○ potwierdzanie ○ zbieranie informacji ▪ Postawa proaktywna w autoprezentacji.
10:15 - 10:30	PRZERWA
10:30 - 11:45	<p>STORYTELLING</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Storytelling: <ul style="list-style-type: none"> ○ jak angażować odbiorców dzięki opowiadaniu historii ? ▪ Jak opracować dobrą historię ? ▪ Value Proposition. <p>PRZYGOTOWANIE PREZENTACJI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Przygotowanie prezentacji - warstwa treści. ▪ Przygotowanie prezentacji - warstwa struktury. ▪ Przygotowanie prezentacji - warstwa wizualna. ▪ Najlepsze praktyki i triki w przygotowaniu prezentacji. ▪ Konstruowanie komunikatu - copywriting w praktyce. ▪ Check-lista przed prezentacją.
11:45 - 12:00	PRZERWA
12:00 - 13:15	<p>WARSZTATY PRZYGOTOWANIA WŁASNEGO PITCHU</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Praktyczny warsztat: <ul style="list-style-type: none"> ○ (auto)prezentacja vs feedback

* Czas trwania warsztatów: 1 dzień (5 godz. dydaktycznych + przerwy)