



**perfectideas**

## TEMATY SZKOLEŃ I WARSZTATÓW na rok 2020/2021

### TOP 10 – pierwszej połowy 2020 roku

1. **Zarządzenie stresem – zrozumieć, okiełznać, przeciwdziałać**, czyli jak sobie z nim radzić
2. **Zarządzanie sobą i zadaniami w modelu "home office"** – czyli jak skutecznie pracować w nowym modelu
3. **Zarządzanie w sytuacji kryzysowej** – stawić czoła czy „zasypać”, czyli jak wyjść „z twarzą” z niespodziewanych opresji
4. **Zarządzanie relacjami z Klientem** – czyli jak budować relacje które przełożą się na nasz biznes
5. **Promocja w internecie** – czyli jak przy najbardziej skutecznie promować markę i sprzedawać w kanałach digital
6. **Negocjacje w biznesie** – kluczowa kompetencja w sprzedaży, czyli jak pokonywać obiekcje i osiągać założone cele
7. **Budowanie i promocja mocnej marki** – czyli jak budować swoją firmę na mocnym, bezpiecznych fundamentach
8. **Skuteczny menedżer** – czyli jak działać, aby osiągać założone cele biznesowe
9. **Storytelling i pitchowanie** – mów, aby Klient chciał słuchać, czyli w jaki sposób budować i przekazać przesłanie i wartości firmy oraz inne istotne komunikaty
10. **Przywództwo oparte na zaufaniu** – czyli jak budować zdrowe kultury organizacyjne
11. **Filary skuteczności własnej i biznesowej** – 10 zasad, jak podnieść swoją efektywność w domu i pracy
12. **Niezbędnik menedżera – co musi wiedzieć każdy kierownik**, czyli zestaw kluczowych umiejętności i praktyk niezbędny każdemu kierującemu zespołem
13. **Komunikacja nieantagonistyczna** - współpraca w zespole kluczem do realizacji celów
14. **Mobbing - „wstydlivy” problem w zarządzaniu**, czyli jak uniknąć przemocy w organizacji
15. **Sprzedaż zawsze ma „ludzką twarz”**, czyli jak wzbudzić pozytywne emocje kupującego i kupić go sprzedając
16. **Nie ciśnij „Prawo Newtona” w zarządzaniu**, czyli jak zmienić autokratę w lidera
17. **„Dwie połówki jabłka” – w omnichannel**, czyli jak skutecznie wykorzystać synergie sprzedaży i marketingu
18. **„The experience economy” wg. Pine&Gilmore** czyli innowacyjne spojrzenie na zarządzania organizacją – transformacja Klienta
19. **Customer Experience - jako istotny element w drodze do transformacji klienta**, czyli na ile doświadczenia naszych Klientów wpływają na biznes
20. **Marka – buduj nie manipuluj**, czyli jak budować wiarygodny wizerunek firmy/marki w percepcji Klienta
21. **ABC marketingu czyli od czego zacząć** – SWOT, strategia, marketing mix, plany marketingowe i jeszcze więcej...



**perfectideas**

22. **Proces sprzedaży** – niezbędny fundament czy zbędny opis , czyli jak przygotować, mapować, monitorować i uelastyczniać by wreszcie wykorzystać to narzędzie do podniesienia efektywności sprzedaży
23. **Marketing bezpośredni – powrót do łask „starych narzędzi”**, czyli gdzie i jak wykorzystać klasyczne kanały dotarcia bezpośredniego (direct mail, telemarketing, e-mailing, sms, sprzedaż bezpośrednia)
24. **Era digital – nowe media: szanse i zagrożenia**, czyli kiedy i w jakiej formie warto skutecznie zaistnieć w „digital-u”, a kiedy być ostrożnym
25. **Organizacja 4.0 – zarządzanie w dobie gospodarki wysokokonkurencyjnej**, czyli jak skutecznie zarządzać firmą (ludzie, procesy), aby rosła w zmiennej gospodarce konkurencyjnej
26. **Znaczenie content marketingu w PR i nie tylko ...** czyli jak efektywnie wykorzystać wartościowe treści w komunikacji do rynku w omnichannel
27. **Employer branding – jeden z kluczowych elementów wiarygodności marki**, czyli jak być „dobrym” pracodawcą, aby uzyskać szacunek pracownika, klienta i całego rynku
28. **Mapowanie procesu sprzedaży – od statusu do sukcesu**, czyli jak zmapować aktualny proces sprzedaży, aby był najbardziej efektywny
29. **Strategia firmy – bez fundamentu ani rusz**, czyli jak przygotować koncept firmy od strategii, przez biznes plan, po plany operacyjne
30. **ABC tworzenia P&L – skuteczne planowanie przychodów i rozchodów**, czyli jak optymalizować zysk netto przedsiębiorstwa
31. **Struktura, procesy i procedury w organizacji – nie lubiany kaganiec czy kierunkowskaz**, czyli jak uporządkować funkcjonowanie i optymalizować efektywność w organizacji
32. **Sprzedaż 4.0 - transformacyjna – jedyna skuteczna w gospodarce wysokokonkurencyjnej**, czyli jak zbudować relację i przeformatować biznes Klienta tak, aby sam chciał kupić
33. **Zwycięska kultura organizacyjna firmy** – przewaga konkurencyjna przyszłości , czyli jak stworzyć organizację idealną – powszechnie pożądaną, bezpieczną i skuteczną
34. **Zaufanie – krytyczna kompetencja rozwoju organizacji**, czyli jak budować relacje i kulturę organizacji opartą na zaufaniu i jak to działa
35. **Przywództwo – nie każdy menedżer jest liderem**, czyli jak być liderem, a nie zarządcą, trening kluczowych kompetencji przywódcy
36. **Skuteczność – najbardziej pożądana cecha w życiu i pracy**, czyli jak podnosić skuteczność działania w wymiarze osobistym, w zespole i całej organizacji
37. **Sponsoring – po dwóch stronach lustra** (sponsor vs. sponsorowany), czyli jak negocjować i wybierać najlepsze oferty, aby skutecznie budować wizerunek i jak skutecznie sprzedawać oferty potencjalnemu sponsorowi
38. **Networking – „chciałbym, a się boję”**, czyli jak przełamywać bariery i skutecznie nawiązywać relacje, zbierać właściwe leady i je „ocieplać”
39. **Rekrutacja – proces, onboarding, analiza umiejętności i kompetencji**, czyli jak znaleźć, wdrożyć i zatrzymać wartościowych pracowników
40. **Kapitał ludzki - najcenniejsza wartość firmy**, czyli jak rozwijać kompetencje i optymalizować potencjał, motywować i zatrzymać w organizacji najlepszych.