

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

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

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

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

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