

ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT SZKOLENIOWYCH

W związku z planowaną organizacją szkolenia „**Trening biznesowy w obszarze wsparcia sprzedaży i obsługi klienta**” dla jednej grupy - 15 osób bezrobotnych (**planowany termin rozpoczęcia szkolenia II kwartał 2015 r.**) zapraszamy instytucje szkoleniowe, posiadające aktualny wpis do Rejestru Instytucji Szkoleniowych Wojewódzkiego Urzędu Pracy właściwego dla siedziby działalności instytucji szkoleniowej do składania ofert szkoleniowych. Oferty sporządzone wg wzoru „Oferta szkoleniowa” stanowiącego załącznik do niniejszego zaproszenia należy złożyć w terminie do dnia **13.05.2015 r.** do godziny **14.00** w siedzibie Powiatowego Urzędu Pracy w Gdańsku ul. 3 Maja 9 – **pok. 214**.

Oferty szkoleniowe złożone niezgodnie ze wzorem „Oferta szkoleniowa” nie będą rozpatrywane.

Jednocześnie informujemy, że złożenie oferty nie będzie wiązało stron, ponieważ będzie stanowiło jedynie podstawę do rozeznania rynku usług szkoleniowych.

Kryteria brane pod uwagę przy wstępnym badaniu ofert składanych przez instytucje szkoleniowe w 2015 r.:

1. Dostosowanie programu szkolenia odpowiednio do zapotrzebowania na kwalifikacje identyfikowanego na rynku pracy – **20%**
2. Doświadczenie instytucji szkoleniowej w realizacji szkoleń z obszaru zlecanego szkolenia – **10%**
3. Certyfikaty jakości usług posiadanych przez instytucję szkoleniową w zakresie organizowanego szkolenia – **10%**
4. Dostosowanie kwalifikacji i doświadczenia kadry dydaktycznej do zakresu szkolenia – **15%**
5. Dostosowanie wyposażenia dydaktycznego i pomieszczeń do potrzeb szkolenia oraz sposób organizacji zajęć praktycznych określonych w programie szkolenia, z uwzględnieniem bezpiecznych i higienicznych warunków realizacji szkolenia – **20%**
6. Koszty szkolenia – **25%**

Oceniane będą wyłącznie oferty zawierające:

- wzór dokumentu potwierdzającego ukończenie szkolenia i uzyskanie kwalifikacji zgodnego z § 71 ust. 4 Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 22 maja 2014 r. w sprawie szczegółowych warunków realizacji oraz trybu i sposobów prowadzenia usług rynku pracy (Dz. U. 2014 r. poz. 667.),
- pisemne potwierdzenia zatrudnienia absolwentów szkolenia (min. 5 firm z branży: IT, logistycznej, agencji: reklamowej, marketingowej, dla 15 osób, na stanowiskach w dziale sprzedaży, obsługi klienta).

Jednostka szkoląca, która zostanie wybrana do realizacji szkolenia zobowiązana jest dostarczyć do PUP w Gdańsku najpóźniej 2 tygodnie przed rozpoczęciem szkolenia właściwą ofertę szkoleniową wraz harmonogramem szkolenia w wersji papierowej i elektronicznej.

Jednocześnie informujemy, iż szkolenia organizowane na zlecenie PUP w Gdańsku muszą być realizowane w przedziale godzinowym od 7⁰⁰ do 17⁰⁰ (jednozmianowo).

Program szkolenia powinien obejmować ok. 640 godzin i zawierać:

1. Szkolenie wprowadzające – zagadnienia ogólne związane z sytuacją na rynku przedsiębiorstw innowacyjnych [kompetencje przyszłości, analiza obecnej sytuacji na rynku pracy; case study – savoir vivre w biznesie; case study – etyka w biznesie; różnice kulturowe; testy psychologiczne – poznaj swoje mocne strony, pracuj nad słabszymi aspektami; case study – stres, jak sobie z nim radzić; case study – kształtowanie postawy odpowiedzialności; case study – praca w zespole; case study – wykonanie odpowiedniego zadania zespołowo, identyfikacja ról w zespole, wprowadzić sytuację konfliktową; komunikacja interpersonalna (jak skutecznie przygotować prezentację, komunikacja niewerbalna); case study – tworzenie skutecznego przekazu, korespondencja elektroniczna] – 40 godzin
2. Szkolenie specjalistyczne:
 - sprzedaż – tego można się nauczyć [sales pipeline, jak wygląda proces sprzedaży produktu; klient indywidualny a nie masowy (jak mówić językiem spersonalizowanym, jak przygotować się do rozmowy z różnymi typami klientów); gry symulacyjne – identyfikowanie potrzeb klientów i dobieranie odpowiednich rozwiązań; co nas łączy z działem marketingu (copywriting, skuteczne nagłówki,

stworzenie korzystnej oferty, sposób na przekazywanie liczb, umieszczanie treści na stronach www); jak przygotować się na spotkanie klientem?; dyskusja + symulacje – techniki sprzedaży (język korzyści; społeczny dowód słuszności; zasada autorytetu; zasada zaangażowania i konsekwencji; zasada niedostępności; reguła wzajemności; reguła kontrastu; reguła sympatii; stopa w drzwiach; stopa w ustach; ukryte koszty; zasada 3 x TAK; parafrazowanie; nawyk pro sprzedażowy – zapiski o kliencie; grzech zaniechania; metoda SPIN; system Sandlera; eGroupWare – systematyzacja sprzedaży; cross-selling; up-selling; obsługa pro sprzedażowa); co handlowcy robią źle?; projekt okresowy (wystąpienie publiczne) - prezentacja wybranego produktu; jak ułatwić sobie codzienną pracę? – obsługa Pakietu Office, narzędzia Google +, Google AdWords; praktyka – budowanie relacji z klientem – obsługa systemów CRM; prezentacje – techniki manipulacji (jak nie dać się ustawić pod ścianą)];

- skuteczna obsługa klienta [rodzaje komunikacji z klientem (marketing relacyjny, bezpośredni, pośredni, mobilny, szeptany); techniki sterowania dialogiem (świadome wywieranie wpływu, jakich argumentów użyć w kontakcie z klientem, co szybciej do niego trafia, jak osiągnąć zamierzone rezultaty); techniki zachowań asertywnych (jak odmówić klientowi, abyśmy go nie stracili)] – 120 godzin
3. Praktyka zawodowa w przedsiębiorstwach z branży: IT, logistycznej, agencji: reklamowej, marketingowej na stanowiskach w dziale sprzedaży, obsługi klienta – ok. 480 godzin.

DYREKTOR
POWIATOWEGO URZĘDU PRACY

Roland Budnik