



Akademia Handlowa 50+

Innowacyjny model walidacji i uzupełniania
kompetencji zawodowych osób 50+

MODEL WALIDACJI I UZUPEŁNIANIA KOMPETENCJI ZAWODOWYCH OSÓB 50+

Podręcznik użytkownika

Gdynia 2014

Lider:



Partnerzy:



Podręcznik użytkownika został opracowany w ramach projektu innowacyjnego pt. „Akademia Handlowa 50+ – innowacyjny Model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+.”

Projekt realizowany w ramach

Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki

Priorytet IX. Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach

Działanie 9.2. Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego

Kierownik projektu

Katarzyna Huńko

Autorzy

Ewa Ziarkowska-Hordyj

Justyna Trojanowska-Misztal

Współpraca w zakresie opracowania narzędzi diagnostycznych

Adam Ryszewski

Maria Spychała

Opracowanie graficzne i elektroniczne



Nawigacja w dokumencie

Uwaga – gdy dokument jest otwarty w przeglądarce internetowej, przyciski nawigacji mogą być nieaktywne.

Przejdźcie
do spisu
treści

Przejdźcie do
poprzedniej
strony

Przejdźcie do
następnej
strony

Widok
pełnoekranowy /
widok zwykły

Powrót do poprzednio
otwartej strony

125

Numer aktualnie
przeglądanej strony

SPIS TREŚCI

1. Wstęp	5
2. Opis Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+	6
3. Organizacja procesu walidacji i uzupełniania kompetencji	9
4. Przeprowadzenie sesji Development Centre	11
4.1. Sesja Development Centre w zakresie kompetencji miękkich	15
4.2. Sesja Development Centre w zakresie kompetencji twardych	19
4.3. Zestaw zadań diagnozujących kompetencje	22
5. Realizacja działań rozwojowych	24
5.1. Oferta edukacyjna	27
5.1.1. E-learning	27
5.1.2. Treningi praktyczne	28
5.1.3. Indywidualne sesje rozwojowe (coaching/mentoring)	30
6. Komunikacja z uczestnikami procesu walidacji i/lub uzupełniania kompetencji	32
7. Certyfikacja	34
8. Standardy	43
8.1. Zasoby kadrowe	43
8.2. Zasoby infrastrukturalne	47
9. Bibliografia	50
10. Załączniki	51
Załącznik nr 1. Zestaw skal obserwacyjnych wykorzystywanych do diagnozy kompetencji miękkich	52
Załącznik nr 2. Zestaw skal obserwacyjnych wykorzystywanych do diagnozy kompetencji twardych	57
Załącznik nr 3. Harmonogram sesji DC – kompetencje miękkie	60
Załącznik nr 4A. Harmonogram sesji DC dla Przedstawiciela handlowego – kompetencje twarde	63
Załącznik nr 4B. Harmonogram sesji DC dla Sprzedawcy – kompetencje twarde	64
Załącznik nr 5. Lista obecności na Sesję DC	65
Załącznik nr 6. Arkusz obserwacyjny dla asesora (przykład)	66
Załącznik nr 7A. Wzór raportu indywidualnego w zakresie kompetencji miękkich	67
Załącznik nr 7B. Wzór raportu indywidualnego w zakresie kompetencji twardych	74
Załącznik nr 8A. Wzór skróconego raportu (kompetencje miękkie) dla instytucji egzaminującej	80
Załącznik nr 8B. Wzór skróconego raportu (kompetencje twarde) dla instytucji egzaminującej	82
Załącznik nr 9. Arkusz wspierający rozmowę feedbackową (wzór)	85
Załącznik nr 10. Programy rekomendowanych treningów praktycznych	86
Załącznik nr 11. Wzór listy obecności – treningi praktyczne	103
Załącznik nr 12. Wzór listy obecności – sesje coachingowe	104
Załącznik nr 13A. Wzór certyfikatu – Przedstawiciel handlowy	105
Załącznik nr 13B. Wzór certyfikatu – Sprzedawca	107
Załącznik nr 14A. Wzór suplementu – Przedstawiciel handlowy	109
Załącznik nr 14B. Wzór suplementu – Sprzedawca	110
Załącznik nr 15. Program szkolenia dla asesorów	111

Dodatek A	112
1. Minimalny wzór formularza zgłoszeniowego.	113
2. Wzór formularza zgłoszeniowego (proces realizowany w ramach projektu współfinansowanego z funduszy unijnych)	114
3. Wzór umowy	117
4. Przykładowy regulamin uczestnictwa w procesie walidacji i uzupełniania kompetencji realizowanym w ramach projektu współfinansowane z funduszy unijnych	121
5. Wzór broszury informacyjnej	126
Dodatek B	128
1. Zestaw nr 1 zadań diagnozujących kompetencje miękkie – profil sprzedawcy	129
2. Zestaw nr 2 zadań diagnozujących kompetencje miękkie – profil sprzedawcy	137
3. Zestaw nr 1 zadań diagnozujących kompetencje miękkie – profil przedstawiciela handlowego	153
4. Zestaw nr 2 zadań diagnozujących kompetencje miękkie – profil przedstawiciela handlowego	173
5. Zestaw zadań diagnozujących kompetencje twarde – profil przedstawiciela handlowego	191
6. Zestaw zadań diagnozujących kompetencje twarde – profil sprzedawcy	213
Dodatek C	235
Zestaw narzędzi do wykorzystania w trakcie indywidualnych sesji rozwojowych	235

1. Wstęp

Niniejszy Podręcznik powstał w wyniku realizacji projektu innowacyjnego „Akademia Handlowa 50+ – innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+” współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

W ramach projektu testowano nowatorskie rozwiązanie dedykowane grupie wiekowej 50+, którego istotą jest certyfikacja kompetencji zawodowych w obszarze sprzedaży.

Podręcznik w przejrzysty i praktyczny sposób opisuje kompleksowo cały produkt, począwszy od organizacji sesji Development Centre, poprzez wskazówki do pisania raportów i prowadzenia sesji feedbackowe, zindywidualizowane działania rozwojowe, skończywszy na procedurze certyfikacji. W podręczniku można znaleźć dokładny opis zadań wykorzystywanych w trakcie sesji Development Centre, opis ról pełnionych przez asesorów, prowadzącego sesję, opis standardów dotyczących pomieszczeń wykorzystywanych w trakcie sesji DC bądź w trakcie realizacji działań rozwojowych, a także wymagań kwalifikacyjnych dla realizatorów. **Podręcznik uwzględnia szereg rekomendacji, które udało się opracować po fazie testowania.** W podręczniku zostały zawarte również materiały wspierające działania promujące proces walidacji i kształcenia kompetencji zawodowych w postaci gotowej broszury informacyjnej dla uczestników procesu (Dodatek A do Podręcznika). Dodatkowo można się zapoznać z formularzem i regulaminem do wykorzystania w trakcie organizacji zgłoszeń i rejestracji potencjalnych odbiorców w celu wzięcia udziału w procesie walidacji i kształcenia kompetencji.

Podręcznik kierowany jest przede wszystkim do pracowników:

- publicznych służb zatrudnienia – regionalnych i lokalnych instytucji realizujących politykę promocji zatrudnienia, dysponujących instrumentami wdrażania systemowych rozwiązań aktywności zawodowej na rynku pracy (Wojewódzki Urząd Pracy, Powiatowe Urzędy Pracy),
- niepublicznych instytucji rynku pracy – agencji zatrudnienia,
- instytucji szkoleniowych (publicznych i niepublicznych podmiotów prowadzących na podstawie odrębnych przepisów edukację pozaszkolną),
- instytucji dialogu społecznego (organizacji związków zawodowych, pracodawców i bezrobotnych oraz organizacji pozarządowych),

a także:

- firm i instytucji związanych z branżą handlową (bezpośrednio pracownicy działów personalnych),
- uczelni wyższych, ze szczególnym uwzględnieniem studiów podyplomowych, na takich kierunkach jak np.: Menadżer sprzedaży, HR Menadżer, Zarządzanie Zasobami Ludzkimi oraz Akademickich Centrów Kariery,
- Centrów Kształcenia Ustawicznego.

Użyteczność i wszechstronność *Modelu* pozwala na korzystanie z niego różnorodnym grupom odbiorców. Firmy i/lub instytucje świadczące usługi tego typu mogą wdrażać *Model* jako usługę bazową, pozwalającą na dokładne określenie obszarów rozwojowych klienta. *Model* może również stanowić bazę dla odrębnego projektu, np. współfinansowane z funduszy unijnych.

Podręcznik jest uzupełnieniem opisu *Modelu* i wskazane jest w pierwszej kolejności zapoznanie się z *Opisem modelu*, a potem z *Podręcznikiem*.

Dodatkowo w momencie podejmowania decyzji o wdrożeniu *Modelu* konieczne jest również przeczytanie *Instrukcji stosowania produktu finalnego*.

Opis modelu oraz *Instrukcja stosowania produktu finalnego* dostępne są w wersji elektronicznej na stronie www.akademiahandlowa.pl.

2. Opis Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Model zakłada walidację kompetencji czyli ustalenie poziomu kompetencji oddzielnie w dwóch zawodach: sprzedawcy i przedstawiciela handlowego. Badania przeprowadzone na wstępnym etapie projektu pozwoliły wyłonić dwa najbardziej reprezentatywne zawody w obszarze sprzedaży. Analizy pokazały, że można je zróżnicować na poziomie kluczowych kompetencji niezbędnych do efektywnej pracy w tych zawodach. Stąd też zostały opracowane dwa profile kompetencyjne.

Walidacja oparta jest na metodologii **Development Centre (DC)** i dotyczy zarówno kompetencji miękkich, jak i twardych. Development Centre to wieloczynnikowe badanie jednej osoby lub grupy osób prowadzone przez zespół przeszkolonych obserwatorów zwanych asesorami, którzy stosują zintegrowany, specjalnie każdorazowo dobrany zestaw technik diagnostyczno-selekcyjnych, wyposażony w zobiektywizowane kryteria analizy i oceny uzyskiwanych informacji.

Różnego rodzaju zadania realizowane podczas sesji są skonstruowane tak, aby osoby badane miały okazję wykazać się określonymi kompetencjami. Ocena poziomu rozwoju kompetencji dokonywana jest przez asesorów w oparciu o odpowiednio skonstruowane narzędzia – skale obserwacyjne. W podejściu behawioralnym ocena formułowana przez asesorów odnosi się do zachowań zaobserwowanych podczas wykonywanych przez uczestników ćwiczeń. Efektem końcowym oceny tą metodą jest indywidualny raport rozwojowy skoncentrowany na mocnych stronach i obszarach do rozwoju na dany moment ocenianej osoby.

Wyniki uzyskane w trakcie sesji DC stanowią podstawę dalszych działań rozwojowo – certyfikacyjnych. Co oznacza, że po pierwsze na podstawie wyników sesji DC jest wydawany certyfikat potwierdzający poziom posiadanych kompetencji. Po drugie konstrukcja *Modelu* i wyniki sesji DC pozwalają na zaplanowanie oraz zrealizowanie indywidualnego planu rozwoju kompetencji.

Podsumowując etapy realizacji *Modelu* w skrócie wyglądają następująco.

Etap I – wstępne sesje DC

Przeprowadzane są wstępne sesje Development Centre, oddzielnie dla kompetencji miękkich i twardych. W ciągu 14 dni od przeprowadzenia sesji uczestnik otrzymuje **raport indywidualny**, który opisuje zarówno mocne strony, jak i obszary do rozwoju. W ciągu kolejnych 14 dni przeprowadzana jest rozmowa feedbackowa, w trakcie której przekazywane są przez asesora informacje zwrotne dotyczące diagnozowanych kompetencji, a także omawiane są rekomendowane działania rozwojowe.

W trakcie spotkania omawiającego raport uczestnik może zadeklarować chęć dalszej realizacji działań rozwojowych czy też zakończenie udziału w procesie i otrzymanie certyfikatu.

Etap II – działania rozwojowe

W kolejnym etapie realizowane są zindywidualizowane działania rozwojowe w zależności od uzyskanych wyników. W ramach *Modelu* została opracowana oferta edukacyjna dostosowana do przyjętej 5-ciostopniowej skali oceny. W skład oferty wchodzi następujące formy działań rozwojowych:

- lekcje e-learningowe, które uzupełnią **luki w wiedzy**,
- treningi praktyczne, które uzupełnią **luki w umiejętnościach**,
- indywidualne sesje coachingu, które będą *Modelować* poziom kompetencji w wybranych aspektach sytuacji zawodowych i będą umożliwiały **pracę na postawach**.

W ramach realizacji indywidualnych ścieżek rozwojowych są rekomendowane uczestnikom procesy konkretne działania w zależności od zdiagnozowanych poziomów kompetencji. Na tym etapie rekomendowany jest również udział opiekuna indywidualnego, który wspiera poszczególnych uczestników procesy. Opieka obejmuje szeroki zakres, m.in.: działania informacyjne dotyczące procesu, pracę nad motywacją

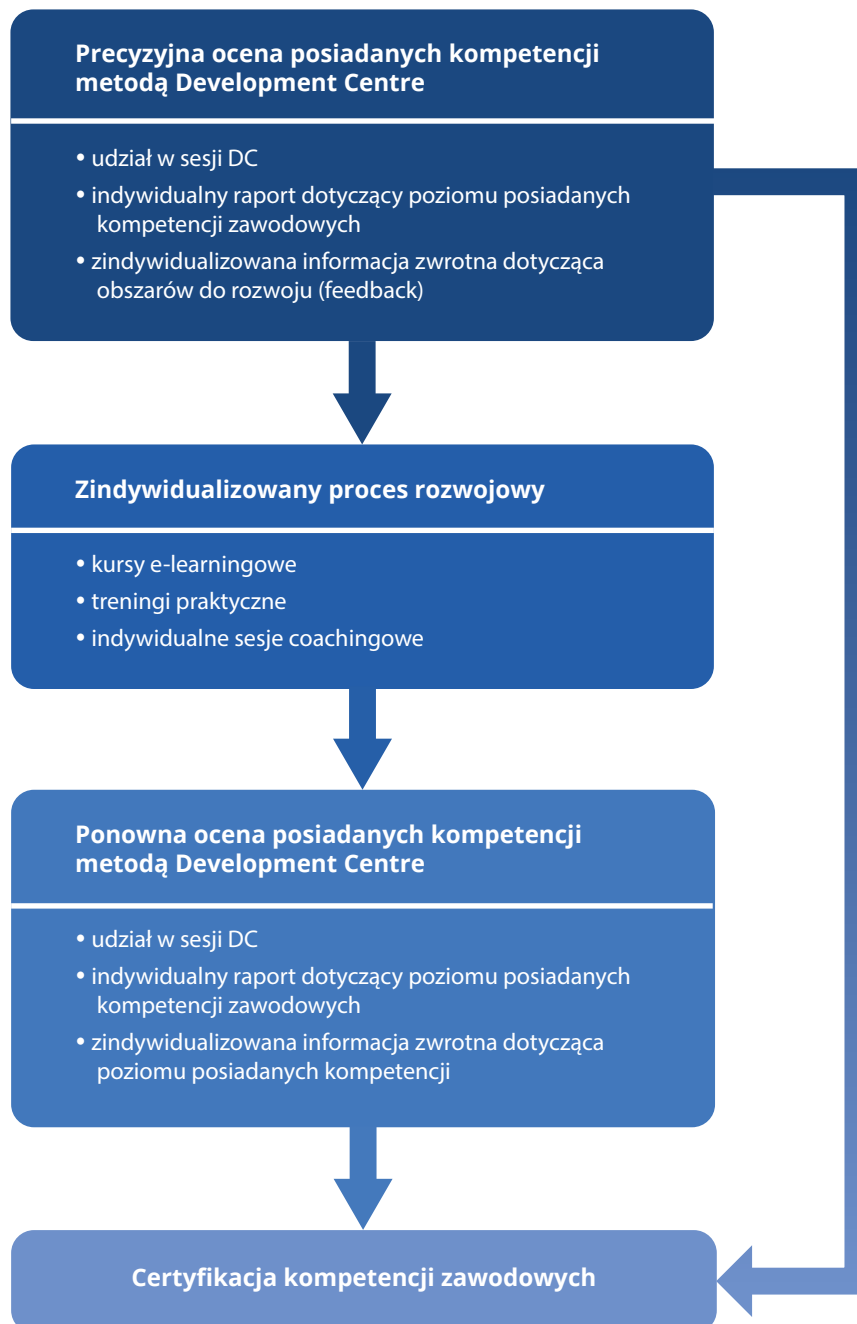
do kontynuowania rozwoju, doradztwo zawodowe wraz z przygotowaniem się do ponownego wejścia na otwarty rynek pracy, indywidualne wsparcie rozwoju poszczególnych kompetencji zawodowych.

Etap III – powtórne sesje DC

Po zrealizowaniu wszystkich planowanych działań rozwojowych uczestnik podchodzi do następnej sesji DC, której konstrukcja wygląda tak samo jak w przypadku wstępnej sesji.

Wyniki uzyskane w trakcie tej sesji stają się podstawą do wystawienia Certyfikatu potwierdzającego poziom posiadanych kompetencji w zawodzie sprzedawcy lub przedstawiciela handlowego.

Schemat znajdujący się na następnej stronie w pełni ilustruje cały *Model* od strony procesowej.



Ilustracja 1. Elementy składające się na *Model*

Jak widać na schemacie *Model* zakłada dwutorową certyfikację. Jedno rozwiązanie uwzględnia przeprowadzenie sesji DC i wystawienie certyfikatu potwierdzającego poziom posiadanych kompetencji zawodowych na podstawie uzyskanych wyników. Drugie rozwiązanie uwzględnia przeprowadzenie wstępnej oraz powtórnej sesji DC i realizację działań rozwojowych pomiędzy nimi, a wydany certyfikat uwzględnia wyniki tylko sesji powtórnej.

Model jest bardzo elastyczny poprzez swoją modułową budowę. Poniżej prezentujemy jego macierzowe ujęcie. Pierwsza tabela pokazuje, że można wdrożyć *Model* tylko w zakresie kompetencji miękkich, realizując zarówno sesje DC, jaki i działania rozwojowe.

Profil zawodowy	Sesje Development Centre		Działania rozwojowe	
	Kompetencje miękkie	Kompetencje twarde	Kompetencje miękkie	Kompetencje twarde
Sprzedawca	X		X	
Przedstawiciel handlowy	X		X	

Kolejna tabela prezentuje zakres *Modelu* uwzględniający tylko profil sprzedawcy.

Profil zawodowy	Sesje Development Centre		Działania rozwojowe	
	Kompetencje miękkie	Kompetencje twarde	Kompetencje miękkie	Kompetencje twarde
Sprzedawca	X	X	X	X
Przedstawiciel handlowy				

Możliwa jest również realizacja tylko sesji DC.

Profil zawodowy	Sesje Development Centre		Działania rozwojowe	
	Kompetencje miękkie	Kompetencje twarde	Kompetencje miękkie	Kompetencje twarde
Sprzedawca	X	X		
Przedstawiciel handlowy	X	X		

Jak widać struktura *Modelu* pozwala na wdrożenie uwzględniające różne moduły tego produktu. Jest to niewątpliwie bardzo dużą zaletą tego rozwiązania.

WSKAZÓWKA DLA UŻYTKOWNIKA

W momencie podejmowania decyzji o wdrożeniu Modelu wykorzystaj tabelę z macierzą do przeprowadzenia analizy w jakim obszarze chcesz i możesz wdrożyć Model.

3. Organizacja procesu walidacji i uzupełniania kompetencji

W zależności od tego jaki jest kontekst wdrożenia *Modelu*, na tym etapie mogą być realizowane różne działania szczególnie w obszarze akcji promocyjno – informacyjnych.

O czym warto pamiętać

- Umieszczenie informacji na stronie internetowej instytucji / organizacji gdzie można zapoznać się ze szczegółami dotyczącymi całego procesu, który będzie realizowany (w zależności od wybranej opcji modułowej). Opcjonalnie możliwe jest wykorzystanie istniejącej strony www.akademiahandlowa.pl, utworzonej w ramach projektu. Podlinkowany adres strony projektowej można umieścić na stronie swojej organizacji, co umożliwi przekierowanie na stronę projektową i pozwoli zapoznać się ze szczegółami potencjalnemu uczestnikowi.
- Przygotowanie papierowych materiałów informacyjnych. W tym celu warto wykorzystać broszurę informacyjną dla uczestników procesu, która w jasny i przystępny sposób przedstawia *Model*. Broszura została przygotowana w ramach projektu i z powodzeniem wykorzystywana w trakcie testowania *Modelu* (Dodatek A).
- Narzędziem, które zostało wypracowane w ramach projektu, a które skutecznie może wspierać działania promujące są testy on-line do samooceny kompetencji. Przygotowane narzędzie obejmuje kompetencje, składające się na pożądaną profil zawodowy na stanowisku sprzedawcy i przedstawiciela handlowego i pozwala diagnozować poziom tych kompetencji. Narzędzie opiera się na profesjonalnie skonstruowanych testach kompetencyjnych, które są testami „oceny sytuacji”. Wymagają od badanego zrozumienia wybranych sytuacji zawodowych oraz przewidzenia konsekwencji proponowanych rozwiązań. Każdy użytkownik realizujący działania zgodnie z *Modelem*, będzie mógł skorzystać link <http://akademiahandlowa.interit.eu/login/index.php> i umieścić go na swojej stronie internetowej.
- Warto uwzględnić konieczność odbycia bezpośredniego spotkania zainteresowanego walidacją kompetencji z osobą rekrutującą/rejestrującą uczestników, w celu precyzyjnego wyjaśnienia na czym ten proces będzie polegał. Należy pamiętać, że osoby z grupy 50 + mają z reguły mało doświadczeń związanych z metodologią Development Centre, a nawet ze specyfiką treningów praktycznych, a istotne jest, żeby świadomie podjęli decyzję o swoim udziale w procesie. Spotkanie ważne jest też w celu określenia profilu, według którego będą walidowane kompetencje. Inną kwestią jest to, że takie spotkanie pozwoli na określenie poziomu motywacji do rozwoju, a ten aspekt jest bardzo ważny, kiedy działania są współfinansowane z funduszy unijnych i rezygnacja w trakcie działań może komplikować dalszą realizację projektu. Powyższe determinuje również kompetencje i wiedzę osoby zajmującej się rejestracją uczestników. Osoba ta powinna posiadać doświadczenie w przeprowadzaniu rozmów rekrutacyjnych i umiejętności diagnozowania poziomu motywacji.
- Potrzebne jest opracowanie formularza rejestracyjnego, którego przykładowy wzór został załączony na końcu Podręcznika w Dodatku A. Formularz zgłoszeniowy może być w zakresie treści dowolnie modyfikowany. Zwyczajowo, zawiera on informacje niezbędne do kontaktowania się i wystawienia certyfikatu. Klauzula na formularzu w zakresie przetwarzania danych osobowych powinna być modyfikowana w zależności od stanu prawnego, na dzień wypełniania formularza. W przypadku osób w wieku 50+ umieszczanie na certyfikacie informacji o dacie urodzenia może być stygmatyzujące. Rekomenduje się nie zawieranie takiej informacji na certyfikacie.

Wskazówka dla użytkownika

Prowadząc działania informacyjne unikaj słów obciążających takich jak Development Centre, asesor, feedback. Warto je zastąpić sesja zadaniowa, obserwator, i sesja informacji zwrotnych.

- Dodatkowo, kiedy proces walidacji i uzupełniania kompetencji jest realizowany w ramach projektów współfinansowanych z funduszy unijnych czy innych źródeł finansowania publicznego konieczne jest opracowanie wzoru umowy, regulaminu czy deklaracji uczestnictwa. Przykładowe dokumenty znajdują się jako załączniki do niniejszego opracowania ([Dodatek A](#)).

4. Przeprowadzenie sesji Development Centre

Development Centre to wieloczynnikowe badanie jednej osoby lub grupy osób prowadzone przez zespół przeszkolonych obserwatorów zwanych asesorami. *Model* dokładnie precyzuje narzędzia wykorzystywane w trakcie badania.

Bezpośrednio do oceny kompetencji wykorzystywane są **skale obserwacyjne** ([Załącznik nr 1](#) i [Załącznik nr 2](#)). W ramach *Modelu* przygotowano osiem skal obserwacyjnych odnoszących się zarówno do kompetencji miękkich, jak i twardych.

Tabela 1. Zestawienie kompetencji miękkich i twardych

Kompetencje miękkie	Kompetencje twarde
Komunikatywność	Obsługa komputera i Internetu
Obsługa klienta	Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy
Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych	Pakiet biurowy w pracy przedstawiciela handlowego
Proces sprzedaży	
Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów	

Każda ze skal zawiera definicję kompetencji oraz wskaźniki kompetencji rozpisane na pięciu poziomach przyswojenia. W narzędziu tym kompetencje są opisywane poprzez zbiór charakterystycznych zachowań, które możemy zaobserwować w codziennym funkcjonowaniu zawodowym pracownika. Całość jest przedstawiona w postaci tabeli. Każdy kolejny wiersz w tabeli przedstawia opis jednej kategorii zachowania związanego z daną kompetencją.

Poszczególni badani różnią się między sobą poziomem kompetencji. Podobnie jak w przypadku wielu zmiennych, różnice te rozkładają się na pewnym kontinuum. Na jednym krańcu mamy całkowity brak danej kompetencji, (co może oznaczać brak umiejętności, wiedzy na temat tego, jak należy się zachowywać lub brak chęci czy możliwości przejawiania takich zachowań). Na drugim krańcu mamy wybitny poziom rozwoju danej kompetencji, który oznacza mistrzowski stopień jej przyswojenia. Rozwój kompetencji od jej braku w kierunku mistrzostwa jest procesem ciągłym. Tabela prezentuje ogólny opis poszczególnych poziomów skali.

Tabela 2. Skala rozwoju kompetencji

Poziom kompetencji	Opis
A/1	Brak pożądanych zachowań, popełnianie błędów, wyraźna nieumiejętność poradzenia sobie z zadaniami wymagającymi danej kompetencji.
B/2	Podejmowanie prób zachowania się w oczekiwany sposób, radzenie sobie z prostszymi zadaniami wymagającymi danych kompetencji, popełnianie błędów.

Poziom kompetencji	Opis
C/3	Samodzielność, poprawne wykonywanie większości zadań wymagających danej kompetencji, problemy z trudniejszymi zadaniami, błędy mogą się pojawić w przypadku nowych, niestandardowych sytuacji.
D/4	Sprawna, bezbłędna realizacja zadań wymagających danej kompetencji, radzenie sobie również z trudnymi zadaniami. Przejawiane pozytywnych zachowań opisujących daną kompetencję. Osoby takie często stawiane są jako wzór do naśladowania zachowują się w sposób płynny, radzą sobie z trudnymi zadaniami, również w niestandardowych sytuacjach.
E/5	Sprawne wykonanie nawet wyjątkowo trudnych zadań wymagających danej kompetencji, wskazywanie i tłumaczenie innym oczekiwanych zachowań. Wysoki poziom automatyzmu wykonywanych czynności. Przejawianie nowych zachowań z zakresu danej kompetencji, wyznaczanie w tym obszarze tendencji i trendów.

W ramach *Modelu* zostały opracowane dwa odrębne profile kompetencyjne czyli zestawy kluczowych kompetencji:

- profil kompetencyjny dla zawodu **sprzedawcy**,
- profil kompetencyjny dla zawodu **przedstawiciela handlowego**.

Tabela 3. Profil kompetencyjny w zawodzie Sprzedawca

Profil kompetencyjny w zawodzie Sprzedawca		
Kompetencje miękkie		Wskaźniki
1.	Obsługa klienta	<ul style="list-style-type: none"> Nawiązywanie kontaktu Rozpoznawanie i dookreślanie potrzeb klienta Formułowanie propozycji nastawionych na realizację potrzeb klienta Radzenie sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami klienta Zainteresowanie innymi pomimo odmowy zakupu
2.	Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych	<ul style="list-style-type: none"> Kontrola emocji w sytuacjach trudnych Nieuleganie presji i manipulacji Oddzielanie ocen osób od problemów Nastawienie proaktywne Proponowanie realistycznych rozwiązań

Profil kompetencyjny w zawodzie Sprzedawca		
3.	Komunikatywność	<ul style="list-style-type: none"> • Słuchanie • Wypowiadanie się w sposób jasny i zrozumiały dla innych • Doprecyzowywanie wypowiedzi rozmówcy • Monitorowanie zrozumienia u rozmówcy • Rozwijanie wątków poruszanych przez rozmówcę
Kompetencje twarde		Wskaźniki
1.	Obsługa komputera i Internetu	<ul style="list-style-type: none"> • Użytkowanie komputera i urządzeń dodatkowych • Poruszanie się w systemie operacyjnym • Zarządzanie oprogramowaniem komputera • Korzystanie z Internetu
2.	Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy	<ul style="list-style-type: none"> • Przygotowanie materiału informacyjnego (ulotki) w edytorze tekstu • Dokument zamówienia asortymentu w arkuszu kalkulacyjnym • Przygotowanie prezentacji firmy • Komunikacja z kontrahentami z wykorzystaniem poczty e-mail

Tabela 4. Profil kompetencyjny w zawodzie Przedstawiciel handlowy

Profil kompetencyjny w zawodzie Przedstawiciel handlowy		
Kompetencje miękkie		Wskaźniki
1.	Proces sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> • Nawiązywanie kontaktu • Rozpoznawanie potrzeb klienta • Przygotowanie i prezentacja oferty • Negocjowanie warunków oferty, • Finalizowanie sprzedaży.

Profil kompetencyjny w zawodzie Przedstawiciel handlowy		
2.	Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów	<ul style="list-style-type: none"> Wykonywanie zadań ze względu na ich wagę i pilność w wyznaczonym czasie Osiąganie zakładanych rezultatów, Określanie jasnych, mierzalnych, realistycznych, atrakcyjnych i zaplanowanych w czasie rezultatów, Dostosowywanie do zmieniających się okoliczności Minimalizowanie ryzyka i kosztów związanych z realizacją zadań.
3.	Komunikatywność	<ul style="list-style-type: none"> Słuchanie Wypowiadanie się w sposób jasny i zrozumiały dla innych Doprecyzowywanie wypowiedzi rozmówcy Monitorowanie zrozumienia u rozmówcy Rozwijanie wątków poruszanych przez rozmówcę
Kompetencje twarde		Wskaźniki
1.	Obsługa komputera i Internetu	<ul style="list-style-type: none"> Użytkowanie komputera i urządzeń dodatkowych Poruszanie się w systemie operacyjnym Zarządzanie oprogramowaniem komputera Korzystanie z Internetu
2.	Pakiet biurowy w pracy przedstawiciela handlowego	<ul style="list-style-type: none"> Przygotowanie oferty w edytorze tekstu Przygotowanie kalkulacji do oferty w arkuszu kalkulacyjnym Prezentacja handlowa Komunikacja w procesie handlowym z wykorzystaniem poczty e-mail

Prawidłowa realizacja każdej sesji DC bez względu na rodzaj diagnozowanych kompetencji, wymaga przestrzegania następujących reguł.

- Zadania skonstruowane są tak, aby stworzone zostały w nich warunki, pozwalające na ujawnienie się zachowań świadczących o posiadaniu danej kompetencji.
- Podczas jednego zadania diagnozowane są maksymalnie dwie / trzy kompetencje.
- Każda kompetencja jest diagnozowana, podczas co najmniej dwóch zadań.
- Przy konstrukcji sesji korzystamy z macierzy zadań, pozwalającej sprawdzić czy dana kompetencja jest oceniana w co najmniej dwóch zadaniach oraz czy zadanie jest przeznaczone do diagnozy nie więcej niż trzech kompetencji.
- Przed sesją odpowiednio przygotowani są: osoba prowadząca sesję, asesorowie.

6. Przy planowaniu sesji dbamy o czas na przerwy, a także staramy się wybrać salę na sesję zapewniającą komfort pracy uczestnikom.

W ramach *Modelu* przeprowadzane są dwa rodzaje sesji DC w zależności od rodzaju diagnozowanych kompetencji: sesja DC diagnozująca poziom kompetencji miękkich i sesja DC diagnozująca poziom kompetencji twardych. Obie sesje znacznie się od siebie różnią w związku z tym zostały oddzielnie opisane.

4.1. Sesja Development Centre w zakresie kompetencji miękkich

Sesje DC dotyczące kompetencji miękkich:

- Uczestnicy sesji dotyczącej kompetencji miękkich są proszeni o udział w różnych symulacjach opartych o specyfikę pracy sprzedawcy/przedstawiciela handlowego w formie zadań grupowych, ale przede wszystkim zadań indywidualnych.
- W sesji dotyczącej walidacji kompetencji miękkich może wziąć udział minimum 3 uczestników, niemniej konstrukcja sesji pozwala na duplikowanie tej ilości uczestników. Rekomendowane jest organizowanie sesji dla 6 osób, co pozwala na udział 3 asesorów.
- Jeden asesor ocenia maksymalnie dwie osoby. Przy czym cała sesja jest rejestrowana na cyfrowych kamerach video, celem **zwiększenia rzetelności wyników** poprzez omówienie w zespole asesorskim diagnozowanych kompetencji.
- Omówienie diagnozowanych kompetencji w zespole asesorskim jest szczególnie ważne, w przypadku kiedy asesorzy mają mniejsze doświadczenie w ocenie kompetencji.
- Rekomenduje się również wymianę dobrych praktyk w tym zakresie pomiędzy mniej i bardziej doświadczonymi asesorami.
- Został opracowany jeden harmonogram sesji łączący diagnozę profilu przedstawiciela handlowego, jak i sprzedawcy.
- Sesja jest realizowana w ciągu jednego dnia (ok. 6 godzin zegarowych).

Organizacja sesji DC wiąże się z udziałem **asesorów i osoby prowadzącej**. Każda z osób zaangażowanych w sesję ma swoje odrębne role i zadania, które zostały opisane poniżej.

Prowadzący sesję DC

Ogólnie rzecz biorąc zadaniem prowadzącego jest koordynowanie trwającej sesji DC i dbanie o ogólną atmosferę w jej trakcie. Przy czym można wyodrębnić poszczególne zadania prowadzącego w zależności od etapu trwania sesji DC.

Rola prowadzącego na początku sesji DC:

- Wita uczestników, dziękuje za przybycie, prosi o przedstawienie się wszystkich.
- Wyjaśnia cele i zasady sesji, opcjonalnie prezentuje założenia projektu, w ramach którego realizowana jest sesja. Krótko przedstawia cały *Model* i kolejne działania.
- Mówi o swojej roli i roli asesorów.
- Udziela informacji o przebiegu i czasie trwania spotkania, przedstawia kompetencje, które będą diagnozowane i prezentuje krótko skalę oceny.
- Krótko omawia formę raportowania i archiwizacji wyników.
- Informuje o obecności kamer i prosi o pisemną zgodę na nagrywanie (zbiera podpisane arkusze ze zgodą uczestników na rejestrację ich wizerunku).

Rola prowadzącego w trakcie sesji DC:

- Doskonale zna harmonogram sesji, treść i przebieg zadań.
- Jest jedyną osobą, która rozwiewa wszelkie niejasności w instrukcjach, rozstrzyga spory interpretacyjne, podejmuje decyzję jeśli pojawią się dwuznaczności w rozumieniu zadań.
- Jasno komunikuje instrukcje do ćwiczeń.
- W zadaniach grupowych pełni rolę „Centrali” – bank pieniędzy, materiałów i narzędzi, miejsce akceptacji produktów.
- Pilnuje czasu, działa zgodnie z opracowanym harmonogramem, kiedy potrzeba reaguje elastycznie.
- Wskazuje lokalizacje poszczególnych aktywności (gdzie, jakie zadanie ma się odbywać).
- Zbiera materiały po każdym zadaniu, przygotowuje materiały dla asesorów jeśli zadanie ma formę pisemną i na tej podstawie będzie oceniana kompetencja.

Wskazówka dla prowadzącego sesję

Prowadząc sesję unikaj wcześniej już wspomnianych słów obcobrzmiałych, a także słów takich jak „ocena”. Trzeba bowiem pamiętać, że sytuacja oceny jest z psychologicznego punktu widzenia jedną z trudniejszych sytuacji społecznych i w związku z tym warto zadbać o odpowiedni przekaz. Dodatkowo na początku sesji można zaproponować uczestnikom skorzystanie z poczęstunku i pozwolić im na chwile niezobowiązujących rozmów między sobą w celu redukcji stresu i napięcia.

Rola prowadzącego na zakończenie sesji DC:

- Dziękuje uczestnikom za udział.
- Określa termin kiedy uczestnicy otrzymają informacje zwrotne o wynikach.
- Zbiera pozostawione materiały drukowane i inne.

Poniżej znajdują się wytyczne dla osób mogących pełnić rolę prowadzącego sesję DC:

Wymagane wykształcenie i doświadczenie:

- brak wymagań co do wykształcenia,
- praktyka w prowadzeniu publicznych wystąpień.

Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:

- swoboda w prowadzeniu wystąpień publicznych,
- pewność siebie,
- energiczność,
- umiejętności organizacyjne.

Mile widziana byłaby również podstawowa wiedza na temat metodologii DC, a także specyfiki diagnozowanych kompetencji.

Asesor

Asesor to osoba obserwująca uczestników sesji DC i dokonująca oceny badanych kompetencji. Asesor podsumowuje obserwacje sporządzając **raport indywidualny**, który jest poufny i jest przekazywany bezpośrednio uczestnikowi sesji ([Załącznik nr 7A](#)). Asesor opracowuje również skrócony raport ([Załącznik nr 8A](#)), który zawiera ogólną ocenę kompetencji i rekomendacje rozwojowe. Skrócony raport jest archiwizowany w dokumentacji procesu walidacji i jest podstawą sporządzenia certyfikatu potwierdzającego posiadany poziom kompetencji.

Pełny raport indywidualny asesor omawia z uczestnikiem w trakcie **sesji informacji zwrotnych** nazywanych **feedbackiem**.

Poniżej zostały zaprezentowane wymagania rekrutacyjne dla osób chcących pełnić rolę asesora w zakresie kompetencji miękkich.

Wymagane wykształcenie i doświadczenie:

- wykształcenie wyższe (preferowane w obszarze psychologii, pedagogiki, doradztwa zawodowego),
- min. 3-letnie doświadczenie w ocenianiu kompetencji jako specjalista ds. rekrutacji, doradca zawodowy,
- mile widziane doświadczenie w pracy jako asesor.

Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:

- zdolności interpersonalne i komunikacyjne (np. aktywne słuchanie),
- umiejętność wnikliwej obserwacji,
- umiejętność wczucia się w rolę np. klienta,
- asertywność,
- odporność na stres związany z ocenianiem,
- dbanie o atmosferę,
- umiejętność obserwacji z jednoczesnym notowaniem,
- umiejętność klasyfikacji, podsumowywania, syntezy,
- sprawność w pisemnym wyrażaniu myśli i opinii.

Przygotowanie się do pełnienia roli asesora

- Zapoznanie się z kontekstem *Modelu*. Opcjonalnie asesor powinien zapoznać się z ogólnymi informacjami na temat projektu, w ramach którego walidacja jest realizowana.
- Zapoznanie się z badanymi kompetencjami – dokładne przeanalizowanie wskaźników behawioralnych na każdym poziomie skali obserwacyjnej.
- Dokładne zapoznanie się z harmonogramem sesji i wszystkimi zadaniami.
- Odegranie, najlepiej wśród zespołu asesorskiego, wszystkich zadań symulacyjnych, w których asesor wciela się w rolę klienta.
- Zapoznanie się z kamerami rejestrującymi w celu sprawnej obsługi w trakcie sesji DC.
- Opcjonalnie asesor może wziąć udział w szkoleniu przygotowującym do pełnienia roli asesora w ramach *Modelu*, zgodnie z przygotowanym programem ([Załącznik nr 15](#)).

Rola asesora w trakcie sesji DC wiąże się z obserwacją uczestnika sesji i notowaniem obserwowanych zachowań. Model zakłada, że optymalne jest przeprowadzanie sesji z udziałem sześciu uczestników, przy czym jeden asesor obserwuje i ocenia dwie osoby. Cała sesja jest rejestrowana przez kamerę cyfrową, co znacznie ułatwia obserwację. Asesor w zadaniach indywidualnych symulacyjnych wciela się w rolę klienta, a dzięki obecności kamer nie jest zmuszony do notowania.

Podsumowując **rola asesora w trakcie sesji DC** to:

- Obserwacja uczestnika sesji.
- Notowanie obserwowanych zachowań.
- Wcielenie się w rolę klienta w zadaniach symulacyjnych.
- Dbanie o właściwą rejestrację nagrań w trakcie zadań indywidualnych.

Wskazówki dla asesora w czasie prowadzenia obserwacji:

- Ograniczenie notatek do stwierdzeń, faktów, dosłownych cytatów. Notatki powinny dotyczyć opisu zachowania a nie jego osądu czy interpretacji.

- Wykorzystanie do notatek wcześniej przygotowanego arkusza obserwacji z opisem badanych kompetencji i wskaźników ([Załącznik nr 6](#)).
- Zwracanie uwagi na twarze, mowę ciała.
- Nie ocenianie zachowań w trakcie obserwacji.
- Robienie notatek na temat zachowania werbalnego i niewerbalnego.
- Możliwie szybko po sesji zaklasyfikowanie zaobserwowanych zachowań do odpowiadających im kompetencji.

Wskazówki dla asesora w czasie przygotowywania raportu

- W pierwszej kolejności należy ocenić wskaźniki poszczególnych kompetencji niezależnie przy każdym zadaniu, potem uśrednić wyniki.
- Na potrzeby sporządzenia raportu indywidualnego ([Załącznik nr 7A](#)) należy przyjąć następujący sposób dekodowania ocen na poziomie wskaźników

A = 1	B = 2	C = 3	D = 4	E = 5
A+ = 1,5	B+ = 2,5	C+ = 3,5	D+ = 4,5	-

- W wynikach szczegółowych ogólna ocena poszczególnych kompetencji jest zaokrągloną średnią wyliczoną z ocen poszczególnych wskaźników składających się na te kompetencje. Przy czym zaokrąglenie to uwzględnia następujące wielkości odpowiadające proponowanej w *Modelu* literowej skali:

A = <1,0;1,2>	B = <1,8;2,2>	C = <2,8;3,2>	D = <3,8;4,2>	E = <4,8;5,0>
A+ = <1,3;1,7>	B+ = <2,3;2,7>	C+ = <3,3;3,7>	D+ = <4,3;4,7>	-

- Pisząc raport należy odwoływać się tylko do tego, co zostało zgromadzone w arkuszach obserwacyjnych i na nagraniach z kamery.
- Należy unikać uogólnień „zawsze”, „nigdy”. Sugeruje się raczej opisywanie sytuacyjne. Można zacytować najbardziej charakterystyczne wypowiedzi uczestnika sesji.
- Należy zwrócić uwagę na to, aby język raportu był zrozumiały dla odbiorcy, co wiąże się z używaniem prostych, konkretnych zdań i unikaniem psychologizmów.
- Należy wybrać jeden czas gramatyczny i konsekwentnie go stosować. Sugerowany jest czas przeszły.
- Raport jest podsumowaniem mocnych stron i obszarów do rozwoju, w związku z tym jako wartość dodaną można poszerzyć raport o opisy mocnych stron, które udało się zaobserwować, a które bezpośrednio nie odnoszą się badanych kompetencji. Na pewno będzie to miało bardzo pozytywny, motywujący wpływ na uczestników z grupy 50+.

Wskazówki dla asesora dotyczące przeprowadzenia sesji informacji zwrotnej

Przed spotkaniem należy się dokładnie zapoznać z raportem, niedopuszczalny jest brak wiedzy na temat sporządzonego opisu kompetencji.

- Sesja rozpoczyna się od przedstawienia celu spotkania i ram czasowych (feedback powinien trwać 1 – 1,5 godziny).
- Asesor powinien zadbać o to, aby sesja informacji zwrotnej była przeprowadzona we właściwym pomieszczeniu (mała, kameralna sala, z oknem).

- W trakcie spotkania po wstępnej sesji DC wykorzystywany jest Arkusz *wspierający rozmowę feedbackową* ([Załącznik nr 9](#)).
- Asesor potwierdza chęć dalszego udziału uczestnika w działaniach rozwojowych bądź nie. Wtedy wyniki sesji DC stają się podstawą do wstawienia Certyfikatu potwierdzającego poziom posiadanych kompetencji.

Wskazówka dla asesora

Cel sesji feedbackowej po wstępnej sesji – omówienie raportu i zaplanowanie działań rozwojowych realizowanych w ramach Modelu.

Cel sesji feedbackowej po powtórnej sesji DC – omówienie raportu, omówienie rozwoju kompetencji i zaplanowanie działań rozwojowych ze szczególnym uwzględnieniem własnej aktywności.

Przebieg sesji informacji zwrotnej

1. Informacja o celu spotkania i ramach czasowych, zawiązanie kontraktu dotyczącego poufności informacji i zasad współpracy (np. wyłączone telefony).
2. Asesor zapoznaje się z refleksjami i wrażeniami uczestnika po przeczytaniu raportu. Jest to moment na wyjaśnienie wątpliwości związanych z raportem i sesją DC, w której osoba brała udział.
3. Omówienie struktury raportu z krótkim wyjaśnieniem definicji poziomów przyjętych do opisy kompetencji (skala).
4. Prezentacja mocnych stron badanego i obszarów do rozwoju. Podczas spotkania zostają omówione przede wszystkim zachowania, jakie były przejawiane podczas realizacji zadań. Należy dokładnie omówić poszczególne kompetencje skupiając się na jakościowej ocenie. Opcjonalnie możliwe jest wykorzystanie nagrań video do wskazania mocnych, jak i słabych obszarów.
5. Wspólne ustalenie celów rozwojowych i zaplanowanie działań rozwojowych (wypełniony zostaje Arkusz *wspierający rozmowę feedbackową*). Należy uwzględnić zarówno formy działań rozwojowych opracowanych w ramach Modelu (szczegóły w Rozdziale 5), jak i działania wspierające, które uczestnik może realizować na bieżąco w życiu codziennym zarówno prywatnym, jak i zawodowym. Cele ustalane są bardzo konkretnie ze wskaźnikami i terminami realizacji. Planując działania rozwojowe rekomenduje się wykorzystanie elementów podejścia skoncentrowanego na rozwiązaniach.

4.2 Sesja Development Centre w zakresie kompetencji twardych

Konstrukcja sesji DC w zakresie kompetencji twardych znacznie się różni od sesji DC diagnozującej kompetencje miękkie. Charakter sesji DC w zakresie kompetencji twardych jest bardziej indywidualizowany. Uczestnicy przez całą sesję indywidualnie pracują przy komputerach. W związku z tym nie ma potrzeby angażowania do przeprowadzenia sesji osoby prowadzącej sesję. Rolę prowadzącego przejmuje asesor, który jednocześnie przygotowuje sprzęt, prowadzi sesję, jak i dokonuje oceny.

Sesje DC dotyczące kompetencji twardych:

- Uczestnicy sesji dotyczącej kompetencji twardych indywidualnie wykonują poszczególne zadania na komputerze.
- W sesji może wziąć udział minimum 3 uczestników, niemniej konstrukcja sesji pozwala na duplikowanie tej ilości uczestników.
- Jeden asesor może oceniać maksymalnie trzy osoby. Przy czym cała sesja jest zapisywana na cyfrowej kamerze video, ustawionej za plecami uczestników celem zarejestrowania sposobu wykonywania poszczególnych zadań.
- Sesja jest realizowana w ciągu jednego dnia (ok. 7 godzin zegarowych).
- Rekomenduje się, aby osoba prowadząca i asesorzy posiadali wiedzę i umiejętności w zakresie przedmiotu oceny, a także przeszli sami proces walidacji kompetencji.

- Rekomenduje się, aby asesorzy mieli doświadczenie w samodzielny opracowywaniu zadań.
- Rekomenduje się szczególną dbałość o zapewnienie uczestnikom równych warunków oceny w zakresie jednolitego sprzętu i oprogramowania.
- Zostały opracowane dwa harmonogramy sesji DC jedna uwzględnia zadania dla profilu przedstawiciela handlowego, druga dla sprzedawcy. Niemniej możliwe jest połączenie obu sesji w jednym czasie.
- Rekomenduje się wykorzystanie materiałów znajdujących się na tzw. „[pendrive asesora](#)”.
- Przygotowane zadania diagnozujące są opracowane w wersji elektronicznej wraz z instrukcją wykorzystania (załącznik do opracowań elektronicznych znajdujących się na dołączonej płycie).
- W sesji bierze udział tylko jeden asesor (w przypadku kiedy jest 3 uczestników).

Asesor

Poniżej zostały zaprezentowane wymagania rekrutacyjne dla osób chcących pełnić rolę asesora.

Wymagane wykształcenie i doświadczenie:

- wykształcenie wyższe (preferowane w obszarze nauk teleinformatycznych lub w obszarze nauk społecznych),
- praktyczna wiedza z zakresu obsługi komputera i pakietu Office,
- min. 3-letnie doświadczenie w ocenianiu kompetencji,
- mile widziane doświadczenie w doradztwie IT z wykorzystaniem Modeli oceny kompetencji.

Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:

- umiejętność przygotowania infrastruktury technicznej na potrzeby sesji,
- praktyczna znajomość wykorzystania komputera oraz pakietu biurowego w zakresie zgodnym z opisem kompetencji twardych *Modelu*,
- umiejętność wnikliwej obserwacji,
- odporność na stres związany z ocenianiem,
- dbanie o atmosferę,
- umiejętność obserwacji z jednoczesnym notowaniem,
- umiejętność klasyfikacji, podsumowywania, syntezy,
- sprawność w pisemnym wyrażaniu myśli i opinii.

Rola asesora:

- Przygotowuje infrastrukturę, konfiguruje sprzęt i kamery.
- Wita uczestników, dziękuje za przybycie, prosi o przedstawienie się wszystkich.
- Wyjaśnia cele i zasady sesji, opcjonalnie prezentuje założenia projektu, w ramach którego realizowana jest sesja. Krótko przedstawia cały Model i kolejne działania.
- Mówi o swojej roli.
- Udziela informacji o przebiegu i czasie trwania spotkania, przedstawia kompetencje, które będą diagnozowane i prezentuje krótko skalę oceny.
- Krótko omawia formę raportowania i archiwizacji wyników.
- Informuje o obecności kamer i prosi o pisemną zgodę na nagrywanie (zbiera podpisane arkusze ze zgodą uczestników na rejestrację ich wizerunku).
- Obserwuje uczestników i notuje swoje spostrzeżenia.

- Pilnuje harmonogramu sesji i przerw.
- Podsumowuje sesję i dziękuje za przybycie

Wskazówki dla asesora w czasie przygotowywania raportu

- W pierwszej kolejności należy ocenić wskaźniki poszczególnych kompetencji niezależnie przy każdym zadaniu, potem uśrednić wyniki.
- Na potrzeby sporządzenia raportu indywidualnego ([Załącznik nr 7B](#)) należy przyjąć następujący sposób dekodowania ocen na poziomie wskaźników

A = 1	B = 2	C = 3	D = 4	E = 5
A+ = 1,5	B+ = 2,5	C+ = 3,5	D+ = 4,5	-

- W wynikach szczegółowych ogólna ocena poszczególnych kompetencji jest zaokrągloną średnią wyliczoną z ocen poszczególnych wskaźników składających się na te kompetencje. Przy czym zaokrąglenie to uwzględnia następujące wielkości odpowiadające proponowanej w Modelu literowej skali:

A = <1,0;1,2>	B = <1,8;2,2>	C = <2,8;3,2>	D = <3,8;4,2>	E = <4,8;5,0>
A+ = <1,3;1,7>	B+ = <2,3;2,7>	C+ = <3,3;3,7>	D+ = <4,3;4,7>	-

- Pisząc raport należy odwoływać się tylko do tego, co zostało zgromadzone na nagraniach z kamery.
- Należy unikać uogólnień „zawsze”, „nigdy”. Sugeruje się raczej opisywanie sytuacyjne. Można zacytować najbardziej charakterystyczne wypowiedzi uczestnika sesji.
- Należy zwrócić uwagę na to, aby język raportu był zrozumiały dla odbiorcy, co wiąże się z używaniem prostych, konkretnych zdań.
- Należy wybrać jeden czas gramatyczny i konsekwentnie go stosować. Sugerowany jest czas przeszły.

Wskazówki dla asesora dotyczące przeprowadzenia sesji informacji zwrotnej

Przed spotkaniem należy się dokładnie zapoznać z raportem, niedopuszczalny jest brak wiedzy na temat sporządzonego opisu kompetencji.

- Sesja rozpoczyna się od przedstawienia celu spotkania i ram czasowych (feedback powinien trwać 1 – 1,5 godziny).
- W trakcie spotkania po wstępnej sesji DC wykorzystywany jest Arkusz wspierający rozmowę feedbackową ([Załącznik nr 9](#))
- Należy dokładnie omówić strukturę raportu i użytą skalę.

Wskazówka dla asesora

Cel sesji feedbackowej po wstępnej sesji – omówienie raportu i zaplanowanie działań rozwojowych realizowanych w ramach Modelu.

Cel sesji feedbackowej po powtarzanej sesji DC – omówienie raportu, omówienie rozwoju kompetencji i zaplanowanie działań rozwojowych ze szczególnym uwzględnieniem własnej aktywności.

4.3 Zestaw zadań diagnozujących kompetencje

W ramach *Modelu* został opracowany i przetestowany zestaw zadań diagnozujących kompetencje. Podstawą zadań były skale obserwacyjne, a szczególnie opisy poszczególnych wskaźników. Zadania zostały przygotowane w taki sposób, aby można było zaobserwować całe spektrum różnych zachowań uwzględnionych w zakresach diagnozowanych kompetencji i poziomach wykorzystywanych skal. Zadania dotyczą zarówno kompetencji miękkich jak i twardych.

Zostały przygotowane dwa zestawy zadań diagnozujących kompetencje miękkie, po to, aby można było je stosować wymiennie.

Z kolei w przypadku zadań dotyczących diagnozy kompetencji twardych uznano, że nie ma potrzeby przygotowywania dwóch zestawów, ze względu na rozbudowaną strukturę zadań. Gwarantuje to, że nawet powtórny udział w sesji DC w krótkim odstępie czasowym nie wpłynie na obniżenie rzetelności uzyskanych wyników, ponieważ nie jest możliwe zapamiętanie ze szczegółami całego tak rozbudowanego zadania.

Zakłada się możliwość modyfikowania zadań i dostosowywania ich do realiów zawodowych. W przypadku oceny kompetencji twardych zadania każdorazowo powinny zawierać treści odpowiadające bieżącej rzeczywistości. Jest to szczególnie ważne w przypadku szybko następującej cyfryzacji.

Poniżej zostały zaprezentowane macierze zadań i kompetencji miękkich dla dwóch profili oddzielnie.

Wskazówka

Rekomenduje się wykorzystanie jednego zestawu zadań dotyczących diagnozy kompetencji miękkich w trakcie realizacji wstępnej sesji DC, a drugiego zestawu w trakcie powtórnej sesji DC.

Tabela 5. Macierz dla profilu Przedstawiciela handlowego

Zadania	Kompetencje		
	Komunikatywność	Proces sprzedaży	Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów
Zadanie grupowe – produkcyjne (Drukarnia / Spotkanie uczestników Akademii Handlowej)	X		X
Zdobądź klienta	X	X	
Sprzedaj mi	X	X	
Zaplanuj swój tydzień			X

Tabela 6. Macierz dla profilu Sprzedawcy

Zadania	Kompetencje		
	Komunikatywność	Obsługa klienta	Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych
Zadanie grupowe – produkcyjne (Drukarnia /Spotkanie uczestników Akademii Handlowej)	X		
Obsługa klienta	X	X	
Niezadowolony klient	X	X	X
Reklamacja			X

Ogólne wskazówki do oceny kompetencji

Poziom A – Poziom ten określany jest wtedy, kiedy diagnozowane zachowanie się nie pojawia, bądź pojawiają się wyraźne błędy

Poziom B – Poziom ten określany jest wtedy, kiedy diagnozowane zachowanie pojawia się sporadycznie (np. w jednym zadaniu uczestnik zadaje kilka pytań otartych, w drugim koncentruje się na pytaniach zamkniętych w trakcie badania potrzeb klienta)

Poziom C – Poziom ten określany jest wtedy, kiedy radzi sobie w optymalnych warunkach właściwie bez problemów (dopuszczalne a jednak pojedyncze zachowania z niższego poziomu).

Poziom D – Poziom ten określany jest wtedy, kiedy pojawiają się trudne sytuacje, a mimo to uczestnik nadal sobie dobrze radzi. Konieczne jest wprowadzanie przez asesora utrudnień do gry w scenkach indywidualnych. Utrudnieniem będzie okazywanie silnego zdenerwowania, znużenia i zmęczenia, próba wycofania się z kontaktu bądź nadmierna gadatliwość asesora – klienta, wyrazista komunikacja niewerbalna, która pozwala oceniać reakcję badanego, niedopowiadanie i niedookreślanie pewnych stwierdzeń i poruszonych kwestii. Zadania grupowe utrudnienia mają zapisane w scenariuszu zadania.

Poziom E – Poziom ten określany jest wtedy, kiedy pojawiają się wszystkie zachowania określone na Poziomie E wraz z naturalną umiejętnością wyczuwania emocji, nastrojów, osobistych, głęboko ukrytych potrzeb klienta. Zwracamy również uwagę na szeroką perspektywę, którą badany eksploruje i uwzględnia w swoim działaniu.

W przypadku kompetencji twardych analizowana jest droga dojścia do wyniku zadania, uwzględniająca efektywność wykorzystanych funkcji.

Wszystkie przetestowane zadania znajdują się w [załącznikach](#) do niniejszego *Podręcznika*.

5. Realizacja działań rozwojowych

Opracowanie Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji obejmuje również **oferę edukacyjną, która wspiera rozwój kompetencji w zawodach handlowych**. Jak zostało już wcześniej wskazane, moduł działań rozwojowych jest zupełnie niezależny od działań walidacyjnych. Oznacza to, że organizacja może tylko wdrożyć elementy Modelu związane z przeprowadzaniem sesji DC i wydawaniem certyfikatów.

W niniejszym rozdziale można zapoznać się z algorytmami rekomendowania działań rozwojowych oraz z krótką charakterystyką oferty edukacyjnej.

W tym miejscu konieczne jest przypomnienie definicji kompetencji, rozumianej jako „**dyspozycje w zakresie wiedzy, umiejętności i postaw, pozwalające realizować zadania zawodowe na odpowiednim poziomie**”. Taka konstrukcja w pewien sposób wyznacza właściwe formy działań rozwojowych w zależności od zdiagnozowanych luk kompetencyjnych.

Tabela 2. Opis luk kompetencyjnych w odwołaniu do poszczególnych poziomów kompetencji.

Poziom kompetencji	Zakres luk
A	Duże luki (bądź braki) w zakresie wiedzy, umiejętności i postaw.
B	Częściowe luki w zakresie wiedzy i duże luki w zakresie umiejętności oraz postaw.
C	Częściowe luki w zakresie umiejętności i postaw.
D	Niewielkie luki w zakresie umiejętności i postaw.
E	Brak luk

Wszystkie powyższe założenia pozwoliły opracować ofertę edukacyjną dostosowaną do 5-ciestopniowej skali oceny przyjętej w *Modelu*, w skład której będą wchodzić następujące formy działań rozwojowych:

- **lekcje e-learningowe**, które uzupełniają **luki w wiedzy**,
- **treningi praktyczne**, które uzupełniają **luki w umiejętnościach**,
- **indywidualne sesje rozwojowe, z wykorzystaniem technik doradztwa, mentoringu, coachingu**, które będą modelować poziom kompetencji w wybranych aspektach sytuacji zawodowych i będą umożliwiały pracę między innymi modelującą **postawy, przekonania, paradygmaty uczestnika**.

Z szczegółową charakterystyką uczenia osób dorosłych można się zapoznać czytając opis Modelu, w tym miejscu skoncentrowano się na praktycznych wskazówkach związanych z organizacją i przeprowadzeniem działań rozwojowych.

Dorośli uczą się najlepiej gdy:

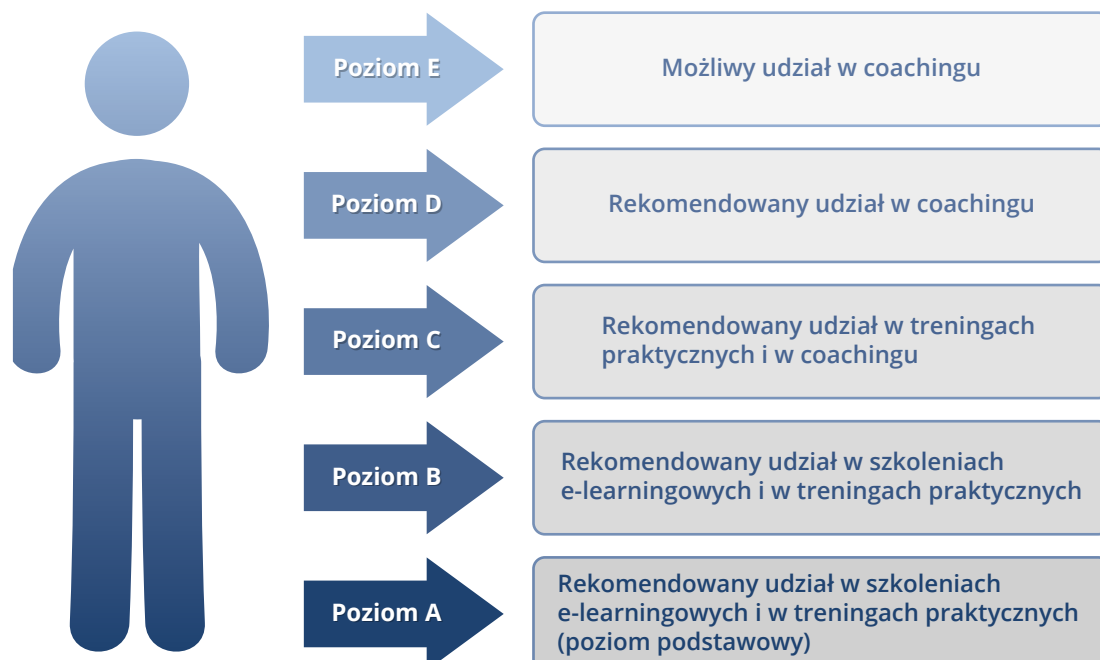
- w procesie uczenia mają możliwość odwołania się do swojego doświadczenia,
- ich doświadczenie jest uznawane za cenne w procesie szkoleniowym,
- rozumieją znaczenie, przydatność i wartość tego, czego się uczą,
- mogą wyrażać siebie bez autocenzury,
- mogą bezkarnie popełniać błędy bez osądzania,
- są aktywnie zaangażowani w proces.

Na potrzeby skutecznej, punktowej realizacji działań rozwojowych opracowano algorytmy rekomendowania poszczególnych działań w zależności od aktualnego, zdiagnozowanego poziomu kompetencji. Algorytmy zostały opracowane oddzielnie dla kompetencji miękkich i twardych.

Rekomendowane działania rozwojowe w zależności od zdiagnozowanych poziomów kompetencji.

W ramach realizacji indywidualnych ścieżek rozwojowych rekomenduje się uczestnikom procesu konkretne działania w zależności od zdiagnozowanych poziomów kompetencji.

Poniższy schemat prezentuje poszczególne algorytmy dla kompetencji miękkich.



Ilustracja 4. Schemat przedstawiający rekomendowane działania rozwojowe w zależności od zdiagnozowanego poziomu kompetencji miękkich.

Dla osób osiągających wyniki na poziomie A (poważne braki) zaproponowany został udział w szkoleniach e-learningowych. Formuła taka musi uwzględniać poziom kompetencji twardych i w swojej sekwencyjności w pierwszej kolejności realizować działania związane z podniesieniem kompetencji z zakresu IT, które pozwolą bezproblemowo zrealizować lekcje e-learningowe. Niemniej doświadczenia fazy testowania *Modelu* pokazują, że słusznym jest włączenie w zestaw dedykowanych działań rozwojowych osobom osiągającym wyniki na poziomie A/A+ również treningów praktycznych realizowanych na poziomie podstawowym. Model obejmuje programy treningów praktycznych. Wykorzystanie zawartych w ramach *Modelu* programów pozostawione jest do decyzji trenera prowadzącego trening. Wszystkie programy obejmują zagadnienia najistotniejsze w ramach wybranych do diagnozy kompetencji i możliwe jest wykorzystanie scenariusza zarówno na poziomie podstawowym, jak i zaawansowanym. Istotne jest, aby poziom zaawansowany w większej części opierał się na symulacjach i feedbacku udzielanego uczestnikom.

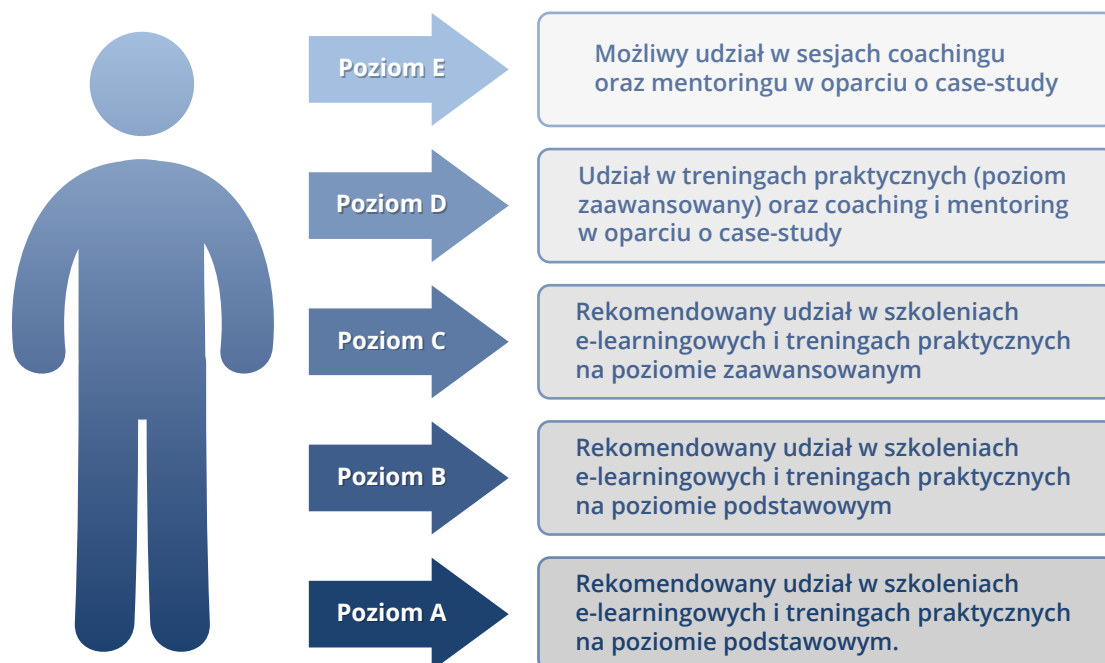
Dla osób osiągających wyniki na poziomie B (częściowe, czasowe braki) zaproponowany został udział w szkoleniach e-learningowych i treningach praktycznych. Uczestnicy w pierwszej kolejności mogą korzystać z wybranych fragmentów szkoleń e-learningowych, aby następnie uzupełnić wiedzę deklaracyjną poszerzyć o rozwój wiedzy proceduralnej (umiejętności).

Dla osób osiągających wyniki na poziomie C (samodzielność, poprawne wykonywanie większości zadań wymagających danej kompetencji) rekomendowany jest udział w treningach praktycznych i sesjach coachingowych. W tym przypadku proponowane jest różnicowanie względem ocen półkowych, co oznacza, że coaching raczej będzie proponowany przy ocenie kompetencji na poziomie C+ i powinien być poprzedzony udziałem w treningu praktycznym.

Dla osób osiągających wyniki na poziomie D (sprawna, bezbłędna realizacja zadań wymagających danej kompetencji, radzenie sobie również z trudnymi zadaniami) zaproponowany został udział w indywidualnych sesjach coachingowych, które pozwolą na optymalizację pracy.

Dla osób osiągających wyniki na poziomie E (sprawne wykonanie nawet wyjątkowo trudnych zadań) teoretycznie nie ma koniecznych wskazań do jakichkolwiek działań rozwojowych, niemniej formuła sesji coachingowej jak najbardziej jest możliwa i efektywna na tym poziomie. Możliwe jest również na tym poziomie angażowanie osób do pełnienia roli mentora w zakresie konkretnej kompetencji. Niemniej założenia niniejszego projektu nie przewidują takich działań.

Kolejny schemat prezentuje propozycję algorytmów działań rozwojowych dla kompetencji twardych.



Ilustracja 5. Schemat przedstawiający rekomendowane działania rozwojowe w zależności od zdiagnozowanego poziomu kompetencji twardych.

Formy rozwojowe zostały dobrane do zdiagnozowanych poziomów kompetencji twardych z uwzględnieniem specyfiki grupy docelowej oraz uwzględniając charakterystykę zawartości merytorycznej kompetencji specjalistycznych *Modelu*.

Dla osób osiągających wyniki na poziomie A i B (poważne braki, popełnianie błędów), zaproponowany został udział w treningach praktycznych na poziomie podstawowym oraz udział w szkoleniach e-learning. Formuła taka musi uwzględniać odpowiednią kolejność następowania po sobie działań rozwojowych. Rekomenduje się rozpoczęcie cyklu rozwojowego od treningu praktycznego, który w ramach kształcenia kompetencji twardych umożliwi uczestnikom zdobycie umiejętności pozwalającym im samodzielnie korzystać ze szkoleń w formule e-learning. W dalszej części cyklu rozwojowego uczestnicy korzystają ze szkoleń e-learningowych przyswajając wiedzę, która jest utrwalana poprzez ćwiczenia praktyczne w ramach treningów.

Dla osób osiągających wyniki na poziomie C (samodzielność, poprawne wykonywanie większości zadań wymagających danej kompetencji), zaproponowany został udział w treningach praktycznych na poziomie zaawansowanym oraz udział w szkoleniach e-learning.

Uczestnicy korzystając z wybranych fragmentów szkoleń e-learning przyswajają zaawansowaną wiedzę poszerzającą ich obecny zasób. Następnie umiejętności są utrwalane poprzez ćwiczenia praktyczne w ramach treningów.

Dla osób osiągających wyniki na poziomie D (sprawna, bezbłędna realizacja zadań wymagających danej kompetencji, radzenie sobie również z trudnymi zadaniami) rekomendowany jest udział w treningach praktycznych (poziom zaawansowany) pozwalający na optymalizację pracy i poznanie najbardziej zaawansowanych technik pracy. Trening jest dodatkowo wzbogacony o coaching i mentoring w oparciu o rzeczywiste studia przypadku (case-study) uczestnika.

Dla osób osiągających wyniki na poziomie E (sprawne wykonanie nawet wyjątkowo trudnych zadań) jako rekomendowaną formę rozwoju przyjmuje się pracę w oparciu o dedykowaną informację zwrotną. Jest to wyłącznie praca razem z coachem/mentorem w oparciu o rzeczywiste studia przypadku (case-study) uczestnika.

5.1 Oferta edukacyjna

5.1.1 E-learning

Model w ramach oferty edukacyjnej proponuje kursy e-learningowe, która są już gotowym produktem do natychmiastowego wykorzystania.

Proponowany e-learning składa się z ośmiu kursów, których tematyka związana jest z diagnozowanymi kompetencjami.

Opracowane kursy zostały przygotowane w dwóch wersjach:

- Off-line zapisane na płycie DVD do otworzenia w komputerze (płyta stanowi załącznik do niniejszego Podręcznika).
- On-line w postaci paczek SCORM do osadzenia na dowolnej platformie edukacyjnej (e-learning w postaci paczek SCORM jest dostępny u lidera projektu Fundacji Gospodarczej).

Wskazówka

Organizacja wdrażająca Model i chcąca korzystać z e-learningu w wersji on-line musi posiadać dostęp do platformy edukacyjnej. Konieczne jest zgłoszenie się do Fundacji Gospodarczej w celu uzyskania dostępu do tej wersji e-learningu.

Ogólna charakterystyka kursów e-learningowych:

- Każdy kurs składa się z minimum 160 ekranów, co w przełożeniu na czas trwania kursu wynosi ok. 8 godzin zegarowych
- Ok. 50% wszystkich ekranów każdego z tematów zawiera interakcje, bądź animacje,
- Ok. 80% wszystkich ekranów każdego z tematów zawiera głos lektora
- Kursy uwzględniają specyfikę grupy docelowej (przejrzystość kompozycji, duża czcionka).
- Przy wykorzystaniu platformy edukacyjnej istnieje możliwość monitorowania stopnia realizacji poszczególnych kursów przez koordynatorów procesu uzupełniania kompetencji. Ponadto wykorzystanie platformy pozwala dedykować punktowo poszczególne kursy, z zachowaniem pewnego harmonogramu. Zmniejszamy w ten sposób ryzyko pojawienia się pewnego zniechęcenia u uczestników wynikającego z wielości obszernych kursów do realizacji. Co również wiąże się z pewną sekwencyjnością działań rozwojowych zgodnie z algorytmami rekomendowania ich.

Poniżej krótka instrukcja uruchamiania kursów e-learningowych z nośnika zewnętrznego

1. Aby uruchomić kursy e-learningowe należy włożyć nośnik (pytę CD/DVD) do odpowiedniego napędu w komputerze.
2. Po otwarciu płyty w menadżerze plików (np. w systemowym eksploratorze Windows) pojawi się zbiór katalogów i plików aplikacji e-learningowej. Należy odnaleźć i uruchomić plik „spis_lekcji”.
3. Pojawi się następujący ekran aplikacji:



4. Z widocznej listy wybieramy odpowiednią nazwę kursu e-learningowego. Po rozwinięciu listy tematów (lekcji) przypisanych do konkretnego kursu wybieramy interesującą nas lekcję.

5.1.2 Treningi praktyczne

Rekomenduje się włączenie do oferty edukacyjnej przetestowanych treningów praktycznych.

W celu właściwego przeprowadzenia treningów praktycznych wskazane jest uwzględnienie następujących standardów w zakresie wymagań infrastrukturalnych, jak i kadrowych.

Wymagania rekrutacyjne dla trenera w zakresie kompetencji miękkich są następujące:

Wymagane wykształcenie i doświadczenie:

- wykształcenie wyższe, w obszarze psychologii, zarządzania zasobami ludzkimi, zarządzania i marketingu,
- min. 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu kompetencji miękkich (minimum 300 h),
- min. 2-letnie doświadczenie w sprzedaży, obsłudze klienta, kontaktach biznesowych,
- doświadczenie w budowaniu i prowadzeniu programów rozwojowych opartych o kompetencje,
- mile widziane doświadczenie w pracy z osobami w wieku 50+.

Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:

- wiedza z obszaru kompetencji i wskaźników behawioralnych,
- wysokie kompetencje interpersonalne, przede wszystkim komunikatywność.

Wymagania rekrutacyjne dla trenera w zakresie kompetencji twardych są następujące:

Wymagane wykształcenie i doświadczenie:

- wykształcenie wyższe, w obszarze informatyki,
- min. 300 godzin doświadczenia w prowadzeniu szkoleń z zakresu IT.

Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:

- praktyczna znajomość wykorzystania komputera oraz pakietu biurowego w zakresie zgodnym z opisem kompetencji twardych *Modelu*,
- wiedza z obszaru kompetencji i wskaźników behawioralnych,
- wysokie kompetencje interpersonalne, przede wszystkim komunikatywność.

Wymagania infrastrukturalne do prowadzenia treningów praktycznych są następujące:

- sala konferencyjna ok. 40 m²,
- sala wyposażona w flipchart, rzutnik, dostęp do Internetu, kamerę cyfrową
- sala wyposażona w stoły umożliwiające szybką zmianę ich ustawienia,
- sala powinna posiadać okna,
- mile widziana klimatyzacja w przypadku treningów prowadzonych latem,
- sala z wyodrębnionym miejscem na ustawienie cateringu.

Konstrukcja *Modelu* zakłada prowadzenie treningów przez osoby posiadające określone doświadczenie trenerskie i umiejętności. Zakłada się indywidualny repertuar wykorzystywanych ćwiczeń. Model definiuje programy treningów wraz z wskazaniem określonych metod szkoleniowych.

Nadrzędnym wskazaniem, co do realizacji treningów jest skoncentrowanie się na rozwijaniu **umiejętności, co wiąże się z pracą na case'ach i na informacji zwrotnej**. Po każdym ćwiczeniu praktycznym/aktywnej technice pracy, rekomenduje się udzielenie uczestnikom rzetelnej informacji zwrotnej wynikającej z ćwiczenia/metody.

Optymalną liczbą uczestników szkoleń z zakresu kompetencji miękkich jest ok. **10 osób**. Optymalną liczbą uczestników szkoleń z zakresu kompetencji twardych jest ok. **6 osób**.

Produkt w minimalnej opcji działań rozwojowych uwzględnia dwudniowe treningi ze wszystkich kompetencji. Niemniej testowanie obejmowało jeden dzień treningowy z obszaru obsługi komputera i Internetu i jak pokazują wyniki również przyniosło to pozytywne zmiany w poziomie tej kompetencji. Podsumowując, opracowane w ramach *Modelu* programy treningów i uwzględnione dni należy traktować jako minimalne propozycje działań rozwojowych w obszarze uzupełniania luk w umiejętnościach. Do decyzji trenera pozostawia się wykorzystanie programu. W przypadku treningów z zakresu kompetencji miękkich możliwa jest realizacja modułów treningowych w przygotowanych programach z podziałem na poziom podstawowy i zaawansowany, przy założeniu, że na poziomie zaawansowany jest więcej symulacji poddawanych feedbackowi.

Celem treningów jest rozwijanie konkretnych umiejętności wchodzących w zakresy diagnozowanych kompetencji, co implikuje konieczność zastosowania odpowiednich metod szkoleniowych.

Rekomenduje się wykorzystać następujące metody szkoleniowe:

Granie ról

Technika polega na odgrywaniu przez uczestników treningu określonych ról na podstawie przygotowanego wcześniej scenariusza. Istotne jest to, aby scenariusz oddawał w dużym stopniu rzeczywistość, w jakiej może się znaleźć uczestnik. Dobrze przygotowany profil roli pozwoli osobie uczestniczącej w ćwiczeniu

zbudować spójną sylwetkę odgrywanego bohatera. Technika ta pozwala dokładnie przeanalizować zachowania podejmowane przez uczestnika. Stosując tę technikę należy jednak uwzględnić, że jest to trudna metoda – uczestnicy powinni czuć się pewnie, bezpiecznie, widzieć sens uczestniczenia w takim ćwiczeniu.

Ćwiczenie „Akwarium”

Treścią tego ćwiczenia jest konkretny problem do rozwiązania, zadanie ilustrujące lub gra symulacyjna. Bezpośrednio w wykonanie zadania zaangażowana jest tylko część uczestników szkolenia. Pozostali obserwują przebieg pracy i dokonują analizy na podstawie wcześniej przygotowanych arkuszy obserwacyjnych. Obserwatorzy mogą koncertować się na różnych aspektach pracy. Omówienie zadania obejmuje relacje osób zarówno bezpośrednio zaangażowanych w pracę, jak i obserwatorów.

Studium przypadku

Metoda ta pozwala na podstawie dobrze opisanego, szczegółowego przykładu wyciągnąć wnioski dotyczące różnych dziedzin. Przypadki powinny zostać tak dobrane, aby praca z nimi umożliwiała zarówno częściową identyfikację z poruszonymi problemami, jak i obiektywny ogląd sytuacji.

Praca w małych grupach

Uczestnicy treningu dzieleni są na małe trzy, czteroosobowe grupy, w których pracują nad rozwiązaniem jakiegoś problemu, np. nad analizą studium przypadku. Osoba prowadząca czuwa nad właściwym przebiegiem pracy grup, ewentualnie wspierając grupy. Grupy spisują efekty swojej pracy i prezentują pozostałym uczestnikom treningu, którzy mogą zadawać pytania do prezentowanych treści.

Ze względu na bardzo aktywny charakter treningów praktycznych zaleca się w bardzo niewielkim stopniu korzystanie z następujących metod:

- dyskusja grupowa,
- mini-wykład, który powinien być jedynie stosowany, jako teoretyczne uzupełnienie komentarzy do wykonywanych ćwiczeń

Rodzaj, czas trwania, forma szkoleń, treningów praktycznych, indywidualnego wsparcia powinna każdorazowo odpowiadać na potrzeby uczestnika.

5.1.3 Indywidualne sesje rozwojowe (coaching/mentoring)

Indywidualne sesje rozwojowe (coaching/mentoring) wspomagające *Model* są kolejną formą działań rozwojowych świadczących o kompleksowym podejściu do wspierania uczestnika.

Indywidualny proces rozwoju metodą coachingową rekomenduje się w przypadku rozwoju kompetencji miękkich.

Indywidualny proces rozwojowy prowadzony technikami mentoringu, doradztwa, konsultingu, indywidualnej pracy edukacyjnej, treningu praktycznego w wymiarze 1 na 1, rekomenduje się w przypadku rozwoju kompetencji twardych.

Rekomendacja wynika z między innymi z faktu, że coaching realizowany jest w oparciu o pracę na swoim doświadczeniu. Ten aspekt jest bardzo istotny z punktu widzenia zaangażowania osób dojrzałych, które pracując tą metodą mają możliwość koncentrowania się na sobie, na swoim doświadczeniu, posiadanej wiedzy. Ten rodzaj pracy sprawia, że uczestnik czuje się doceniany, a to z kolei bardzo intensywnie oddziałuje na jego motywację i funkcjonowanie. Zajmowanie się indywidualnymi potrzebami oznacza bardziej precyzyjne gospodarowanie dostępnymi środkami oraz możliwość dokładniejszego sprawdzania efektów (za s. Thorpe, J. Clifford).

Druga kwestia to przyjęta metodologia różnicowania poziomów przyswojenia kompetencji. Uzyskiwanie poziomu C i wyżej, daje informację o częściowych lukach w umiejętnościach i postawach, co jak najbardziej kwalifikuję tę metodę, jako najwłaściwszą do dalszego rozwoju.

W celu uzupełnienia procesu rozwojowego towarzyszącego certyfikacji, rekomenduje się udział w co najmniej trzech sesjach coachingu w zakresie kompetencji miękkich trwających ok. 1 – 2 godziny każda. Model pozwala jednak na elastyczne dostosowanie tych działań do potrzeb uczestnika procesu.

W przypadku kompetencji twardych rekomenduje się pięć sesji mentoringowych trwających ok. 1 godziny każda.

Rekomenduje się stosowanie technik mieszanych, w zależności od potrzeb klienta na dany moment.

Uwzględniając specyfikę *Modelu* zakłada się, że coaching będzie miał najczęściej charakter **operacyjny**. Zgodnie z definicją International Coaching Community, coaching operacyjny jest *procesem skupionym w szczególności na jednej, wyraźnie wyodrębnionej przez klienta dziedzinie i celach związanych z danym obszarem*¹.

Z założenia jest zogniskowany na jednym obszarze, dziedzinie, a nie na kliencie, jako wielopoziomowej całości – osobie. Punktem centralnym są kompetencje miękkie wchodzące w opracowany w ramach Modelu profil kompetencyjny sprzedawcy i przedstawiciela handlowego.

Sesje mentoringowe w obszarze kompetencji twardych opierają się na trenowaniu wybranych zaawansowanych umiejętności związanych z obsługą komputera i wykorzystaniem różnych aplikacji, często specjalistycznych. Istotny jest właściwy dobór mentora, który będzie posiadał niezbędną wiedzę i praktykę w danym obszarze.

Ogólne etapy realizacji coaching/mentoringu w ramach *Modelu* będą następujące:

Etap 1. Uzgodnienie konkretnych potrzeb rozwojowych i opracowanie szczegółowego planu coaching/mentoringu.

Etap 2. Przegląd działania i planowanie lepszego funkcjonowania.

Etap 3. Zakończenie coaching/mentoringu.

W **Dodatku C** do niniejszego *Podręcznika* można się zapoznać z rekomendowanymi narzędziami/metodami do wykorzystania w trakcie sesji indywidualnego wsparcia rozwojowego.

1 <http://www.iccpoland.pl>

6. Komunikacja z uczestnikami procesu walidacji i/lub uzupełniania kompetencji

Właściwa komunikacja z uczestnikami procesu walidacji i/lub uzupełniania kompetencji jest bardzo istotna przez cały czas realizacji procesu. Szczególne znaczenie ma tu grupa docelowa projektu, czyli osoby 50+, dla których udział w jakichkolwiek działaniach walidacyjno-rozwojowych może być zupełnym novum. Rekomenduje się otoczyć klienta w wieku 50+ opieką i poświęcić mu odpowiednio dużo czasu na wyjaśnienie wszelkich wątpliwości. Nawet, jeżeli ktoś na poziomie racjonalnym będzie miał poczucie, że potrzebuje certyfikatu potwierdzającego poziom posiadanych kompetencji sprzedażowych, to na poziomie emocjonalnym może mieć duże obawy przed udziałem w całym procesie. Brak wcześniejszych doświadczeń w tym zakresie rodzi uzasadniony niepokój, co do tego, z czym mogą się spotkać w trakcie realizacji takich działań.

W związku z tym, komunikacja z uczestnikami procesu walidacji i/lub uzupełniania kompetencji zaczyna się praktycznie już w momencie informowania o możliwości wzięcia udziału w takim procesie. W tym celu powinno się wykorzystywać różne nośniki informacji – ogłoszenia w prasie codziennej, lokalnej, bezpośrednio kontakty realizatorów (np. specjalistów ds. personalnych, doradców zawodowych), artykuły i ogłoszenia w Internecie. Komunikacja w tym obszarze powinna koncentrować się na przejrzystym prezentowaniu poszczególnych elementów *Modelu* z wyraźnym wypukleniem korzyści jakie niesie udział w procesie walidacji i uzupełniania kompetencji. *Model* w swojej konstrukcji zawiera **broszurę informacyjną**, której wzór można wykorzystać do komunikacji z potencjalnymi odbiorcami. Warto również utworzyć **podstronę internetową**, która będzie zawierała podstawowe informacje, takie jak:

- poszczególne elementy procesu walidacji i uzupełniania kompetencji (opis sesji DC, feedbacków, treningów praktycznych, sesji coachingowych, kursów e-learningowych, procesu certyfikacji),
- szczegółowy harmonogram realizacji poszczególnych działań,
- formularz zgłoszeniowy.

Ponadto w każdej instytucji certyfikującej powinna być przygotowana osoba pełniąca rolę **koordynatora ds. działań walidacyjno-rozwojowych**. Osoba taka powinna:

- Posiadać szczegółową wiedzę na temat charakterystyki wszystkich działań.
- Znać korzyści jakie płyną dla odbiorców i wiedzieć jak je wypuklić.
- Znać procedurę certyfikacji.
- Posiadać szczegółowe informacje na temat harmonogramu realizacji poszczególnych działań.

Zadania koordynatora ds. działań walidacyjno-rozwojowych:

- Udzielanie wszelkich informacji o poszczególnych elementach całego procesu i korzyściach z udziału w procesie,
- Logistyczne planowanie wszelkich działań – tworzenie harmonogramów,
- Współpraca z asesorami, trenerami i coachami,
- Bieżące przekazywanie informacji uczestnikom o terminach planowanych działań (sesjach DC, treningach, coachingach, itp.)
- Przekazywanie raportów uczestnikom sesji DC,
- Umawianie spotkań feedbackowych,
- Odpowiedzialność za bezpośrednie przekazanie certyfikatów uczestnikom.

Wskazówka

Powinna zostać utworzona odrębna skrzynka e-mail, która będzie obsługiwana przez koordynatora, co powinno gwarantować szybką i łatwą komunikację uczestnikom z realizatorem działań walidacyjno-rozwojowych.

Dodatkowym elementem w komunikacji jest wprowadzenie do procesu w fazie realizacji działań rozwojowych osoby **opiekuna indywidualnego**, który pełni rolę doradczo-wspierającą.

Poniżej zostały zaprezentowane wymagania rekrutacyjne dla osób chcących pełnić rolę opiekuna indywidualnego.

Wymagane wykształcenie i doświadczenie:

- wykształcenie wyższe w obszarze psychologii, doradztwa zawodowego, pedagogiki, socjologii lub zarządzania zasobami ludzkimi,
- min. 2-letnie doświadczenie w zakresie prowadzenia indywidualnego doradztwa zawodowego lub personalnego.

Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:

- zdolności interpersonalne, przede wszystkim komunikatywność, umiejętność budowania relacji,
- mile widziana znajomość narzędzi coachingowych, wspierających indywidualny rozwój.

Zadania opiekuna indywidualnego są następujące:

- monitorowanie efektywności działań rozwojowych podejmowanych przez uczestnika,
- podejmowanie działań zwiększających motywację uczestnika do rozwoju, podnoszące wiarę uczestnika w sens angażowania się w kolejne działania,
- dokumentowanie swojej pracy (wypełnianie kart czasu pracy).

Rekomendowane obszary pracy opiekuna indywidualnego:

- wsparcie rozwoju kompetencji zarówno kompetencji miękkich, jak i twardych (odgrywanie scenek, udzielanie feedbacku, praca z komputerem w zakresie możliwości opiekuna indywidualnego),
- wsparcie w zakresie realizacji e-learningu,
- pomoc w przygotowaniu dokumentów aplikacyjnych,
- pomoc w przygotowaniu się do rozmowy kwalifikacyjnej z wykorzystaniem wyników uzyskanych w trakcie sesji DC.

Charakterystyka spotkań z opiekunem indywidualnym:

- Liczba godzin przypadających na jednego uczestnika to średnio **4 godziny**. Rekomenduje się jednak elastyczne podejście do realizacji opieki indywidualnej w zależności od potrzeb i możliwości finansowych organizacji. Powinno to być nie mniej niż 2 godziny.
- Zakłada się, że każdy uczestnik powinien odbyć średnio jedno bezpośrednie spotkanie ze swoim opiekunem, które będzie trwać 1-1,5 godziny. Pozostały czas może być wykorzystywany na rozmowy telefoniczne/ rozmowy z wykorzystaniem komunikatora internetowego. Szczególnie jest to istotne w przypadku osób pracujących bądź zamieszkujących w dużej odległości od jednostki certyfikującej.

7. Certyfikacja

Do walidacji kompetencji może przystąpić każdy, kto posiada doświadczenie w obszarze danej kompetencji. Niemniej *Model* nie wskazuje na konieczność udokumentowania doświadczenia zawodowego w obszarze sprzedaży, ponieważ struktura umożliwia również walidowanie kompetencji osobie, która do tej pory nie pracowała jako sprzedawca bądź przedstawiciel handlowy. Do walidacji może również przystąpić osoba niezatrudniona, przygotowująca się do przekwalifikowania, ucząca się nowych umiejętności.

W projekcie na potrzeby właściwej fazy testowania kompetencji handlowych, przyjęto co najmniej roczne doświadczenie w pracy sprzedawcy lub przedstawiciela handlowego.

Istotą niniejszego *Modelu* jest możliwość certyfikowania kompetencji w zawodach sprzedażowych.

W ramach *Modelu* mogą być wydane następujące certyfikaty:

a. Certyfikat potwierdzający kompetencje w zawodzie Sprzedawca

Certyfikat ten jest potwierdzeniem kompetencji w zakresie umiejętności skutecznej obsługi klienta.

b. Certyfikat potwierdzający kompetencje w zawodzie Przedstawiciel handlowy

Certyfikat ten jest potwierdzeniem kompetencji w zakresie umiejętności skutecznej sprzedaży i pozyskiwania klienta.

Model przewiduje wydanie certyfikatu w dwóch trybach.

- 1. Certyfikat wydawany jest na podstawie wyników uzyskanych w trakcie sesji Development Centre i zawiera opis zdiagnozowanych poziomów kompetencji .**
- 2. Certyfikat wydawany jest wraz z Suplementem. Certyfikat wydawany jest na podstawie wyników uzyskanych w trakcie sesji Development Centre i zawiera opis zdiagnozowanych poziomów kompetencji. Suplement uwzględnia opis zindywidualizowanych działań rozwojowych, w których dana osoba brała udział.**

Osoba w trakcie spotkania feedbackowego po pierwszej sesji DC może zadeklarować udział w działaniach rozwojowych. Jeżeli uczestnik nie wyraża chęci kontynuowania procesu rozwojowego otrzymuje certyfikat ograniczający się tylko do aktualnej weryfikacji poziomu kompetencji.

Uczestnik może samodzielnie podnosić kompetencje handlowe (szkolenia, treningi, indywidualny proces rozwojowy), korzystając z szerokiej oferty szkoleniowo-doradczej istniejącej na rynku i w efekcie przystąpić do procesu certyfikacji.

W przypadku, kiedy osoba potwierdzi kompetencje handlowe i rozważy dalsze doskonalenie, ważne aby miała możliwość zaplanowania działań rozwojowych z trenerem pracy/doradcą zawodowym/job coachem/innym specjalistą, który pomoże wybrać rozwiązanie odpowiadające na jej bieżące potrzeby. Specjaliści indywidualnego rozwoju, w tym zawodowego, to pracownicy publicznych (np. Wojewódzkie, Powiatowe Urzędy Pracy, OHP, inne) oraz niepublicznych (Fundacja Gospodarcza w Gdyni, Stowarzyszenie Wolna Przedsiębiorczość w Sopocie, akademickie biura karier) służb zatrudnienia.

Procedura certyfikacji kompetencji zawodowych w zawodzie Sprzedawcy / Przedstawiciela handlowego

1. Za przeprowadzenie pełnej procedury certyfikacji kompetencji zawodowych w zawodzie sprzedawcy/przedstawiciela handlowego odpowiada jednostka certyfikująca.
2. Jednostką certyfikującą może zostać każda organizacja z grupy potencjalnych użytkowników dysponująca odpowiednimi zasobami lokalowymi i osobowymi według standardów opisanych w rozdziale 8 niniejszego Podręcznika.
3. Osoba zainteresowana otrzymaniem certyfikatu potwierdzającego posiadane kompetencje w zawodzie sprzedawca/przedstawiciel handlowy, zobowiązana jest:

- do złożenia w jednostce certyfikującej arkusza zgłoszeniowego z następującymi danymi: imię i nazwisko, adres zamieszkania, numer telefonu kontaktowego, wykształcenie, doświadczenie zawodowe, (wg wzoru z załącznika),
 - wzięcia udziału w pełnej sesji Development Centre.
4. Jednostka certyfikująca organizuje sesje Development Centre na bieżąco w zależności od liczby osób zainteresowanych otrzymaniem Certyfikatu.
 5. W terminie 14 dni od opracowania raportu z sesji DC jednostka certyfikująca wystawia na podstawie skróconego raportu z sesji DC certyfikat i przekazuje go osobie zainteresowanej. Certyfikat jest wydawany bezterminowo.
 6. Ta sama osoba może wielokrotnie brać udział w sesjach DC i wnioskować tym samym o otrzymanie kolejnych certyfikatów.

Model określa wzory dokumentów takich jak certyfikat i suplement ([Załącznik nr 13A](#), [13B](#) oraz [Załącznik nr 14A](#) i [14B](#)).

Proponuje się wydawanie certyfikatów dwustronnych, gdzie na pierwszej stronie są informacje na temat wyników walidacji w postaci ocen, a na drugiej opisy jakościowe.

Poniżej zostały umieszczone wszystkie opisy jakościowe ocen do wykorzystania na certyfikatach.

Wskazówka

Rekomenduje się rejestrowanie uczestników do procesu certyfikacji. Istotne jest sprawdzenie wymogów formalnych, jak na przykład administrowanie zbiorem danych osobowych kandydatów do certyfikacji przez jednostkę certyfikującą.

Rejestrowanie kandydatów do procesu certyfikacji pozwala na uporządkowanie informacji na ich temat, a także wdrożenie procedury rejestracji w jednostce certyfikującej.

Kompetencja – Komunikatywność

Poziom A (poziom podstawowy)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Komunikatywność* na poziomie A, koncentruje się głównie na tym co ma do powiedzenia. Wypowiada się w sposób niejasny i niezrozumiały dla klienta. Rzadko doprecyzowuje i konkretyzuje jego wypowiedzi. Rzadko reaguje na niewerbalne sygnały niezrozumienia swojej wypowiedzi przez klienta. Często nie podąża za jego wypowiedzią, zarówno na poziomie werbalnym (koncentracja na przekazaniu swoich treści) jak i niewerbalnym (koncentracja na swoim zachowaniu).

Poziom B (poziom średni)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Komunikatywność* na poziomie B, czasem przerywa lub kończy wypowiedź za klienta. Zdarza się, że koncentruje się tylko na tym co ma do powiedzenia. Zdarza się, że ma problem ze sformułowaniem jasnej wypowiedzi. Doprecyzowuje wypowiedzi klienta i prosi go o wyjaśnienia, jeżeli nie rozumie komunikatu. Pyta, czy sama jest dobrze zrozumiana. Czasami nie reaguje na niewerbalne sygnały niezrozumienia. Zdarza się, że wobec klienta w komunikacji jest usztywniona-bierna lub nachalny.

Poziom C (poziom efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Komunikatywność* na poziomie C, uważnie słucha klienta i zachęca do wypowiadania się. Jasno i zwięźle formułuje swoje wypowiedzi. Doprecyzowuje, konkretyzuje wypowiedź współrozmówcy, zawsze prosi go o wyjaśnienia i dopytuje, czy sama jest dobrze zrozumiana. Reaguje na pierwsze niewerbalne sygnały niezrozumienia u klienta. Trzyma się wątku rozmowy. Jej komunikaty werbalne i niewerbalne są spójne z komunikatami klienta (koncentracja na potrzebach klienta i dążenie do zaspokojenia ich).

Poziom D (poziom zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Komunikatywność* na poziomie D, nawet w sytuacji trudnej uważnie słucha i zachęca do wypowiedzania się. Nie przerywa, a poprzez m.in. zadawanie pytań otwartych, uzyskuje informacje nt. indywidualnej sytuacji współrozmówcy. Wyraża się precyzyjnie nawet w przypadku złożonych zagadnień. Cierpliwie prosi o wyjaśnienie każdego, niezrozumiałego terminu i zagadnienia. Efektywnie monitoruje poziom zrozumienia u klienta i reaguje na pierwsze niewerbalne sygnały niezrozumienia. Nawet w trudnych sytuacjach trzyma się wątku rozmowy. Komunikaty werbalne i niewerbalne są spójne z komunikatami klienta.

Poziom E (poziom ekspercki)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Komunikatywność* na poziomie E, często własnymi słowami podsumowuje wypowiedź klienta. Zdobywa szczegółowe informacje na temat jego indywidualnej sytuacji. Informacje te często wykraczają poza schematy. Precyzyjnie wyjaśnia skomplikowane zagadnienia. Doprecyzowuje wypowiedzi klienta, nawet gdy ten jest zdenerwowany, nie ma pomysłu, nie jest fachowcem. Nawet w przypadku zaangażowania w rozmowę innych osób i sytuacji, zawsze efektywnie monitoruje poziom zrozumienia i reaguje na pierwsze niewerbalne sygnały niezrozumienia przez klienta. Poprzez proaktywne nastawienie, pomaga mu w porządkowaniu wypowiedzi, rozwija poruszane wątki, tworzy atmosferę wzajemnego szacunku, zrozumienia i zaufania.

Kompetencja – Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych

Poziom A (poziom podstawowy)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych* na poziomie A, reaguje emocjonalnie (wycofaniem lub agresją) na niewłaściwe zachowanie klienta. Ma trudność z kontrolowaniem emocji. Ulega presji wywieranej przez klienta. Ma trudność w oddzielaniu osób od problemów. Ocenia klienta, nie jego zachowania. Ma trudności z przedstawieniem klientowi realistycznych rozwiązań. Potrzebuje wsparcia innych przy określaniu możliwości klienta i osiągnięciu celu.

Poziom B (poziom średni)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych* na poziomie B, potrzebuje pomocy innych aby opanować emocje. Czasami ulega presji wywieranej na nią przez klienta. Z pomocą innych jest w stanie oddzielić osoby od problemów, jednak często potrzebuje na to czasu. Zdąza jej się oceniać klienta używając epitetów wartościujących.

Poziom C (poziom efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych* na poziomie C, jest spokojna i opanowana. Nie ulega presji i manipulacji. Samodzielnie oddziela osoby od problemów. W ocenie skupia się na działaniu, nie wartościowaniu osoby. Samodzielne działania ukierunkowuje na osiągnięcie celu, jakim jest obsługa klienta w trudnych sytuacjach. Proponuje realistyczne rozwiązania, uwzględniające możliwości klienta.

Poziom D (poziom zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych* na poziomie D, nawet w przypadku obsługi emocjonalnego klienta jest opanowana i skupia się na merytorycznej pracy. W skomplikowanych sytuacjach nie ulega presji i manipulacji i oddziela osoby od problemów. Nawet pod presją czasu inicjuje realistyczne rozwiązania wspierające klienta i uwzględniające jego możliwości.

Poziom E (poziom ekspercki)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych* na poziomie E, stanowi wzór opanowania i nie ulega presji, niezależnie od okoliczności i rodzaju klientów. Techniki skierowane przeciw niej, wykorzystuje do osiągnięcia celu. Skupia się na rozwiązaniu problemu, nie wartościowaniu osób, z którymi utrzymuje pozytywne relacje. Zawsze działa proaktywnie. Samodzielnie wyznacza cele, które osiąga nawet w niejasnych sytuacjach i w przypadku złożonych ograniczeń. Formułuje rozwiązania prowadzące wprost do wyników przekraczających założenia.

Kompetencja – Obsługa klienta

Poziom A (poziom podstawowy)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa klienta* na poziomie A, ma trudność z nawiązaniem kontaktu z klientem. Jej zachowanie (wygląd, wypowiedzi, gestykulacja) mogą budzić niepokój klienta. Ma trudność w diagnozowaniu potrzeb klienta, formułuje propozycje, które nie uwzględniają jego rzeczywistych potrzeb, czym wywołuje niechęć i irytację. Ma trudności w radzeniu sobie z zastrzeżeniami, bywa nachalna. W sytuacji odmowy zakupu nie wykazuje dalszego zainteresowania klientem, może reagować na niego obojętnością lub złością.

Poziom B (poziom średni)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa klienta* na poziomie B, zdarza się, że utrzymuje nieadekwatny kontakt z klientem, a jej zachowania (wygląd, wypowiedzi, gestykulacja) mogą budzić jego zdziwienie i niepokój. Zdarza się, że nie rozpoznaje potrzeb klienta, nie dookreśla jego oczekiwań. Zdarza się, że nie radzi sobie z obiekcjami klienta. Może mieć trudność ze sformułowaniem rozwiązania uwzględniającego rzeczywiste potrzeby klienta. Podejmuje próby zainteresowania się klientem w przypadku odmowy. Zdarza się jej wtedy być nachalną lub próbować wywierać presję.

Poziom C (poziom efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa klienta* na poziomie C, nawiązuje naturalny kontakt z klientem, a jej zachowania budzą sympatię i zaufanie. Trafnie dookreśla potrzeby klienta i proponuje rozwiązania je uwzględniające. W przypadku obiekcji zgłaszanych przez klienta doprecyzowuje i przedstawia nowe propozycje. Wykazuje dalsze zainteresowanie obsługą klienta, nawet w przypadku jego odmowy, jest uprzejma i opanowana – proponuje inne towary i usługi.

Poziom D (poziom zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa klienta* na poziomie D, nawiązuje naturalny kontakt z agresywnym lub wycofanym klientem pod presją czasu. Jej zachowania wzbudzają sympatię i zainteresowanie klienta. Współpracując z trudnym klientem, trafnie rozpoznaje jego zmienne potrzeby i przedstawia mu elastyczne rozwiązania uwzględniające je. W przypadku niekulturalnego zgłaszania obiekcji, doprecyzowuje rzeczywiste potrzeby i daje nowe rozwiązania. Nawet w przypadku niekulturalnej odmowy dyskretnie towarzyszy klientowi, gotowa do pomocy.

Poziom E (poziom ekspercki)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa klienta* na poziomie E, pracując pod presją czasu nawiązuje naturalny kontakt z klientem budując trwałą relację i osiągając wyniki znacznie przekraczające pierwotne założenia. Wywołuje sympatię u bardzo dużej liczby klientów, którzy chcą aby osobiście zajęła się ich sprawami. W przypadku częstej zmiany wymagań, elastycznie dostosowuje propozycję do potrzeb klientów, których obsługuje. Wielu z nich darzy ją sympatią. Jest traktowana jako ekspert w radzeniu sobie

z trudnymi klientami. Celem relacji jest spotkanie z klientem, nie sama sprzedaż. Klientem interesuje się niezależnie od gotowości do dokonania zakupu.

Kompetencja – Proces sprzedaży

Poziom A (poziom podstawowy)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Proces sprzedaży* na poziomie A, ma duże trudności z nawiązaniem pozytywnego kontaktu z klientem. Jej wygląd, wypowiedzi, gest i zachowania wywołują zdziwienie lub niepokój u klienta. Ma bardzo duże trudności z diagnozowaniem i weryfikowaniem potrzeb klienta. Prezentowana oferta jest nieuporządkowana i nieczytelna. W niewielkim stopniu radzi sobie z obiekcjami i zastrzeżeniami klienta. Nie rozpoznaje momentu, w którym powinien zakończyć proces sprzedaży. Nieustannie dostarcza klientowi nowych, zaburzających informacji.

Poziom B (poziom średni)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Proces sprzedaży* na poziomie B, zdarza się, że w nieadekwatny sposób nawiązuje kontakt z klientem, czym może wywołać u niego zdziwienie bądź niepokój. Diagnozuje potrzeby klienta, czasami w niepełnym zakresie, dookreślając zakres oferty może powziąć pewne ważne kwestie. Prezentuje ofertę, która czasami może być nieuporządkowana. W sytuacji zastrzeżeń ze strony klienta, stara się formułować propozycje realizujące jego potrzeby. Próbuje rozpoznawać moment, w którym powinien zakończyć proces sprzedaży. Zdarza się, że finalizując sprzedaż dostarcza klientowi nowych, zaburzających informacji.

Poziom C (poziom efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Proces sprzedaży* na poziomie C, skutecznie nawiązuje kontakt z klientem czym wywołuje sympatię i zainteresowanie klienta. Trafnie dookreśla zakres oferty. Prezentowana oferta jest uporządkowana i czytelna. W sytuacji zastrzeżeń ze strony klienta formułuje wiele trafnych propozycji realizujących jego potrzeby. Koncentruje się na przedstawieniu rozwiązań i możliwości. Trafnie rozpoznaje moment, w którym powinna zakończyć proces sprzedaży. Podejmuje działania prowadzące do finalizowania sprzedaży.

Poziom D (poziom zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Proces sprzedaży* na poziomie D, nawiązuje właściwy kontakt nawet z trudnym klientem, działając pod presją czasu. Jej zachowania wzbudzają sympatię i zainteresowanie klienta. Skutecznie dopytuje i trafnie diagnozuje potrzeby klienta, nawet agresywnego lub wycofanego. Prezentuje ofertę w bardzo uporządkowany i czytelny sposób, tłumacząc wszystkie niejasne terminy. W sytuacji zastrzeżeń ze strony nawet bardzo wymagającego klienta formułuje wiele trafnych propozycji realizujących potrzeby klienta. Koncentruje się na przedstawieniu rozwiązań i możliwości. Nawet w kontakcie z niezdecydowanym klientem trafnie rozpoznaje moment, w którym powinna zakończyć proces sprzedaży. Podejmuje szereg działań prowadzących do finalizowania sprzedaży.

Poziom E (poziom ekspercki)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Proces sprzedaży* na poziomie E nawet pracując pod presją czasu nawiązuje kontakt z agresywnym bądź wycofanym klientem. Ujmuje klienta delikatnością, wyczuciem i poczuciem humoru. Nawet w kontakcie z trudnym i niezdecydowanym klientem, trafnie diagnozuje jego potrzeby. Bardzo często wpływa na rozszerzenie bądź całkowitą modyfikację przedstawianej mu oferty. W rozmowie z klientem posługuje się językiem korzyści. Nawet jeśli przedmiot oferty jest złożony przygotowana przez niego prezentacja jest czytelna, tłumacząc wszystkie niejasne terminy. Przygotowane przez niego oferty traktowane są jako wzorcowe. W sytuacji zastrzeżeń ze strony nawet bardzo wymagającego

klienta formułuje wiele trafnych propozycji realizujących jego potrzeby. Nawet w kontakcie z niezdecydowanym klientem trafnie rozpoznaje moment, w którym powinien zakończyć proces sprzedaży. Podejmuje szereg działań prowadzących do finalizowania sprzedaży.

Kompetencja – Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów

Poziom A (poziom podstawowy)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Organizacja pracy* w dążeniu do rezultatów na poziomie A, ma bardzo duże trudności z porządkowaniem zadań według ich wagi i pilności. Może koncentrować się na nieistotnej dla wykonania zadania aktywności. W bardzo niewielkim zakresie określa i pozyskuje zasoby niezbędne do jego wykonania. Ma problem z określeniem mierzalnych, realistycznych i zaplanowanych w czasie celów. Działa według sztywno ustalonego planu, ma trudności z elastycznym dostosowaniem się do pojawiających się zmian. Planując działanie nie uwzględnia wiążącego się z nim ryzyka, ma trudności z przygotowaniem planów alternatywnych.

Poziom B (poziom średni)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Organizacja pracy* w dążeniu do rezultatów na poziomie B, próbuje porządkować zadania według ich wagi i pilności. Zdarza się, że nieadekwatnie wydłuża lub skraca poszczególne etapy prac na zadaniem. Stara się określać i pozyskiwać zasoby niezbędne do jego wykonania. Określa cele, które nie zawsze są mierzalne, realistyczne i zaplanowane w czasie. Zdarza się, że podczas realizacji działań postępuje według sztywno ustalonego planu, może mieć trudności z elastycznym dostosowaniem się do pojawiających się zmian. Próbuje dostrzegać i uwzględniać ryzyko wiążące się z realizacją zadania, czasami może mieć trudności z przygotowaniem planów alternatywnych

Poziom C (poziom efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Organizacja pracy* w dążeniu do rezultatów na poziomie C, trafnie porządkuje zadania według ich wagi i pilności. Efektywnie zarządza czasem poszczególnych etapów prac. Określa i pozyskuje zasoby niezbędne do realizacji powierzonych zadań. Cele, które wyznacza są mierzalne, realistyczne, określone i zaplanowane w czasie. Dostosowuje sposób realizacji zadań do zmieniających się okoliczności. Planując działanie określa związane z nim ryzyko. Przygotowuje plany alternatywne.

Poziom D (poziom zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Organizacja pracy* w dążeniu do rezultatów na poziomie D, porządkuje zadania według ich wagi i pilności nawet w złożonych sytuacjach. Efektywnie zarządza czasem poszczególnych aktywności. Nawet pod presją czasu, trafnie określa i pozyskuje zasoby niezbędne do realizacji powierzonych zadań. Cele które wyznacza są mierzalne, realistyczne, określone i zaplanowane w czasie. Trafnie dostosowuje sposób realizacji zadań do zmieniających się bardzo szybko okoliczności. Potrafi trafnie określić ryzyko związane z podejmowanymi działaniami nawet w szybko zmieniających się okolicznościach. Poszukuje niewykorzystywanych możliwości redukcji kosztów realizacji zadania.

Poziom E (poziom ekspercki)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Organizacja pracy* w dążeniu do rezultatów na poziomie E porządkuje zadania według ich wagi i pilności nawet w złożonych sytuacjach, wykorzystując różne narzędzia wspierające. Niezależnie od sytuacji i ludzi zawsze kończy zadanie w wyznaczonym czasie. Nawet w szybko zmieniającej się sytuacji i pod presją czasu, adekwatnie określa i pozyskuje niezbędne do realizacji zadań zasoby. Jest źródłem dobrych praktyk w zakresie redukcji kosztów związanych z realizacją zadań. Zawsze efektywnie dzieli pracę na etapy, precyzyjnie i trafnie określa wskaźniki realizacji. Trafnie dostosowuje

sposób realizacji zadań do zmieniających się bardzo szybko okoliczności, poszukując i wykorzystując sugestie oraz uwagi innych. Osiąga wyjątkowo wysokie efekty pracy. Potrafi trafnie określić ryzyko związane z podejmowanymi działaniami nawet realizując najtrudniejsze zadania. Przygotowuje plany alternatywne.

Kompetencja – Obsługa komputera i Internetu

Poziom A (poziom podstawowy)

Osoba na tym poziomie użytkując komputer często popełnia błędy. Nie potrafi rozpoznawać większości parametrów sprzętu i oprogramowania. Brakuje mu/jej wiedzy z zakresu konfiguracji pracy komputera. Popełnia błędy podczas poruszania się po systemie plików. Instalowanie i odinstalowywanie oprogramowania sprawia mu/jej duże trudności. Podczas przeglądania stron WWW popełnia błędy w zakresie bezpieczeństwa oraz poprawnego korzystania z funkcji przeglądarki.

Poziom B (poziom średni)

Osoba na tym poziomie pracując z komputerem czasami potrzebuje wsparcia bardziej doświadczonych osób. Potrafi rozpoznać część parametrów sprzętu i oprogramowania i przeprowadzić proste czynności konfiguracyjne. Radzi sobie z podstawowymi sposobami poruszania się w systemie plików. Z niewielką pomocą potrafi instalować oprogramowanie. Korzysta z prostych funkcji przeglądarki WWW. Potrzebuje pomocy przy kwestiach dotyczących bezpieczeństwa w sieci.

Poziom C (poziom efektywny)

Osoba na tym poziomie potrafi efektywnie wykorzystać możliwości komputera. Potrafi rozpoznać parametry sprzętu i oprogramowania i przeprowadzić czynności konfiguracyjne. Samodzielnie porusza się w systemie plików. Potrafi zarządzać oprogramowaniem w systemie operacyjnym. Swobodnie wykorzystuje standardowe funkcje przeglądarki WWW, również w kwestii bezpieczeństwa.

Poziom D (poziom zaawansowany)

Podczas pracy z komputerem osoba na tym poziomie efektywnie realizuje trudne zadania. Posiada rozległą wiedzę w zakresie parametrów sprzętu i oprogramowania. Potrafi przeprowadzić zaawansowane czynności konfiguracyjne. Samodzielnie porusza się w systemie plików wykorzystując skróty klawiszowe. Wykorzystuje zaawansowane funkcje przeglądarki WWW, również w kwestii bezpieczeństwa.

Poziom E (poziom ekspercki)

Podczas pracy z komputerem osoba na tym poziomie realizuje trudne zadania, wykorzystując do tego celu specyficzne dla sytuacji i kontekstu opcje. Posiada rozległą wiedzę w zakresie parametrów sprzętu i oprogramowania, którą aktualizuje na bieżąco. Potrafi przeprowadzić zaawansowane czynności konfiguracyjne wykorzystując specyfikę dostępnych sterowników. Samodzielnie porusza się w systemie plików wykorzystując zaawansowane opcje i skróty klawiszowe. Wykorzystuje zaawansowane funkcje i dodatki przeglądarek WWW (zachowując bezpieczeństwo pracy w sieci).

Kompetencja – Pakiet biurowy w pracy przedstawiciela handlowego

Poziom A (poziom podstawowy)

Osoba na tym poziomie często popełnia błędy pracując z aplikacjami pakietu biurowego. Przygotowanie oferty (wprowadzanie i formatowanie tekstu) sprawia mu/jej trudności. Nie potrafi poprawnie przygotować arkusza kalkulacji oraz edytować slajdów prezentacji handlowej. Popełnia błędy podczas korzystania z poczty e-mail.

Poziom B (poziom średni)

Osoba na tym poziomie pracując z pakietem biurowym czasami potrzebuje wsparcia bardziej doświadczonych osób. Potrafi przygotować prostą ofertę w edytorze tekstu i prosty arkusz kalkulacji. Potrafi wykorzystać część funkcjonalności pakietu biurowego powiązanych z formatowaniem tekstu oraz liczb. Radzi sobie z przygotowaniem prostej prezentacji handlowej. Samodzielnie wykonuje najprostsze zadania powiązane z zarządzaniem pocztą e-mail (odbieranie, wysyłanie, odpowiadanie na wiadomości).

Poziom C (poziom efektywny)

Osoba na tym poziomie potrafi efektywnie wykorzystać pakiet biurowy. Jest w stanie przygotować ustrukturyzowany i estetycznie opracowany dokument oferty oraz logicznie uporządkowany arkusz kalkulacji. Potrafi przenosić elementy pomiędzy aplikacjami pakietu biurowego. Przygotowane przez niego/nią prezentacje handlowe wykorzystują atrakcyjne dla odbiorcy możliwości takie jak: grafiki, animacje czy przejścia. Sprawnie zarządza pocztą e-mail.

Poziom D (poziom zaawansowany)

Osoba na tym poziomie potrafi efektywnie wykorzystać pakiet biurowy do realizacji trudnych i złożonych zadań. Podczas pracy z dokumentami, prezentacjami i kalkulacjami stosuje zaawansowane techniki i funkcje. Przygotowane przez nią oferty, prezentacje handlowe i arkusze kalkulacji są wyjątkowo użyteczne. Zarządzając pocztą e-mail wykorzystuje opcje ułatwiające i optymalizujące jego/jej pracę.

Poziom E (poziom ekspercki)

Osoba na tym poziomie potrafi efektywnie wykorzystać pakiet biurowy do realizacji trudnych i złożonych zadań. Wykorzystuje opcje, które są najtrudniejsze w obsłudze a jednocześnie potrafią przełożyć się na zwiększenie efektywności komunikacji i oszczędność czasu. Podczas pracy z dokumentami ofert, prezentacjami handlowymi i arkuszami kalkulacji stosuje zaawansowane techniki i funkcje, które sprawiają, że przygotowane przez nią pliki są wyjątkowo estetyczne a jednocześnie użyteczne i uniwersalne. Zarządzając pocztą e-mail wykorzystuje opcje ułatwiające i optymalizujące pracę jego/jej oraz innych osób.

Kompetencja – Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy

Poziom A (poziom podstawowy)

Osoba na tym poziomie często popełnia błędy pracując z aplikacjami pakietu biurowego. Przygotowanie materiału informacyjno-promocyjnego (wprowadzanie i formatowanie tekstu) sprawia mu/jej trudności. Nie potrafi poprawnie przygotować arkusza zamówienia oraz edytować slajdów prezentacji firmy. Popełnia błędy podczas korzystania z poczty e-mail.

Poziom B (poziom średni)

Osoba na tym poziomie pracując z pakietem biurowym czasami potrzebuje wsparcia bardziej doświadczonych osób. Potrafi przygotować prosty materiał informacyjno-promocyjny w edytorze tekstu i prosty arkusz zamówienia. Potrafi wykorzystać część funkcjonalności pakietu biurowego powiązanych z formatowaniem tekstu oraz liczb. Radzi sobie z przygotowaniem prostej prezentacji firmy. Samodzielnie wykonuje najprostsze zadania powiązane z zarządzaniem pocztą e-mail (odbieranie, wysyłanie, odpowiadanie na wiadomości).

Poziom C (poziom efektywny)

Osoba na tym poziomie potrafi efektywnie wykorzystać pakiet biurowy. Jest w stanie przygotować ustrukturyzowany i estetycznie opracowany materiał informacyjno-promocyjny oraz logicznie uporządkowany arkusz zamówienia. Potrafi przenosić elementy pomiędzy aplikacjami pakietu biurowego. Przygotowane

przez niego/nią prezentacje firmy wykorzystują atrakcyjne dla odbiorcy możliwości takie jak: grafiki, animacje czy przejścia. Sprawnie zarządza pocztą e-mail.

Poziom D (poziom zaawansowany)

Osoba na tym poziomie potrafi efektywnie wykorzystać pakiet biurowy do realizacji trudnych i złożonych zadań. Podczas pracy z dokumentami, prezentacjami i kalkulacjami stosuje zaawansowane techniki i funkcje. Przygotowane przez nią materiały informacyjno-promocyjne, prezentacje firmy i arkusze zamówień są wyjątkowo użyteczne. Zarządzając pocztą e-mail wykorzystuje opcje ułatwiające i optymalizujące jego/jej pracę.

Poziom E (poziom ekspercki)

Osoba na tym poziomie potrafi efektywnie wykorzystać pakiet biurowy do realizacji trudnych i złożonych zadań. Wykorzystuje opcje, które są najtrudniejsze w obsłudze a jednocześnie potrafią przełożyć się na zwiększenie efektywności komunikacji i oszczędność czasu. Podczas pracy z materiałami informacyjno-promocyjnymi, prezentacjami firmy czy arkuszami zamówień stosuje zaawansowane techniki i funkcje, które sprawiają, że przygotowane przez nią pliki są wyjątkowo estetyczne a jednocześnie użyteczne i uniwersalne. Zarządzając pocztą e-mail wykorzystuje opcje ułatwiające i optymalizujące pracę jego/jej oraz innych osób.



8. Standardy

Właściwe zaimplementowanie *Modelu walidacji* i uzupełniania kompetencji zawodowych wiąże się z wykorzystaniem odpowiednich zasobów proceduralnych, osobowych, jak i lokalowych.

Niniejszy rozdział podsumowuje i zbiera wszystkie kryteria, które powinny być spełnione zarówno w zakresie zasobów kadrowych, jak i w zakresie zasobów infrastrukturalnych, aby z powodzeniem móc wdrożyć pełny *Model*.

8.1 Zasoby kadrowe

Rekomendowane jest zaangażowanie odpowiednio przygotowanych osób zgodnie z poniższymi wytycznymi.

Rola	Zadania / wymagania
<p>Asesor ds. kompetencji miękkich</p>	<p>Zadaniem asesora ds. kompetencji miękkich jest dokonanie oceny kompetencji w trakcie sesji Development Centre, przygotowanie raportu feedbackowego oraz zrealizowanie sesji informacji zwrotnych.</p> <p>Wymagane wykształcenie i doświadczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wykształcenie wyższe (preferowane w obszarze psychologii, pedagogiki, doradztwa zawodowego), • min. 3-letnie doświadczenie w ocenianiu kompetencji jako specjalista ds. rekrutacji, doradca zawodowy, • mile widziane doświadczenie w pracy jako asesor. <p>Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zdolności interpersonalne i komunikacyjne (np. aktywne słuchanie), • umiejętność wnikliwej obserwacji, • umiejętność wczucia się w rolę np. klienta, • asertywność, • odporność na stres związany z ocenianiem, • dbanie o atmosferę, • umiejętność obserwacji z jednoczesnym notowaniem, • umiejętność klasyfikacji, podsumowywania, syntezy, • sprawność w pisemnym wyrażaniu myśli i opinii.

Rola	Zadania / wymagania
<p>Asesor ds. kompetencji twardych</p>	<p>Zadaniem asesora ds. kompetencji twardych jest dokonanie oceny kompetencji twardych w trakcie sesji Development Centre, przygotowanie raportu feedbackowego oraz zrealizowanie sesji informacji zwrotnych.</p> <p>Wymagane wykształcenie i doświadczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wykształcenie wyższe (preferowane w obszarze nauk teleinformatycznych lub w obszarze nauk społecznych), • praktyczna wiedza z zakresu obsługi komputera i pakietu Office, • min. 3-letnie doświadczenie w ocenianiu kompetencji, • mile widziane doświadczenie w doradztwie IT z wykorzystaniem <i>Modeli</i> oceny kompetencji. <p>Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • umiejętność przygotowania infrastruktury technicznej na potrzeby sesji, • praktyczna znajomość wykorzystania komputera oraz pakietu biurowego w zakresie zgodnym z opisem kompetencji twardych <i>Modelu</i>, • umiejętność wnikliwej obserwacji, • odporność na stres związany z ocenianiem, • dbanie o atmosferę, • umiejętność obserwacji z jednoczesnym notowaniem, • umiejętność klasyfikacji, podsumowywania, syntezy, • sprawność w pisemnym wyrażaniu myśli i opinii.
<p>Prowadzący sesje Development Centre</p>	<p>Zadaniem prowadzącego jest koordynowanie trwającej sesji DC.</p> <p>Wymagane wykształcenie i doświadczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • brak wymagań co do wykształcenia, • praktyka w prowadzeniu publicznych wystąpień. <p>Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • swoboda w prowadzeniu wystąpień publicznych, • pewność siebie, • energiczność, • umiejętności organizacyjne.

Rola	Zadania / wymagania
<p>Koordinator ds. działań walidacyjno-rozwojowych</p>	<p>Zadaniem koordynatora jest czuwanie nad techniczną organizacją procesu walidacji i uzupełniania kompetencji (organizacja sesji DC, treningów, koordynowanie działań, komunikacja z uczestnikami i bezpośrednimi realizatorami, itp.)</p> <p>Wymagane wykształcenie i doświadczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • brak wymagań co do wykształcenia, • doświadczenie w organizacji szkoleń. <p>Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • umiejętności organizacyjne, • skrupulatność, • komunikatywność.
<p>Trener kompetencji miękkich</p>	<p>Zadaniem trenera jest prowadzenie treningów praktycznych w zakresie kompetencji miękkich.</p> <p>Wymagane wykształcenie i doświadczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wykształcenie wyższe, w obszarze psychologii, zarządzania zasobami ludzkimi, zarządzania i marketingu, • min. 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu kompetencji miękkich (minimum 300 h), • min. 2-letnie doświadczenie w sprzedaży, obsłudze klienta, kontaktach biznesowych, • doświadczenie w budowaniu i prowadzeniu programów rozwojowych opartych o kompetencje, • mile widziane doświadczenie w pracy z osobami w wieku 50+. <p>Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wiedza z obszaru kompetencji i wskaźników behawioralnych, • wysokie kompetencje interpersonalne, przede wszystkim komunikatywność.

Rola	Zadania / wymagania
<p>Trener kompetencji twardych</p>	<p>Zadaniem trenera jest prowadzenie treningów praktycznych w zakresie kompetencji twardych.</p> <p>Wymagane wykształcenie i doświadczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wykształcenie wyższe, w obszarze informatyki, • min. 300 godzin doświadczenia w prowadzeniu szkoleń z zakresu IT. <p>Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • praktyczna znajomość wykorzystania komputera oraz pakietu biurowego w zakresie zgodnym z opisem kompetencji twardych <i>Modelu</i>, • wiedza z obszaru kompetencji i wskaźników behawioralnych, • wysokie kompetencje interpersonalne, przede wszystkim komunikatywność.
<p>Coach</p>	<p>Zadaniem coacha jest prowadzenie sesji rozwojowych w ramach realizowanych spotkań coachingowych.</p> <p>Wymagane wykształcenie i doświadczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wykształcenie wyższe (preferowane w obszarze psychologii, doradztwa zawodowego, pedagogiki), • mile widziany certyfikat coacha, • min. 5-letnie doświadczenie w prowadzeniu konsultacji indywidualnych w zakresie doradztwa zawodowego lub personalnego. <p>Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysokie zdolności interpersonalne, przede wszystkim komunikatywność, ▪ wiedza na temat wykorzystania metody skoncentrowanej na rozwiązaniach (terapia krótkoterminowa skoncentrowana na rozwiązaniach), ▪ zorientowanie na cele, ▪ umiejętność budowania relacji – zorientowanie na klienta, ▪ empatia, ▪ umiejętność udzielania informacji zwrotnych, ▪ umiejętność myślenia analitycznego.

Rola	Zadania / wymagania
Opiekun indywidualny	<p>Zadaniem jest wspieranie uczestnika procesu rozwojowego poprzez: monitorowanie udziału w całym procesie rozwojowym, dawanie wsparcia emocjonalnego, a także podtrzymywanie motywacji i właściwego poziomu zaangażowania.</p> <p>Wymagane wykształcenie i doświadczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> wykształcenie wyższe w obszarze psychologii, doradztwa zawodowego, pedagogiki, socjologii lub zarządzania zasobami ludzkimi, min. 2-letnie doświadczenie w zakresie prowadzenia indywidualnego doradztwa zawodowego lub personalnego. <p>Wymagane kompetencje, cechy i wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> zdolności interpersonalne, przede wszystkim komunikatywność, umiejętność budowania relacji.

8.2 Zasoby infrastrukturalne

W celu właściwej realizacji poszczególnych działań w ramach *Modelu* walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych konieczne jest zapewnienie odpowiednich pomieszczeń według poniższych wytycznych.

Pomieszczenie	Wymagania
Sala konferencyjna (sesja Development Centre – kompetencje miękkie)	<ul style="list-style-type: none"> sala konferencyjna do zadań grupowych ok. 40 m², wyposażona w stoły umożliwiające szybką zmianę ich ustawienia, wyposażona w kamery z kartami pamięci min. 16 GB, z lekkimi, łatwo przenoszalnymi stojakami, powinna posiadać okna, mile widziana klimatyzacja w przypadku sesji prowadzonych latem, wyposażona w flipchart, z wyodrębnionym miejscem na ustawienie cateringu.
Sala do zadań indywidualnych (sesja Development Centre – kompetencje miękkie)	<ul style="list-style-type: none"> mała sala umożliwiająca przeprowadzenie rozmowy indywidualnej, wyposażona w mały stolik lub biurko, wyposażona w kamerę z kartami pamięci min. 16 GB, z lekkim, łatwo przenoszalnym stojakiem.

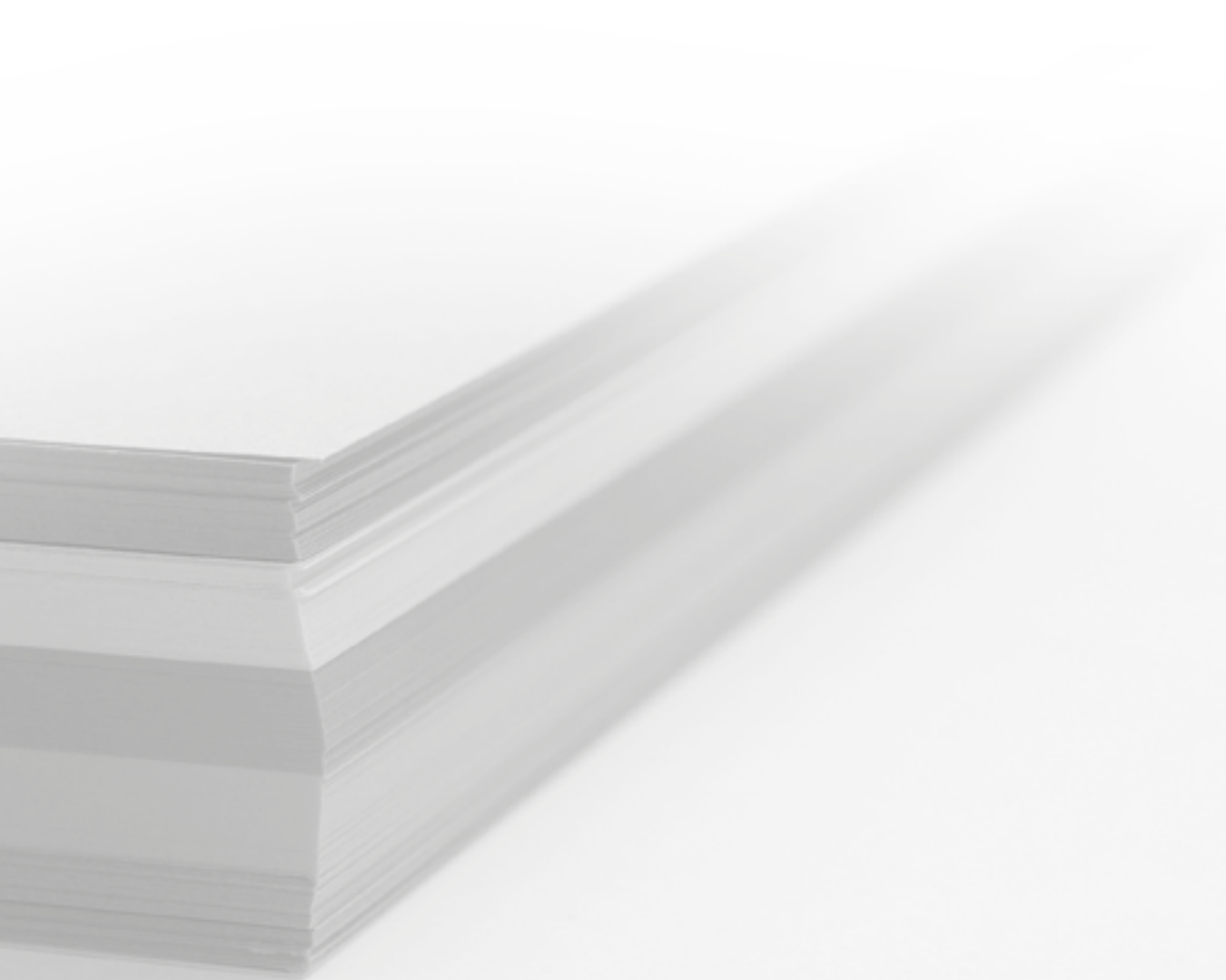
Pomieszczenie	Wymagania
<p>Sala konferencyjna (sesja Development Centre – kompetencje twarde)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sala konferencyjna do zadań indywidualnych umożliwiająca usadowienie uczestników w odległościach uniemożliwiających komunikację i wgląd w efekty pracy innych uczestników, • wyposażona w sprzęt komputerowy (liczba stanowisk powinna być min. o 1 większa niż liczba uczestników) <ul style="list-style-type: none"> - każde stanowisko powinno posiadać sprzęt komputerowy umożliwiający swobodną pracę min. w systemie Windows 7 lub nowszym (min. wymagania http://windows.microsoft.com/pl-pl/windows7/products/system-requirements) w oparciu o pakiet min. Office 2010 (min. http://office.microsoft.com/pl-pl/products/wymagania-systemowe-pakietu-office-FX102921529.aspx#_Toc250543106), - każde stanowisko powinno posiadać zainstalowane oprogramowanie Windows 7 oraz Office 2010 (min. zakres programów: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint), - każde stanowisko powinno posiadać dysk twardy min. 200 GB z możliwością podziału na partycje, - każde stanowisko powinno posiadać wyświetlacz LCD o rozdzielczości min. 1280x800, min. liczba kolorów w tej rozdzielczości: 65 tyś., odświeżanie min. 60Hz, • wyposażona w kamery z kartami pamięci min. 16 GB, z lekkimi, łatwo przenoszalnymi stojakami, • powinna posiadać okna, • mile widziana klimatyzacja w przypadku sesji prowadzonych latem, • z wyodrębnionym miejscem na ustawienie cateringu, • wyposażona w możliwość podłączenia się do bezprzewodowej sieci Internet min. 1Mbit.
<p>Sala szkoleniowa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sala konferencyjna ok. 40 m², • wyposażona w flipchart i rzutnik, • wyposażona w stoły umożliwiające szybką zmianę ich ustawienia, • powinna posiadać okna, • mile widziana klimatyzacja w przypadku treningów prowadzonych latem, • z wyodrębnionym miejscem na ustawienie cateringu.

Pomieszczenie	Wymagania
Sala do spotkania feedbackowego	<ul style="list-style-type: none"> • małe pomieszczenie/ mała sala szkoleniowa, • ustawienie stołu umożliwiające przyjęcie postawy współpracującej (osoby mogą usiąść obok siebie, nie ma pomiędzy nimi zbyt dużego dystansu), • powinna posiadać okna.
Sala do prowadzenia sesji coachingowych	<ul style="list-style-type: none"> • małe pomieszczenie/ mała sala szkoleniowa, • ustawienie stołu umożliwiające przyjęcie postawy współpracującej (osoby mogą usiąść obok siebie, nie ma pomiędzy nimi zbyt dużego dystansu), • powinna posiadać okna.
Sala do spotkań z opiekunem	<ul style="list-style-type: none"> • małe pomieszczenie/ mała sala szkoleniowa, • ustawienie stołu umożliwiające przyjęcie postawy współpracującej (osoby mogą usiąść obok siebie, nie ma pomiędzy nimi zbyt dużego dystansu) • powinna posiadać okna.

9. Bibliografia

- Filipowicz G., *Pakiet kompetencyjny – podręcznik użytkownika*, s. 7, Wydawnictwo ProFirma,
- Filipowicz G., *Zarządzanie kompetencjami zawodowymi*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004
- Gościcka U., Sokołowska M., *Jak znaleźć najlepszego kandydata?* Prezentacja wybranych metod selekcji, Zeszyty Naukowe Meritum, nr 3
- Karney J.E., *Człowiek i praca – wybrane zagadnienia z psychologii i pedagogiki pracy*, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów, Warszawa 2000.
- Kossowska M., Sołtysińska I., *Szkolenia pracowników a rozwój organizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006
- Laus E., Ziarkowska-Hordyj E., *Raport zbiorczy z badań opracowany w I Etapie realizacji projektu „Akademia Handlowa 50+ – innowacyjny Model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”*
- Łaguna M., *Szkolenia. Jak je prowadzić, by...*, GWP, Gdańsk 2004
- Thorpe S., Clifford J., *Podręcznik coachingu. Kompendium wiedzy dla trenerów i menedżerów.*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2006
- Wąsowska-Bąk K., Górecka D., Mazur M., *Assessment/Development Center*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2012
- M. Atkinson, R. T.Chois (2009), *Wewnętrzna dynamika coachingu*, NEW DAWN, Warszawa
- M. Atkinson, R. T.Chois (2010), *Coaching krok po kroku*, NEW DAWN, Warszawa
- M. Atkinson, R. T.Chois (2012), *FLOW Przepływ Sedno Coachingu* NEW DAWN, Warszawa
- M. Bennewicz (2010), *Coaching i mentoring w praktyce*, Druk Intro, Warszawa
- J. Rogers (2010), *Coaching podstawy umiejętności*, GWP Sp. z o.o. Gdańsk
- Dilts R. (2006), *Od przewodnika do Inspiratora czyli Coaching przez Duże „C”*, Wydawnictwo PINLP. Warszawa.
- Ł., S. Marciniak (2012), *Coaching, Zbiór narzędzi wspierania rozwoju*, ABC Wolters Kluwer business.
- J. Starr (2011), *Podręcznik coachingu*, Oficyna Wolters Kluwers Polska sp. z o.o.
- Whitworth, House, Sandhal (2010), *Coaching koaktywny*, Oficyna Wolters Kluwers Polska sp. z o.o.
- Neal, Arnell, Wilson (2011), *Coaching inteligencji emocjonalnej*, Oficyna Wolters Kluwers Polska sp. z o.o.
- Red. Sidor-Rządowska (2009), *Coaching teoria, praktyka, studia przypadków*, Oficyna Wolters Kluwers Polska Sp. z o.o.
- T. Stolfus (2008), *Sztuka zadawania pytań w coachingu*, Instytut Rozwoju Złote Jabłko

10. Załączniki



Załącznik nr 1. Zestaw skal obserwacyjnych wykorzystywanych do diagnozy kompetencji miękkich

OBSŁUGA KLIENTA					
Utrzymywanie wysokiej jakości obsługi klienta oraz spełnianie obowiązujących w tym zakresie firmowych standardów					
Nazwa wskaźnika	A	B	C	D	E
1 Wywierania pierwszego wrażenia.	Nie potrafi nawiązać kontaktu z klientem. Unika kontaktu wzrokowego lub utrzymuje stały i nachalny kontakt wzrokowy. Jego/jej wygląd, wypowiedzi, gesty i zachowania wywołują zdziwienie i niepokój klienta.	Zdarza się nie potrafi nawiązać kontaktu z klientem. Zdarza się, że unika kontaktu wzrokowego lub utrzymuje stały i nachalny kontakt wzrokowy. Zdarza się, że jego wygląd, wypowiedzi, gesty i zachowania wywołują zdziwienie i niepokój klienta.	Skutecznie nawiązuje kontakt z potencjalnym klientem. Utrzymuje naturalny kontakt wzrokowy. Jego wygląd, wypowiedzi, gesty i zachowania wzbudzają sympatię klienta.	Nawet pracując pod presją czasu potrafi nawiązać kontakt z agresywnym i wycofanym klientem. Utrzymuje naturalny kontakt wzrokowy. Jego jej wygląd, wypowiedzi, gesty i zachowania wzbudzają sympatię i zainteresowanie klienta.	Nawet pracując pod presją czasu potrafi nawiązać kontakt z trudnym i wymagającym klientem. Buduje z nim trwałą relację i osiąga wyniki znacznie przekraczające założenia.
2 Rozpoznawanie i dookreślanie potrzeb klienta	W kontakcie z klientem nie diagnozuje jego potrzeb. Nie dopytuje klienta w celu doprecyzowania i dookreślenia jego wymagań i oczekiwań. Wywołuje irytację i niechęć klienta.	Zdarza się, że nie rozpoznaje potrzeb klienta. Zdarza się, że nie dopytuje klienta w celu doprecyzowania i dookreślenia jego wymagań i oczekiwań. Zdarza się, że w tej sytuacji klient reaguje irytacją bądź niechęcią.	Trafnie rozpoznaje i dookreśla potrzeby klienta. Wywołuje sympatię klienta.	Współpracując z trudnym i wymagającym klientem trafnie rozpoznaje i dookreśla jego potrzeby. Wywołuje sympatię klienta.	Współpracując z trudnym i wymagającym klientem trafnie rozpoznaje i dookreśla jego potrzeby. Wywołuje sympatię u bardzo dużej liczby klientów, którzy proszą aby osobiście zajęli się ich sprawami.
3 Formułowanie propozycji nastawionych na realizację potrzeb klienta	Formułuje propozycje, które nie uwzględniają rzeczywistych potrzeb klienta. Takim zachowaniem wzbudza zniecierpliwienie, irytację i niechęć u klienta.	Zdarza się, że formułuje propozycje, które nie uwzględniają rzeczywistych potrzeb klienta. Zdarza się, że takim zachowaniem wzbudza zniecierpliwienie, irytację i niechęć u klienta.	Formułuje propozycje, które uwzględniają rzeczywiste potrzeby klienta. Takim zachowaniem budzi sympatię i zaufanie klienta.	Nawet w sytuacji częstej zmiany wymagań klienta, elastycznie dostosowuje propozycję do jego rzeczywistych potrzeb. Takim zachowaniem wzbudza sympatię i zaufanie klienta.	Nawet w sytuacji częstej zmiany wymagań klienta, elastycznie dostosowuje propozycję do jego potrzeb. Bardzo wielu klientów darzy go sympatią i zaufaniem.
4 Radzenie sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami klienta	Nie radzi sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami klienta. Nachalnie dopytuje o przyczyny niezadowolenia. Nie proponuje rozwiązania zgłaszanych przez klienta obiekcji i zastrzeżeń.	Zdarza się, że nie radzi sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami klienta. Zdarza się, że nachalnie dopytuje o przyczyny niezadowolenia. Zdarza się, że nie doprecyzowuje rzeczywistych potrzeb klienta ani nie proponuje rozwiązania zgłaszanych przez	W sytuacji, w której klient zgłasza obiekcje i zastrzeżenia doprecyzowuje rzeczywiste potrzeby klienta i przedstawia nową propozycję.	Nawet gdy klient niekulturalnie zgłasza wiele obiekcji i zastrzeżeń doprecyzowuje rzeczywiste potrzeby klienta i przedstawia nową propozycję.	Nawet gdy klient niekulturalnie zgłasza wiele obiekcji i zastrzeżeń doprecyzowuje rzeczywiste potrzeby klienta i przedstawia nową propozycję. Współpracownicy traktują go jako eksperta w radzeniu sobie ze szczególnie trudnymi klientami.
Budowanie długoterminowej realizacji z klientem	W sytuacji, kiedy spotyka się z odmową klienta, nie wykazuje	W sytuacji, kiedy spotyka się z odmową klienta może podejmować próby zainteresowania się nim	W sytuacji, kiedy spotyka się z odmową klienta, wykazuje	Nawet gdy klient w sposób niekulturalny odmawia zakupu, przedstawia możliwości kupna	Interesuje się Klientem niezależnie od gotowości do dokonania zakupu.

OPANOWANIE W TRUDNYCH SYTUACJACH SPRZEDAŻOWYCH

Radzenie sobie z obsługą klienta w sytuacjach trudnych.

	A	B	C	D	E	
1	Nazwa wskaźnika Kontrola emocji	Nie kontroluje emocji. Reaguje agresją bądź płaczem na niewłaściwe zachowanie klienta.	Potrzebuje pomocy innych osób lub innego kontekstu sytuacyjnego, aby opanować emocje.	Kontroluje emocje. Jest opanowany i spokojny.	Nawet, gdy kontaktuje się z klientem wzbudzającym bardzo silne emocje, opanowuje je skupiając się na pracy merytorycznej.	Niezależnie od okoliczności i rodzaju klientów pozostaje w dystansie do własnych emocji oraz emocji klientów. Stanowi wzór opanowania dla innych pracowników.
2	Nieuleganie presji i manipulacji	Ulega nawet prostym manipulacjom i presji wywieranej przez klienta.	Zdarza się, że ulega manipulacji i presji.	Nie ulega presji i manipulacji.	Nawet w skomplikowanych sytuacjach nie ulega manipulacji. Stosuje własne techniki.	Niezależnie od okoliczności i rangi wydarzenia nie ulega presji. Jest odporny na próby manipulacji, nawet tej bardzo wyrafinowanej. Wykorzystuje techniki skierowane przeciw niemu, by osiągnąć własne cele.
3	Oddzielanie ocen osób od problemów	Nie oddziela ocen osób od problemów. W stosunku do klienta używa epitetów wartościujących.	Potrzebuje pomocy, aby oddzielić ocenę osób od problemów. Niezbędny jest dodatkowy czas, aby to zrobić. Zdarza się, że skupia się na ocenie osób używając epitetów wartościujących.	Samodzielnie oddziela problemy od osób. W ocenie skupia się na problemie i działaniu, a nie na wartościowaniu osoby.	Nawet w trudnych i skomplikowanych problemach oddziela je od osób. Dokonuje oceny tylko problemów.	Niezależnie od okoliczności oddziela oceny od osób. Skupia się na problemach, a nie na wartościowaniu osób. Utrzymuje z nimi pozytywne relacje. Reaguje dookreślając sytuację oceny.
4	Nastawienie proaktywne	Działa reaktywnie. Bez wsparcia innych nie osiągnie celu.	Najczęściej działa reaktywnie. Wymaga wsparcia i ukierunkowania innych, aby podjąć działanie do celu.	Jest nastawiony proaktywnie. Wszelkie działania samodzielnie ukierunkowuje na osiągnięcie celu.	Nawet w skomplikowanych sytuacjach działa samodzielnie i proaktywnie. Jest inicjatorem. Wspiera innych w ukierunkowaniu ich działań.	Niezależnie od okoliczności zawsze działa proaktywnie, samodzielnie wyznacza cele i je osiąga. Stanowi wzór do działania dla innych.
5	Proponowanie realistycznych rozwiązań	Nie formułuje realistycznych rozwiązań. Nie bierze pod uwagę ograniczeń i możliwości ludzi, infrastruktury, posiadanych zasobów.	Zdarza się, że nie formułuje realistycznych rozwiązań. Zdarza się, że nie uwzględnia ograniczeń i możliwości ludzi, infrastruktury, posiadanych zasobów.	Formułuje realistyczne rozwiązania. Uwzględnia ograniczenia i możliwości ludzi, infrastruktury, posiadanych zasobów.	Nawet pod presją formułuje realistyczne rozwiązania. Uwzględnia przy tym ograniczenia i możliwości ludzi, infrastruktury i posiadanych zasobów.	Nawet w niejednoznacznych sytuacjach, kiedy istnieją bardzo poważne ograniczenia w zakresie dostępności do ludzi, infrastruktury i posiadanych zasobów formułuje rozwiązania, których wdrożenie prowadzi do uzyskania wyników przekraczających założenia.

ORGANIZACJA PRACY W DĄŻENIU DO REZULTATÓW

Dążenie do realizacji celów pomimo pojawiających się trudności

	A	B	C	D	E
1 Nazwa wskaźnika Wykonywanie zadań ze względu na ich wagę i pilność w wyznaczonym czasie	Przed rozpoczęciem działania nie porządkuje zadań według ich wagi i pilności. Działa chaotycznie. Koncentruje się na nieistotnej dla wykonania zadania aktywności. Nie zarządza czasem prac nad poszczególnymi etapami zadania. Nie kończy zadania w wyznaczonym czasie.	Zdarza się, że przed rozpoczęciem działania nie porządkuje zadań według ich wagi i pilności. Zdarza się, że koncentruje się na nieistotnej dla wykonania zadania aktywności. Zdarza się, że nieadekwatnie wydłuża lub skracca poszczególne etapy prac na zadaniem.	Przed rozpoczęciem działania porządkuje zadania według ich wagi i pilności. Wykonuje zadania rozpoczynając od tych najważniejszych i najbardziej pilnych. Efektywnie zarządza czasem poszczególnych etapów prac. Kończy zadanie w wyznaczonym czasie.	Nawet w złożonych sytuacjach - którym towarzyszy presja czasu - przed rozpoczęciem działania, porządkuje zadania według wagi i pilności. Pracę rozpoczyna od tych najważniejszych i najbardziej pilnych. Efektywnie zarządza czasem poszczególnych aktywności. Kończy zadanie w wyznaczonym czasie.	Nawet w złożonych sytuacjach porządkując zadania ze względu na wagę i pilność, wykorzystuje narzędzia w zakresie metodologii zarządzania projektami (wykres Gantta, PERT, CPM). Zadania wykonuje według ustalonego w ten sposób porządku. Niezależnie od sytuacji i ludzi zawsze kończy zadanie w wyznaczonym czasie.
2 Nazwa wskaźnika Planowanie zasobów	Podczas realizacji zadania nie analizuje, nie określa i nie pozyskuje zasobów niezbędnych do jego wykonania.	Zdarza się, że podczas realizacji zadania błędnie określa i nie pozyskuje zasobów niezbędnych do jego wykonania.	Określa i pozyskuje zasoby niezbędne do realizacji powierzonych zadań. Uwzględnia zarówno ilość jak i rodzaje potrzebnych zasobów.	Nawet w szybko zmieniającej się sytuacji i pod presją czasu, trafnie określa i pozyskuje zasoby niezbędne do realizacji powierzonych zadań. Uwzględnia zarówno ilość jak i rodzaje potrzebnych zasobów. Poszukuje niewykorzystywanych dotychczas możliwości redukcji kosztów realizacji zadania.	Nawet w szybko zmieniającej się sytuacji i pod presją czasu, trafnie i adekwatnie określa oraz zdobywa niezbędne do realizacji zadań zasoby. W tej dziedzinie stanowi źródło wiedzy dla swoich współpracowników. Jest źródłem dobrych praktyk w zakresie redukcji kosztów związanych z realizacją zadań.
3 Nazwa wskaźnika Określanie jasnych, mierzalnych, realistycznych, atrakcyjnych i zaplanowanych w czasie rezultatów	Nie dzieli pracy na etapy. Nie określa rezultatów/celów poszczególnych etapów. Cele które wyznacza nie są mierzalne, realistyczne, określone i zaplanowane w czasie.	Zdarza się, że nie dzieli pracy na etapy. Zdarza się, że nie określa rezultatów/celów poszczególnych etapów. Zdarza się, że cele które wyznacza nie są mierzalne, realistyczne, określone i zaplanowane w czasie.	Dzieli pracę na etapy. Określa rezultaty/cele poszczególnych etapów. Cele które wyznacza są mierzalne, realistyczne, określone i zaplanowane w czasie.	Nawet w złożonych i niejasnych sytuacjach dzieli pracę na etapy. Efektywnie określa rezultaty/cele poszczególnych etapów. Cele które wyznacza są mierzalne, realistyczne, określone i zaplanowane w czasie.	Zawsze efektywnie dzieli pracę na etapy. Dla każdego z etapów niezależnie od złożoności i niejednoznaczności sytuacji określa wskaźniki realizacji. Wskaźniki te wywołują zaskoczenie i zdziwienie swoją trafnością i użytecznością.
4 Nazwa wskaźnika Dostosowywanie do zmieniających się okoliczności	Podczas realizacji działań postępuje według sztywno ustalonego planu, nie zmienia sposobu jego wykonywania nawet jeśli okoliczności tego wymagają. Zdarza się, że w tym zakresie nie reaguje na uwagi i sugestie innych.	Zdarza się, że podczas realizacji działań postępuje według sztywno ustalonego planu. Zdarza się, że nie zmienia sposobu ich wykonywania nawet jeśli okoliczności tego wymagają. Zdarza się, że w tym zakresie nie reaguje na uwagi i sugestie innych.	Podczas realizacji działań dostosowuje sposób ich wykonywania do zmieniających się okoliczności. Uwzględnia uwagi i sugestie innych.	Nawet w złożonej i szybko zmieniającej się sytuacji podczas realizacji działań trafnie dostosowuje sposób ich wykonywania do zmieniających się okoliczności. Uwzględnia sugestie i uwagi innych.	Nawet w złożonej i szybko zmieniającej się sytuacji podczas realizacji zadań trafnie dostosowuje działania do zmieniających się okoliczności. Poszukuje sugestii i uwag innych. Osiąga wyjątkowo wysokie efekty pracy.
5 Nazwa wskaźnika Minimalizowanie ryzyka związanego z realizacją zadań	Planując działanie nie uwzględnia wiążącego się z nim ryzyka, nie przygotowuje planów alternatywnych.	Zdarza się, że planując działanie nie dostrzega bądź nie uwzględnia wiążącego się z nim ryzyka. Zdarza się, że nie przygotowuje planów alternatywnych.	Planując działania trafnie określa związane z nim ryzyko. Przygotowuje plany alternatywne.	Nawet w sytuacjach trudnych, szybko zmieniających się okolicznościach, trafnie określa związane z nimi ryzyko. Przygotowuje plany alternatywne.	Nawet w najtrudniejszych zadaniach realizowanych w firmie, planując działania trafnie określa związane z nimi ryzyko. Przygotowuje plany alternatywne.

PROCES SPRZEDAŻY

Skuteczne wykorzystywanie wiedzy i profesjonalnych technik w procesie sprzedaży

Nazwa wskaźnika	A	B	C	D	E
1 Nawiązywanie kontaktu	Nie potrafi nawiązać kontaktu z klientem. Unika kontaktu wzrokowego lub utrzymuje stały, nachalny kontakt wzrokowy. Jego/ jej wygląd, wypowiedzi, gest i zachowania wywołują zdziwienie i niepokój klienta.	Zdarza się, że nie potrafi nawiązać kontaktu z klientem. Zdarza się, że unika kontaktu wzrokowego lub utrzymuje stały, nachalny kontakt wzrokowy. Zdarza się, że jego/ jej wygląd, wypowiedzi, gest i zachowania wywołują zdziwienie i niepokój klienta.	Skutecznie nawiązuje kontakt z klientem. Utrzymuje naturalny kontakt wzrokowy. Jego/ jej wygląd, wypowiedzi, gest i zachowania wywołują sympatię i zainteresowanie klienta.	Nawet pracując pod presją czasu nawiązuje kontakt z agresywnym bądź wycofanym klientem. Utrzymuje naturalny kontakt wzrokowy. Jego/ jej wygląd, wypowiedzi, gest i zachowania wywołują sympatię i zainteresowanie klienta.	Nawet pracując pod presją czasu nawiązuje kontakt z agresywnym bądź wycofanym klientem. Utrzymuje naturalny kontakt wzrokowy. Ujmuje klienta delikatnością, wyczuciem i poczuciem humoru.
2 Rozpoznawanie potrzeb klienta	Podczas sprzedaży nie diagnozuje i nie weryfikuje potrzeb klienta. Nie dopytuje i nie dookreśla zakresu oferty. Wywołuje irytację i niezadowolenie klienta.	Zdarza się, że podczas rozmowy z klientem nie diagnozuje i nie weryfikuje jego potrzeb. Zdarza się, że nie dopytuje i nie dookreśla zakresu oferty. Zdarza się, że wywołuje irytację i niezadowolenie klienta.	Podczas rozmowy z klientem diagnozuje i weryfikuje potrzeby klienta. Skutecznie dopytuje i trafnie dookreśla zakres oferty. Wywołuje sympatię i zaufanie klienta.	Nawet w kontakcie z trudnym i niezdecydowanym klientem, trafnie diagnozuje i weryfikuje jego potrzeby. Skutecznie dopytuje i dookreśla zakres oferty. Wywołuje sympatię, zaufanie i zainteresowanie klienta.	Nawet w kontakcie z trudnym i niezdecydowanym klientem, trafnie diagnozuje i weryfikuje jego potrzeby. Bardzo często wpływa na rozszerzenie bądź całkowitą modyfikację przedstawianej mu oferty.
3 Przygotowanie i prezentacja oferty	Bardzo często na spotkanie z klientem przychodzi nieprzygotowany. Prezentowana przez niego/ nią oferta jest nieuporządkowana i nieczytelna. Przedstawiając prezentację używa fachowego żargonu niezrozumiałego dla klienta. Takim zachowaniem wywołuje jego niepokój i zdziwienie.	Zdarza się, że na spotkanie z klientem przychodzi nieprzygotowany. Zdarza się, że prezentowana przez niego oferta jest nieuporządkowana i nieczytelna. Zdarza się, że przedstawiając prezentację używa fachowego żargonu niezrozumiałego dla klienta. Zdarza się, że takim zachowaniem wywołuje jego niepokój i zdziwienie.	Na spotkanie z klientem przychodzi przygotowany. Prezentowana przez niego oferta jest uporządkowana i czytelna. Używa języka zrozumiałego dla klienta. Tłumaczy wszystkie terminy fachowe, które mogą być dla niego niejasne.	Nawet jeśli przedmiot oferty jest złożony przygotowana przez niego prezentacja jest uporządkowana i czytelna. Tłumaczy wszystkie terminy fachowe, które mogą być dla niego niejasne.	W rozmowie z klientem posługuje się językiem korzyści, ściśle związanymi ze światem klienta. Nawet jeśli przedmiot oferty jest złożony przygotowana przez niego/ nią prezentacja jest uporządkowana i czytelna. Tłumaczy wszystkie terminy fachowe, które mogą być niejasne dla klienta.
4 Negocjowanie warunków oferty	W sytuacji kiedy u klienta pojawiają się obiekcje i zastrzeżenia, nie formuluje trafnych propozycji realizujących potrzeby klienta. Bardzo często w rozmowie z klientem używa: "nie", "niestety nie mogę", "nie potrafię", "nie posiadam".	Zdarza się, że w sytuacji kiedy u klienta pojawiają się obiekcje i zastrzeżenia, nie formuluje trafnych propozycji realizujących potrzeby klienta. Często w rozmowie z klientem używa: "nie", "niestety nie mogę", "nie potrafię", "nie posiadam".	W sytuacji kiedy u klienta pojawiają się obiekcje i zastrzeżenia formuluje wiele trafnych propozycji realizujących potrzeby klienta. W rozmowie unika słowa "nie" - koncentruje się na przedstawieniu rozwiązań i możliwości	W sytuacji kiedy u wymagającego i ważnego klienta pojawiają się poważne obiekcje i zastrzeżenia formuluje wiele trafnych propozycji realizujących jego potrzeby. W rozmowie unika słowa "nie" - koncentruje się na przedstawieniu rozwiązań i możliwości.	W sytuacji kiedy u wymagającego i ważnego klienta pojawiają się poważne obiekcje i zastrzeżenia formuluje wiele trafnych propozycji realizujących jego potrzeby. Reprezentuje interesy firmy w najtrudniejszych rozmowach, osiągając bardzo wysokie wyniki.
5 Finalizowanie sprzedaży	Nie rozpoznaje momentu, w którym powinien zakończyć proces sprzedaży. Nieustannie dostarcza klientowi nowych, zaburzających informacji. W ostatniej chwili istotnie zmienia warunki umowy.	Zdarza się, że nie rozpoznaje momentu w którym powinien zakończyć proces sprzedaży. Zdarza się, że dostarcza klientowi nowych, zaburzających informacji. Zdarza się, że w ostatniej chwili istotnie zmienia warunki umowy.	Trafnie rozpoznaje moment, w którym powinien zakończyć proces sprzedaży. Unika przekazywania klientowi nowych i zaburzających informacji.	Nawet w kontakcie z trudnym i niezdecydowanym klientem trafnie rozpoznaje moment w którym powinien zakończyć proces sprzedaży. Unika przekazywania klientowi nowych i zaburzających informacji.	Nawet w kontakcie z trudnym i niezdecydowanym klientem trafnie rozpoznaje moment w którym powinien zakończyć proces sprzedaży. Unika przekazywania klientowi nowych i zaburzających informacji. Przygotowuje dokumenty pozwalające na sfinalizowanie procesu sprzedaży.

KOMUNIKATYWNOŚĆ

Precyzyjne, jasne wyrażanie się oraz rozumienie i zaangażowanie w wypowiedzi innych, a także otwartość w kontaktach z ludźmi

	A	B	C	D	E	
1	Nazwa wskaźnika Słuchanie	Utrudnia rozmówcy swobodne wypowiadanie się, przerywa lub kończy wypowiedzi. Koncentruje się głównie na tym co ma do powiedzenia.	Zdarza się, że przerywa lub kończy wypowiedzi rozmówcy. Zdarza się, że głównie koncentruje się na tym co ma do powiedzenia.	Uważnie słucha i zachęca innych do wypowiadania się. Nie przerywa.	Nawet w sytuacji trudnej, kiedy rozmówca niechętnie uczestniczy w rozmowie uważnie słucha i zachęca innych do wypowiadania się. Nie przerywa. Zdając pytania otwarte potrafi zdobyć informacje o indywidualnej sytuacji rozmówcy.	Często powtarza własnymi słowami lub podsumowuje wypowiedzi innych, dając do zrozumienia, że ich uważnie słucha. Potrafi zdobyć szczegółowe informacje o indywidualnej sytuacji rozmówcy. Często są to informacje wykraczające poza schematy.
2	Nazwa wskaźnika Wypowiadanie się w sposób jasny i zrozumiały dla innych	Wyraża się niejasno, często nie można zrozumieć, co chce powiedzieć.	Zdarza się, że ma problemy z formułowaniem jasnych i zwięzłych wypowiedzi.	Jasno i zwięźle formułuje swoje wypowiedzi.	Wyraża się jasno i precyzyjnie, nawet w przypadku złożonych tematów i zagadnień.	Potrafi jasno i precyzyjnie wyjaśnić najbardziej zaawansowane i skomplikowane zagadnienia.
3	Nazwa wskaźnika Doprecyzowywanie wypowiedzi rozmówcy	Bardzo rzadko doprecyzowuje wypowiedzi. Nie dopytuje kiedy rozmówca używa słów: zawsze, nigdy, wszystko, żaden itd. Nie dopytuje mimo, że nie rozumie rozmówcy.	Zdarza się, że nie doprecyzowuje wypowiedzi. Zdarza się, że nie dopytuje, kiedy słyszy słowa: zawsze, nigdy, wszystko, żaden itd. Zdarza się, że nie dopytuje, mimo że nie rozumie rozmówcy.	Doprecyzowuje wypowiedzi rozmówcy - pyta co konkretnie ma na myśli mówiąc: zawsze, nigdy, wszystko, żaden. Jeśli nie rozumie treści komunikatu prosi o wyjaśnienia.	Jeśli przedmiot rozmowy jest bardzo złożony i abstrakcyjny cierpliwie prosi o wyjaśnienie każdego niezrozumiałego terminu i wyrażenia. Dopytuje jeśli rozmówca używa zbyt ogólnych wyrażeń i stwierdzeń - prosi o przedstawienie konkretnych sytuacji.	Potrafi doprecyzować wypowiedzi klienta, nawet jeśli klient jest mocno zdenerwowany, nie ma sprecyzowanego pomysłu, nie jest fachowcem w poruszanej temacie. Zdobywa unikatowe informacje o indywidualnej sytuacji rozmówcy.
4	Nazwa wskaźnika Monitorowanie zrozumienia u rozmówcy	Bardzo rzadko dopytuje czy został dobrze zrozumiany. Rzadko reaguje na niewerbalne sygnały niezrozumienia u rozmówcy.	Zdarza się, że nie dopytuje czy został dobrze zrozumiany. Zdarza się, że nie reaguje na niewerbalne sygnały niezrozumienia u rozmówcy.	Zawsze dopytuje czy został dobrze zrozumiany. Reaguje na pierwsze niewerbalne sygnały niezrozumienia u rozmówcy.	Niezależnie od sytuacji i osób zaangażowanych w rozmowę efektywnie monitoruje poziom zrozumienia u rozmówcy, dopytuje czy został dobrze zrozumiany. Reaguje na pierwsze niewerbalne sygnały niezrozumienia komunikatu u rozmówcy.	Niezależnie od sytuacji i osób zaangażowanych w rozmowę efektywnie monitoruje poziom zrozumienia u rozmówcy. Zawsze reaguje na pierwsze niewerbalne sygnały niezrozumienia u rozmówcy.
5	Nazwa wskaźnika Odzwierciedlanie	Często łamie wątek rozmowy nie podążając za wypowiedzią rozmówcy. Nie odzwierciedla komunikacji niewerbalnej (gestów, mimiki, kontakt wzrokowy, przestrzeń).	Zdarza się, że łamie wątek rozmowy nie podążając za wypowiedzią rozmówcy. Zdarza się, że jest zbyt sztywny-bierny lub zbyt nachalny w komunikacji niewerbalnej.	Trzyma się wątku rozmowy. Podąża za wypowiedzią rozmówcy. Jego komunikacja niewerbalna jest adekwatna do komunikacji niewerbalnej rozmówcy.	Nawet w trudnych sytuacjach trzyma się wątku rozmowy. Podąża za wypowiedzią rozmówcy. Jego/ jej komunikacja niewerbalna jest adekwatna do komunikacji niewerbalnej rozmówcy.	Często pomaga swoim rozmówcom w uporządkowaniu ich wypowiedzi i wyjaśnieniu tego co chcą powiedzieć. Rozwija poruszane przez nich wątki i tematy. Jego/ jej gesty, mimika, kontakt wzrokowy budują atmosferę wzajemnego szacunku, zrozumienia i zaufania.

Załącznik nr 2. Zestaw skal obserwacyjnych wykorzystywanych do diagnozy kompetencji twardych

OBSŁUGA KOMPUTERA I INTERNETU

	Nazwa wskaźnika	A	B	C	D	E
1	Użytkowanie komputera i urządzeń dodatkowych	Często popełnia błędy podczas użytkowania komputera oraz urządzeń dodatkowych. Nie potrafi rozpoznać parametrów komputera będących elementami wymagań oprogramowania i zweryfikować ich spełnienia. Potrzebuje wsparcia przy poszukiwaniu informacji o parametrach komputera w systemie.	Uruchamia komputer i wykorzystuje urządzenia dodatkowe. Zdarza się, że nie identyfikuje parametrów komputera i nie potrafi dokonać ich weryfikacji z wymaganiami. Zdarza się, że potrzebuje pomocy przy poszukiwaniu informacji o parametrach komputera w systemie.	Sprawnie użytkuje komputer i urządzenia dodatkowe. Rozpoznaje większość parametrów wymagań oprogramowania i jest w stanie je zweryfikować w systemie. Trafnie identyfikuje podstawowe miejsca zdobycia informacji o parametrach komputera w systemie.	Sprawnie użytkuje komputer i urządzenia dodatkowe. Rozpoznaje wszystkie parametry wymagań oprogramowania i jest w stanie je zweryfikować w systemie. Trafnie identyfikuje miejsca zdobycia informacji o parametrach komputera w systemie.	Sprawnie użytkuje komputer i urządzenia dodatkowe wykorzystując specyficzne dla wersji i konfiguracji opcje dodatkowe. Rozpoznaje wszystkie parametry wymagań oprogramowania i jest w stanie je zweryfikować w systemie. Aktywnie poszukuje programów umożliwiających jej/mu zdobycie możliwie bogatych informacji o parametrach komputera w systemie.
2	Poruszanie się po konfiguracji systemu operacyjnego	Potrzebuje wsparcia w lokalizacji podstawowych opcji panelu sterowania oraz w konfiguracji ustawień. Popełnia błędy konfigurując podłączenie do bezprzewodowej sieci Internet.	Lokalizuje opcje w panelu sterowania. Zdarza się, że potrzebuje pomocy przy konfiguracji podstawowych ustawień: ekranu, dźwięku lub klawiatury. Potrzebuje pomocy przy podłączeniu komputera do bezprzewodowej sieci Internet.	Sprawnie porusza się po ustawieniach w panelu sterowania, konfiguruje podstawowe ustawienia: ekranu, dźwięku i klawiatury. Podłącza komputer do bezprzewodowej sieci Internet.	Sprawnie porusza się po ustawieniach w panelu sterowania, konfiguruje zaawansowane ustawienia: ekranu, dźwięku i klawiatury. Podłącza komputer do bezprzewodowej sieci Internet.	Sprawnie porusza się po ustawieniach w panelu sterowania, konfiguruje ust. ekranu, dźwięku i klawiatury wykorzystując specyficzne dla dedykowanego sterownika opcje. Zarządza sieciami bezprzewodowymi.
3	Zarządzanie plikami i oprogramowaniem komputera	Często popełnia błędy zarządzając plikami i folderami. Nie korzysta z podstawowych możliwości eksploratora plików. Potrzebuje wsparcia w zarządzaniu zainstalowanym oprogramowaniem. Ma trudności z zainstalowaniem oprogramowania o prostej procedurze instalacji.	Zarządzając plikami i folderami korzysta głównie z opcji dostępnych za pomocą menu kontekstowego. Zdarza się, że korzysta z podstawowych możliwości eksploratora windows. Instaluje i odinstalowuje oprogramowanie o prostej procedurze instalacji.	Zarządza plikami i folderami. Korzysta z możliwości eksploratora. Instaluje i odinstalowuje oprogramowanie oparte o proste procedury instalacji.	Zarządza plikami i folderami. Korzysta z możliwości eksploratora, w tym ze skrótów klawiszowych. Instaluje i odinstalowuje oprogramowanie wymagające spełnienia dodatkowych wymagań.	Zarządza plikami i folderami. Korzysta z możliwości eksploratora, w tym ze skrótów klawiszowych. Instaluje i odinstalowuje oprogramowanie na podstawie instrukcji tekstowej (dostarczane bez plików instalatora).
4	Korzystanie z Internetu	Często popełnia błędy podczas przeglądania stron WWW. Nie uwzględni uwarunkowań bezpieczeństwa podczas odwiedzania stron.	Przeglądając strony WWW korzysta z podstawowych opcji przeglądarki uwzględniając podstawowe uwarunkowania bezpieczeństwa.	Przeglądając strony WWW korzysta z podstawowych opcji przeglądarki. Uwzględni uwarunkowania bezpieczeństwa podczas odwiedzania stron.	Sprawnie przegląda strony WWW wykorzystując zaawansowane możliwości przeglądarki. Uwzględni uwarunkowania bezpieczeństwa podczas odwiedzania stron.	Aktywnie poszukuje dodatków do przeglądarki umożliwiających szybsze i wygodniejsze przeglądanie stron WWW. Jest ekspertem w zakresie uwarunkowań bezpieczeństwa podczas odwiedzania stron.

PAKIET BIUROWY W PRACY SPRZEDAWCY

Nazwa wskaźnika	A	B	C	D	E
1 Przygotowanie materiału informacyjnego (ulotki) w edytorze tekstu	Często popełnia błędy wprowadzając tekst. Nie potrafi wstawić znaków specjalnych i list do dokumentu. Nie formatuje czcionek i akapitów, nie wykorzystuje szablonów.	Edytuje tekst wykorzystując szablony, symbole i listy. Zdarza się, że stosuje proste formatowanie (czcionek, akapitów).	Tworzy dokument w oparciu o adekwatny szablon. Wykorzystuje proste podziały stron. Dbą o spójność i przejrzystość dokumentu za pomocą formatowania czcionek i akapitów. Umieszcza w dokumencie zdjęcia, tabele i wykresy.	Wstawia do dokumentu obiekty Smart-art. Edytuje nagłówek i/lub stopkę. Wykorzystuje słownik, tłumacza oraz statystykę wyrazów.	Stosuje automatyczne numerowanie stron. Uaktualnia zawartość słownika. Stosuje korespondencję seryjną oraz komentarze.
2 Dokument zamówienia asortymentu w arkuszu kalkulacyjnym	Często popełnia błędy wprowadzając dane do arkuszy. Nie korzysta z formuł i funkcji.	Zarządza danymi w arkuszach. Zdarza się, że korzysta z prostych formuł lub funkcji.	Logicznie porządkuje dane liczbowe w tabelach. Stosuje formuły z adresowaniem względnym oraz proste funkcje.	Stosuje formuły z adresowaniem bezwzględnym. Sortuje i filtruje dane w tabeli. Stosuje komentarze.	Używa tabel przestawnych oraz zaawansowanych funkcji (funkcja warunkowa, wyszukaj.pionowo)
3 Przygotowanie prezentacji firmy	Często popełnia błędy edytując slajdy. Nie formatuje treści slajdów oraz nie korzysta z motywów, przejść i animacji.	Zarządza kolejnością slajdów. Wykorzystuje różne układy slajdów i formatuje ich treści. Zdarza się, że korzysta z motywów, przejść lub animacji.	Używa motywów i szablonów. Wykorzystuje podstawowe animacje i przejścia oraz obiekty zewnętrzne (grafiki, wykresy, tabele).	Konfiguruje animacje za pomocą opcji zaawansowanych. Samodzielnie ustawia tło slajdów. Wykorzystuje grafikę smart-art. Rejestruje pokaz slajdów.	Konfiguruje złożone animacje za pomocą ścieżek ruchu. Umieszcza i konfiguruje w prezentacji wideo i audio.
4 Poczta e-mail w komunikacji z kontrahentami	Często popełnia błędy zarządzając wiadomościami e-mail. Nie korzysta z folderów poczty, załączników oraz opcji wiadomości.	Odpowiada na wiadomości. Odbiera i wysyła wiadomości. Załącza pliki do wiadomości. Zdarza się, że korzysta z folderów skrzynki lub pól DW, UDW.	Sprawnie zarządza komunikacją e-mail zawierającą załączniki w oparciu o foldery skrzynki odbiorczej.	Konfiguruje podpis, zarządza skrzynką adresową. Ustawia opcje wiadomości (priorytety, potwierdzenia). Przestrzega netykiety. Wysyła grafiki w treści wiadomości.	Rozsyłając informacje dba, aby nie został dodany do listy spam. Zarządza wiadomościami-śmieciami, regułami spamu. Rozpoznaje ograniczenia wykorzystania poczty elektronicznej.

PAKIET BIUROWY W PRACY PRZEDSTAWICIELA HANDLOWEGO

Nazwa wskaźnika	A	B	C	D	E
1 Przygotowanie oferty w edytorze tekstu	Często popełnia błędy wprowadzając tekst. Nie potrafi wstawić znaków specjalnych i list do dokumentu. Nie formatuje czcionek i akapitów, nie wykorzystuje styli.	Edytuje tekst wykorzystując symbole i listy. Zdarza się, że stosuje style lub proste formatowanie (czcionek, akapitów).	W dokumencie stosuje style. Wykorzystuje proste podziały stron. Dbą o spójność i przejrzystość dokumentu za pomocą formatowania czcionek i akapitów. Umieszcza w dokumencie obiekty zewnętrzne.	Wstawia do dokumentu obiekty Smart-art oraz spis treści. Edytuje nagłówki i/lub stopkę. Wykorzystuje słownik, tłumacza oraz statystykę wyrazów.	Stosuje automatyczne numerowanie stron, numeruje obiekty zewnętrzne. Wstawia spisy obiektów zewnętrznych. Edytuje style i uaktualnia zawartość słownika. Stosuje korespondencję seryjną i tryb recenzji.
2 Przygotowanie kalkulacji do oferty w arkuszu kalkulacyjnym	Często popełnia błędy wprowadzając dane do arkuszy. Nie korzysta z formuł i funkcji.	Zarządza danymi w arkuszach. Zdarza się, że korzysta z prostych formuł lub funkcji.	Logicznie porządkuje dane liczbowe w tabelach. Stosuje formuły z adresowaniem względnym oraz proste funkcje.	Stosuje formuły z adresowaniem bezwzględnym. Sortuje i filtruje dane w tabeli. Stosuje formatowanie warunkowe.	Używa tabel przestawnych oraz zaawansowanych funkcji (funkcja warunkowa, wyszukaj.pionowo)
3 Przygotowanie prezentacji handlowej	Często popełnia błędy edytując slajdy. Nie formatuje treści slajdów oraz nie korzysta z motywów, przejść i animacji.	Zarządza kolejnością i widocznością slajdów. Wykorzystuje różne układy slajdów i formatuje ich treści. Zdarza się, że korzysta z motywów, przejść lub animacji.	Używa motywów i szablonów. Wykorzystuje podstawowe animacje i przejścia oraz obiekty zewnętrzne (grafiki, wykresy, tabele).	Konfiguruje animacje za pomocą opcji zaawansowanych. Samodzielnie ustawia tło slajdów. Wykorzystuje grafikę smart-art.	Tworzy własne szablony prezentacji. Konfiguruje złożone animacje za pomocą opcji chronometrażu. Umieszcza i konfiguruje w prezentacji wideo i audio.
4 Poczta e-mail w komunikacji w procesie handlowym	Często popełnia błędy zarządzając wiadomościami e-mail. Nie korzysta z folderów poczty, załączników oraz opcji wiadomości.	Odpowiada na wiadomości. Odbiera i wysyła wiadomości. Załącza pliki do wiadomości. Zdarza się, że korzysta z folderów skrzynki lub pól DW, UDW.	Sprawnie zarządza komunikacją e-mail zawierającą załączniki w oparciu o foldery skrzynki odbiorczej. Przestrzega podstaw netykiety.	Konfiguruje podpis, zarządza skrzynką adresową dodając notatki o klientach. Ustawia opcje wiadomości (priorytety, potwierdzenia). W komunikacji z klientem uwzględnia jego predyspozycje.	Zarządza wiadomościami-śmieciami, regułami spamu. Rozpoznaje ograniczenia wykorzystania poczty elektronicznej. Treści jego wiadomości są traktowane przez innych jako wzorcowe przestrzeganie netykiety.

Załącznik nr 3. Harmonogram sesji DC – kompetencje miękkie

Pobierz wersję MS-Word 

Ćwiczenie	Opis ćwiczenia	Czas	Badane kompetencje
Wprowadzenie	<p>Przedstawienie</p> <p>Co to jest DC – Są to jednodniowe zajęcia, podczas których uczestnicy wykonują zadania a ich praca jest oceniana przez asesorów (psychologów). Wyniki z przeprowadzonej sesji DC będą brane pod uwagę przy określaniu potrzeb rozwojowych wszystkich uczestników.</p> <p>Efektem DC jest raport indywidualny, w którym znajduje się opis poziomu kompetencji, opis mocnych stron i obszarów rozwojowych. Każdy uczestnik otrzyma taki raport po sesji – za 2 tygodnie po jej zakończeniu. Raporty zawierające dedykowaną informację zwrotną o zachowaniu podczas sesji DC – Sesje informacji zwrotnych – odbywać się będą po przekazaniu raportów. Służą one omówieniu wyników zawartych w raporcie. W sesji bierze udział uczestnik oraz oceniający go asesor.</p> <p>Kwestie organizacyjne:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrakt – zasady obowiązujące podczas DC (czas trwania całej sesji – 10.00 – 15.00), w międzyczasie dwie przerwy kawowe, na zakończenie sesji lunch). 2. Prośba o wyłączenie telefonów komórkowych. 3. Poinformowanie o rejestrowaniu kamerą (zgoda na filmowanie). <p>Rola asesorów Przedstawienie asesorów</p> <p>Rola prowadzącego Przedstawienie się uczestników – identyfikatory Zadać pytanie; Czy mają Państwo jakieś pytania na tym etapie?</p>	10.00 – 10.15 (15 minut) Duża sala	

Ćwiczenie	Opis ćwiczenia	Czas	Badane kompetencje
Organizacja spotkania	<p>Przebieg zadania: Uczestnicy pracują razem. Są zespołem zajmującym się organizacją dużego spotkania – produkcją kubków i talerzy wykorzystywanych w trakcie spotkania. W instrukcji otrzymają szereg informacji dotyczących spotkania. Informacje będą dostarczane systematycznie i będą wymagały od uczestników podejmowania na bieżąco decyzji odnośnie organizacji pracy. W zadaniu otrzymają wszystkie niezbędne informacje do wykonania zadania.</p>	<p>10.15 – 11.30 Czas trwania zadania 75 minut</p>	<p>Organizacja pracy w dążeniu do rezultatu Komunikatywność</p>
Przerwa		11.30-11.45	
Zdobądź Klienta – Biuro Podróży przygoda / Obsługa klienta – Sklep turystyczny	<p>Przebieg zadania: Każdy z Uczestników otrzyma taką samą instrukcję, gdzie będzie miał opis w jakiej firmie pracuje, co sprzedaje i jaka jest Jego rola. Następnie będzie miał możliwość skontaktowania się z potencjalnym Klientem przez telefon i będzie miał za zadanie zainteresować Klienta swoją ofertą. W trakcie rozmowy będzie musiał przedstawić ofertę i porozmawiać o niej z potencjalnym nabywcą. Ma też umówić się z nim na spotkanie. W roli Klienta będzie asesor, który posługując się znormalizowanymi pytaniami będzie moderował rozmowę tak, aby Uczestnik mógł pokazać całą kompetencję. Na rozmowę Uczestnik ma 15 minut.</p>	<p>11.45-13.05 Czas trwania dla jednej osoby: 40 min. (Przygotowanie – 20 min. Rozmowa – 20 min.) duża sala mała sala</p>	<p>Proces sprzedaży Komunikatywność</p>
Sprzedaj mi – Karta benefit/ Niezadowolony klient – Hotel Irys	<p>Przebieg zadania: Zadaniem Uczestników będzie przygotować się do spotkania z potencjalnym Klientem. Następnie spotyka się z potencjalnym nabywcą. W trakcie spotkania Klient będzie wprowadzał różne utrudnienia do rozmowy, aby Uczestnik mógł się wykazać kompetencją sprzedażową. Rozmowa trwa do 20 minut</p>	<p>13.05-14.25 Czas trwania dla jednej osoby: 40 min. (Przygotowanie – 20 minut Rozmowa – 20 minut)</p>	<p>Komunikatywność Proces sprzedaży</p>

Ćwiczenie	Opis ćwiczenia	Czas	Badane kompetencje
Zaplanuj swój tydzień pracy / Reklamacja	Przebieg zadania: Zadanie indywidualne „papier-ołówki”. Uczestnik będzie planował swój tydzień pracy na podstawie podanych informacji. Zadanie realizowane w trakcie zadań indywidualnych z asesorem	Czas trwania 60 minut	Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów
Przerwa	Lunch	14.30-15.00	
Podsumowanie			

Załącznik nr 4A. Harmonogram sesji DC dla Przedstawiciela handlowego – kompetencje twarde

Pobierz wersję MS-Word 

Ćwiczenie	Opis	Czas [min]	Badane kompetencje
Wprowadzenie	<ul style="list-style-type: none"> - Wprowadzenie - Czym jest sesja DC - Jakie są efekty DC - Rola sesji informacji zwrotnych - Kwestie organizacyjne 	30	N/D
Zadanie nr 1 „Kto siedział przy moim komputerze?”		50	Obsługa komputera i Internetu
	Przerwa	15	
Zadanie nr 2 „Ciasnota”		50	Obsługa komputera i Internetu
	Przerwa	15	
Zadanie nr 3 „Zaopiekuj się mną”		50	Obsługa komputera i Internetu: Pakiet biurowy – handlowiec
	Przerwa	15	
Zadanie nr 4 „Liczmany”		50	Obsługa komputera i Internetu: Pakiet biurowy – handlowiec
	Przerwa obiadowa	50	
Zadanie nr 5 „Prezentuj broń”		50	Obsługa komputera i Internetu: Pakiet biurowy – handlowiec
	Przerwa	15	
Zadanie nr 6 Oferta		50	Obsługa komputera i Internetu: Pakiet biurowy – handlowiec

Załącznik nr 4B. Harmonogram sesji DC dla Sprzedawcy – kompetencje twarde

Pobierz wersję MS-Word 

Ćwiczenie	Opis	Czas [min]	Badane kompetencje
Wprowadzenie	<ul style="list-style-type: none"> - Wprowadzenie - Czym jest sesja DC - Jakie są efekty DC - Rola sesji informacji zwrotnych - Kwestie organizacyjne 	30	N/D
Zadanie nr 1 „Kto siedział przy moim komputerze?”		50	Obsługa komputera i Internetu
	Przerwa	15	
Zadanie nr 2 „Ciasnota”		50	Obsługa komputera i Internetu
	Przerwa	15	
Zadanie nr 3 Potrzeba promocji		50	Obsługa komputera i Internetu: Pakiet biurowy – sprzedawca
	Przerwa	15	
Zadanie nr 4 Przygotowanie zamówienia		50	Obsługa komputera i Internetu: Pakiet biurowy – sprzedawca
	Przerwa obiadowa	50	
Zadanie nr 5 Prezentuj TV		50	Obsługa komputera i Internetu: Pakiet biurowy – sprzedawca
	Przerwa	15	
Zadanie nr 6 Ulotka		50	Obsługa komputera i Internetu: Pakiet biurowy – sprzedawca

Załącznik nr 5. Lista obecności na Sesję DC

Pobierz wersję MS-Word 

Lista obecności – sesja DC

Data:

Imiona i nazwiska asesorów:

l.p.	Imię i nazwisko	Podpis uczestnika

Załącznik nr 6. Arkusz obserwacyjny dla asesora (przykład)

Pobierz wersję MS-Word 

Imię i nazwisko uczestnika:

Zadanie „Obsługa klienta”					
Kompetencja	Ocena				
Proces sprzedaży	A	B	C	D	E
1. Wywierania pierwszego wrażenia.	A	B	C	D	E
2. Rozpoznawanie i dookreślanie potrzeb klienta	A	B	C	D	E
3. Formułowanie propozycji nastawionych na realizację potrzeb klienta	A	B	C	D	E
4. Radzenie sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami klienta	A	B	C	D	E
5. Zainteresowanie innymi pomimo odmowy zakupu	A	B	C	D	E
Komunikatywność	A	B	C	D	E
1. Słuchanie	A	B	C	D	E
2. Wypowiadanie się w sposób jasny i zrozumiały dla innych	A	B	C	D	E
3. Doprecyzowywanie wypowiedzi rozmówcy	A	B	C	D	E
4. Monitorowanie zrozumienia u rozmówcy	A	B	C	D	E
5. Rozwijanie wątków poruszanych przez rozmówcę	A	B	C	D	E
Opis zachowania uczestnika					

Załącznik nr 7A. Wzór raportu indywidualnego w zakresie kompetencji miękkich

[Pobierz wersję MS-Word](#) 

**Raport indywidualny – Przedstawiciel Handlowy
Development Centre (kompetencje miękkie)
Anna Kowalska**

(Data sesji DC)

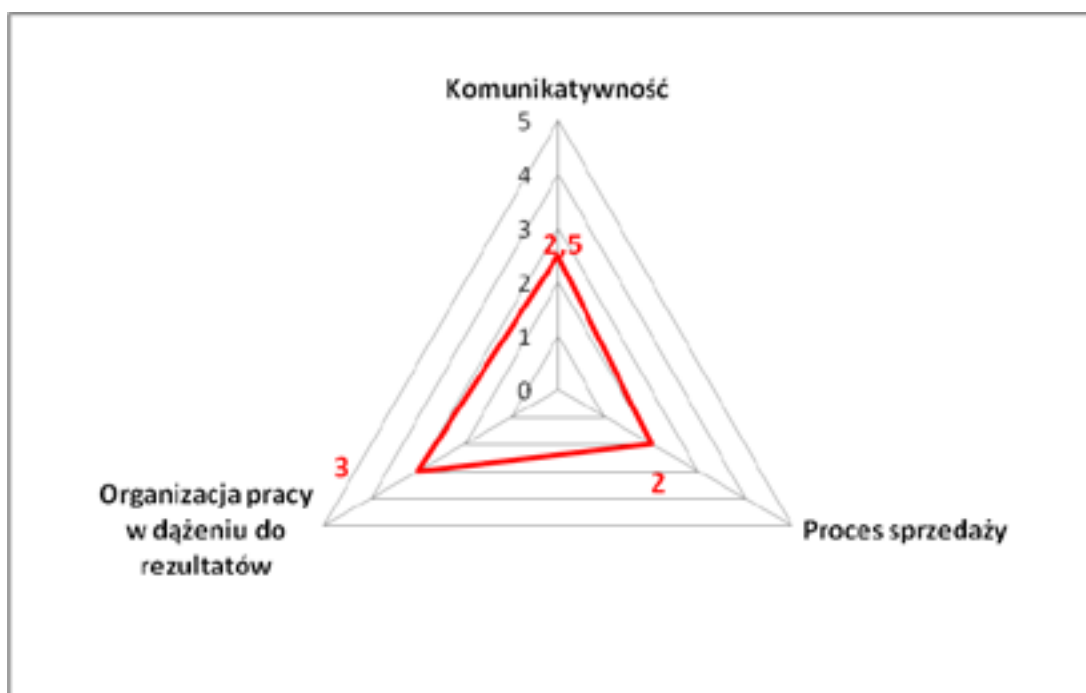
Zawartość raportu

- I. Wyniki
- II. Opis uzyskanych wyników
- III. Rekomendacje rozwojowe

I. Wyniki

Kompetencja	Obszary do rozwoju		Mocne strony do rozwoju i dalszego doskonalenia	Bardzo mocne strony	
	Podstawowy A/1	Średni B/2	Efektywny C/3	Zaawansowany D/4	Ekspertski E/5
Kompetencje miękkie					
Komunikatywność		B +			
Proces sprzedaży		B			
Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów			C		

Wykres radarowy prezentujący uzyskane wyniki

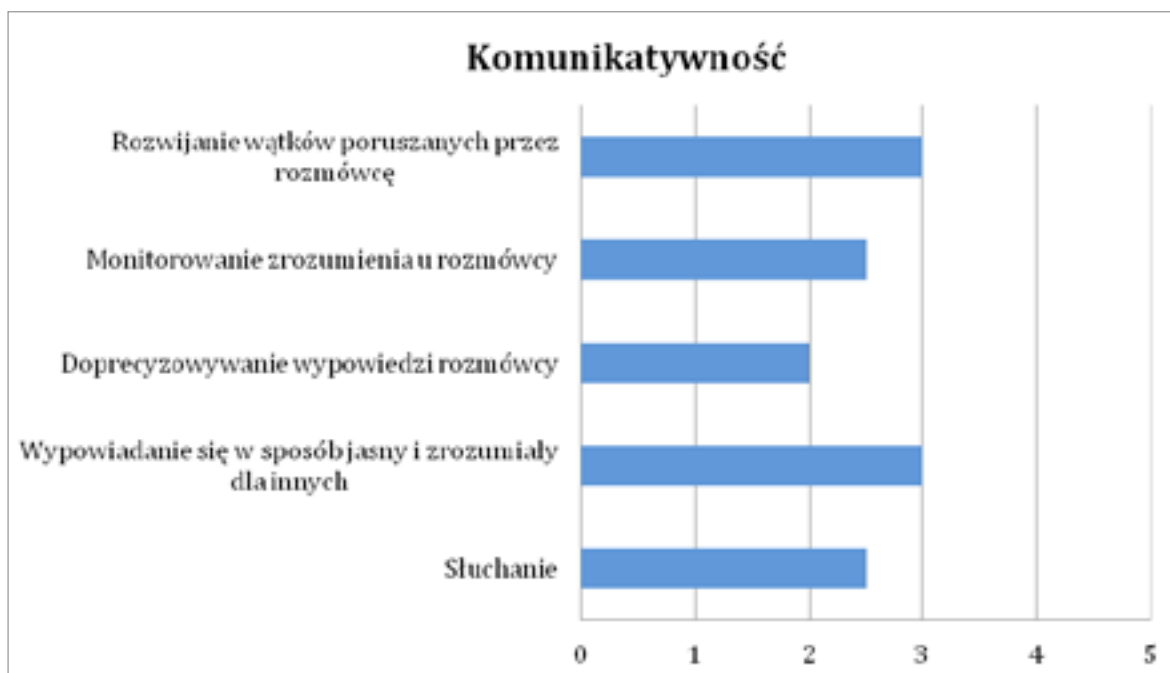


Opis skali

- A/1** nie zaobserwowano kompetencji lub **poziom podstawowy / „uczący się”**
- B/2** **poziom średni** (kompetencja wykorzystywana w sposób nieregularny lub przy aktywnym wsparciu bardziej doświadczonych osób)
- C/3** **poziom efektywny** (pozwala na samodzielne i efektywne wykorzystanie kompetencji)
- D/4** **poziom zaawansowany** (pozwala na bardzo dobrą realizację zadań w bardzo trudnych, złożonych i niejasnych sytuacjach oraz przekazywanie innym swoich doświadczeń)
- E/5** **poziom ekspercki** (pozwala na wybitne wykonywanie zadań w skrajnie trudnych warunkach, efekty działań znacząco przekraczają zakładane rezultaty, 5% osób)
- +** **Ocena pośrednia między poziomami**

II. Opis uzyskanych wyników – kompetencje miękkie

Komunikatywność



Pani Anna bardzo dobrze rozwija wątki poruszane przez rozmówców. Zachowanie to szczególnie widoczne było podczas zadania „Sprzedaj mi”: „ W związku z tym mogłabym zaproponować bardzo fajną ofertę...”; „ W związku z czym proponowałabym pakiety tańsze... gdzie rozmowy są do 300 minut....”.

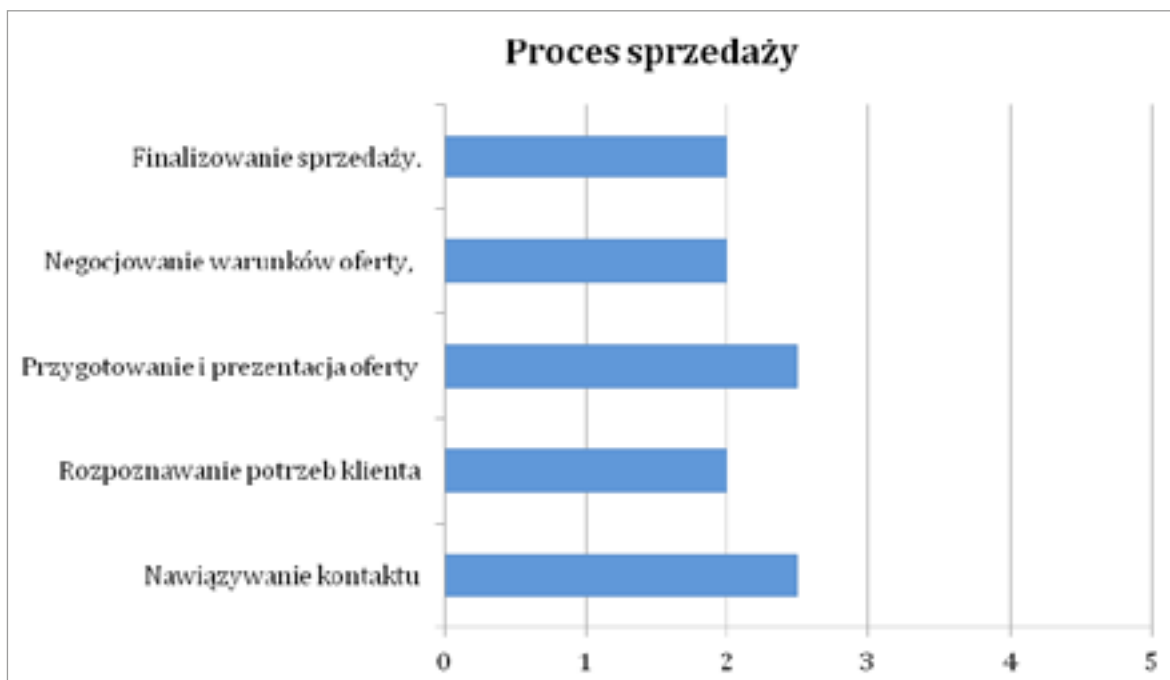
Pani Anna zadawała pytania monitorujące zrozumienie przekazywanych informacji u rozmówcy, robiła to jednak tylko czasami. Przykłady takich pytań zaobserwowano przede wszystkim w zadaniu „Sprzedaj mi”: „Może ma Pan jeszcze jakieś pytania?”; „Jak się Panu podoba?”.

Pani Anna rzadko doprecyzowuje wypowiedzi rozmówców. Zachowanie to widoczne było tylko podczas zadania „Sprzedaj mi”: „Czyli chciałby Pan nielimitowane minuty...?”. Podobne pytania występowały jednak zbyt rzadko podczas obydwu rozmów.

Pani Anna precyzyjnie formułuje swoje wypowiedzi, przekazując jasne informacje zarówno podczas zadań zespołowych, jak i podczas rozmów indywidualnych. Zachowanie to szczególnie widoczne było podczas zadania „Zdobądź klienta”, podczas którego Pani Anna dokładnie zaprezentowała ofertę swojej firmy (lokalizacja, sale szkoleniowe, wyróżniki konkurencyjne).

Pani Anna uważnie słucha innych wypowiadających się osób, nie przerywając im podczas wypowiedzi oraz nawiązując do komunikatów rozmówców.

Proces sprzedaży



Pani Anna na początku rozmowy z klientem zbyt szybko przechodzi do prezentacji oferty. W zadaniu „Sprzedaj mi” po przywitaniu się, podsumowała ustalenia telefoniczne, po czym skupiła się na zaprezentowaniu oferty. W zadaniu „Zdobądź klienta” po przedstawieniu firmy, z której dzwoni również skupiła się na zaprezentowaniu oferty.

Pani Anna rozpoznaje potrzeby klienta zadając pytania otwarte: „Czego Pan oczekuje od naszej firmy?”; „Do jakich celów ma służyć telefon?”. Należy jednak zauważyć, że w wielu przypadkach Pani Anna zadawała również pytania zamknięte: „Czy to ma być przeznaczone dla Państwa bez ograniczeń?”; „Czy chciałby Pan poznać którąś ofertę bliżej?”

Pani Anna dostosowuje ofertę do potrzeb klienta, jednak podczas zadania „Sprzedaj mi” robiła to dość chaotycznie. Proponowała różne abonamenty od 49 zł do 129 zł, w zależności od uwag i nowych informacji podawanych przez klienta. Należy również zauważyć, że często podkreślała mały koszt SMS-ów, podczas gdy nie stanowiły one bezpośredniej potrzeby klienta.

Pani Anna szybko reagowała na jakiegokolwiek uwagi i obiekcje klienta („Już Panu mówię, przede wszystkim różni się kosztem jeżeli chodzi o SMS-y.”). Czasami reakcje te przyjmowały formę dużego zdziwienia pytaniami klienta: „No jak to co Pan będzie z tego miał? Będzie miał Pan sale, catering...”. Zdarza się, że Pani ... podkreśla negatywne aspekty oferty: „Ale nielimitowane mamy niestety tylko po 129 zł...”, często jednak podkreśla korzyści, jakie niesie ze sobą dana oferta: „Jakie korzyści? Ma Pan bardzo dużą liczbę minut – może Pan sobie zakupić nowy pakiet za podobną liczbę minut...”

Pani Anna podczas rozmowy sprzedażowej nie finalizuje w sposób samodzielny procesu sprzedaży. Nawet po prezentacji oferty dostosowanej do potrzeb klienta nie proponuje podpisania umowy. Obydwie rozmowy („Sprzedaj mi”; „Zdobądź klienta”) zakończyły się z inicjatywy klienta, a nie Pani Anny.

Organizacja czasu w dążeniu do rezultatów



Pani Anna wykonywała zadania ze względu na ich wagę i pilność w wyznaczonym czasie. W zadaniu „Drukarnia” miała duży wpływ na zorganizowanie pracy całego zespołu.

Pani Anna przed rozpoczęciem produkcji kartek świątecznych określiła zasoby potrzebne do wykonania zadania. Często liczyła i porządkowała wyprodukowane kartki.

Pani Anna dokładnie zaplanowała pracę zespołu podczas zadania „Drukarnia”. Miała decydujący wpływ na to ile i jakie kartki mają być produkowane przez poszczególnych członków zespołu.

Pani Anna dość dobrze dostosowuje się do zmieniających się okoliczności. Często reagowała humorem, scalając pracę zespołu. Dzięki temu, poszczególne osoby wiedziały, do kogo się zwrócić z pytaniami dotyczącymi produkcji.

Pani Anna często tłumaczyła poszczególnym osobom jak wykonać dane elementy zadania, przez co zmniejszała ryzyko popełnienia błędu przez kogoś z zespołu. Chętnie udzielała pomocy innym osobom oraz wspierała je w generowaniu pomysłów dotyczących wierszy okolicznościowych.

III. Rekomendacje rozwojowe

Obszar do rozwoju	Rekomendowana forma działań rozwojowych
Kompetencje miękkie	
Komunikatywność	
<ul style="list-style-type: none"> • Aktywne słuchanie wypowiedzi rozmówcy • Umiejętność doprecyzowywania wypowiedzi rozmówcy • Monitorowanie wypowiedzi rozmówcy 	Rekomendowany udział w szkoleniu praktycznym
Proces sprzedaży	
<ul style="list-style-type: none"> • Umiejętność nawiązywania kontaktów z klientem • Umiejętność rozpoznawanie potrzeb klienta • Prezentowanie oferty • Negocjowanie warunków sprzedaży • Umiejętność finalizowania sprzedaży 	Rekomendowany udział w treningu praktycznym.
Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów	
<ul style="list-style-type: none"> • Trening wyznaczania jasnych, mierzalnych i oznaczonych w czasie celów 	Rekomendowany udział w szkoleniu e-learning

.....
Data sporządzenia raportu

.....
Podpis asesora

Załącznik nr 7B. Wzór raportu indywidualnego w zakresie kompetencji twardych

[Pobierz wersję MS-Word](#) 

Raport indywidualny – Sprzedawca
Development Centre (kompetencje twarde)
Mariola Kowalska

(Data sesji DC)

Zawartość raportu

- I. Wyniki
- II. Opis uzyskanych wyników
- III. Rekomendacje rozwojowe

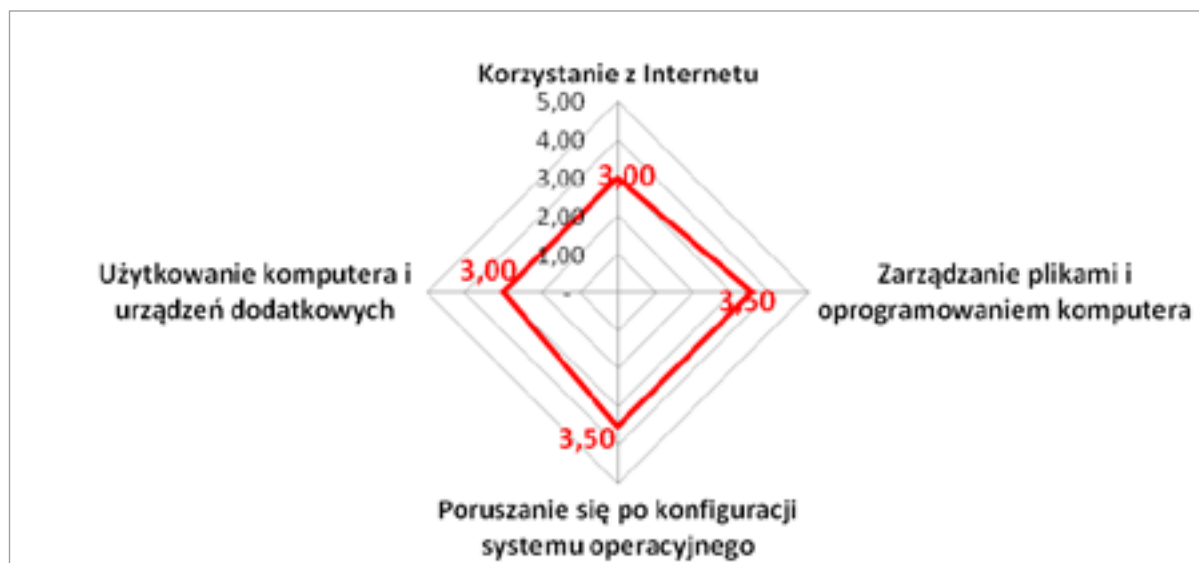
I. Wyniki

Kompetencja	Obszary do rozwoju		Mocne strony do rozwoju i dalszego doskonalenia	Bardzo mocne strony	
	Podstawowy A/1	Średni B/2	Efektywny C/3	Zaawansowany D/4	Ekspertski E/5
Kompetencje twarde					
Obsługa komputera i Internetu			C+		
Pakiet biurowy dla sprzedawcy			C		

Opis skali

- A/1** nie zaobserwowano kompetencji lub **poziom podstawowy** / „uczący się”
- B/2** **poziom średni** (kompetencja wykorzystywana w sposób nieregularny lub przy aktywnym wsparciu bardziej doświadczonych osób)
- C/3** **poziom efektywny** (pozwala na samodzielne i efektywne wykorzystanie kompetencji)
- D/4** **poziom zaawansowany** (pozwala na bardzo dobrą realizację zadań w bardzo trudnych, złożonych i niejasnych sytuacjach oraz przekazywanie innym swoich doświadczeń)
- E/5** **poziom ekspercki** (pozwala na wybitne wykonywanie zadań w skrajnie trudnych warunkach, efekty działań znacząco przekraczają zakładane rezultaty, 5% osób)
- +** **Ocena pośrednia między poziomami**

Obsługa komputera i Internetu – wykres radarowy

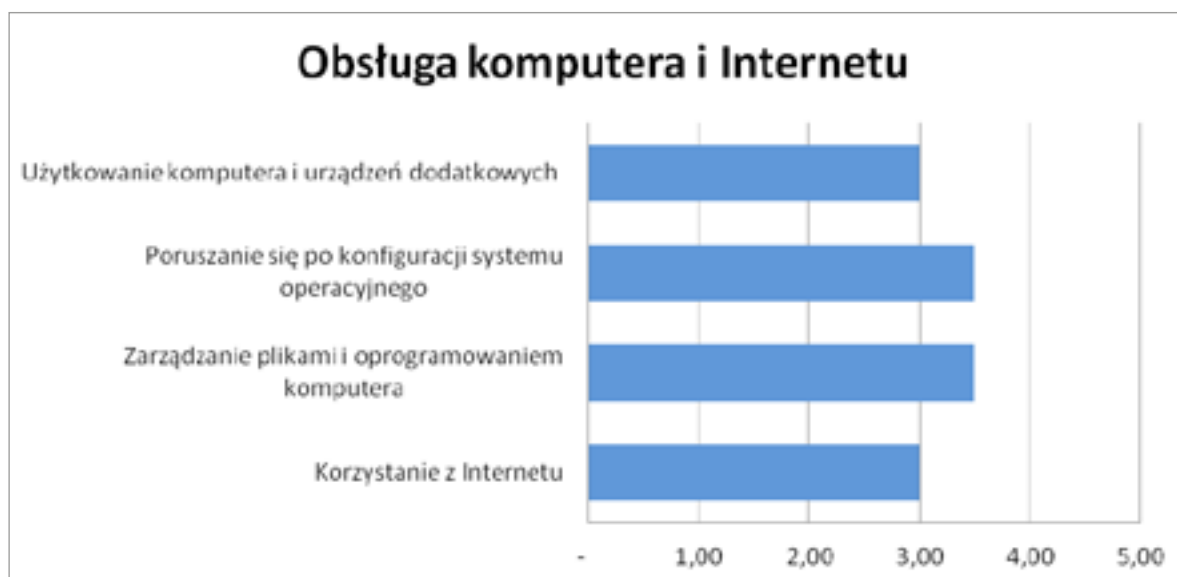


Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy – wykres radarowy



II. Opis uzyskanych wyników

Obsługa komputera i Internetu



Pani Mariola nie ma kłopotów z obsługą komputera. Swobodnie porusza się po interfejsie systemu operacyjnego. Podczas pracy używa głównie myszy, rzadko natomiast skrótów klawiaturowych. Klawiaturę traktuje, jako interfejs do wprowadzania tekstu. Pisze obiema rękami, lecz tylko kilkoma palcami.

Jest samodzielna, jeżeli chodzi o większość czynności przy pracy z komputerem (np. poruszanie się po systemie plików z wykorzystaniem eksploratora Windows, praca z folderami i plikami, instalacja oprogramowania, sprawdzenia ilości miejsca na dysku). Podczas pracy z komputerem jest opanowana. Swobodnie przywołuje opcje menu kontekstowego i nie obawia się z nich korzystać (sprawdzanie właściwości elementów, „wyślij do” itp.). Ma praktyczne doświadczenie korzystania z komputera. Nie obawia się wyskakujących dymków, okienek i komunikatów.

Pani Mariola swobodnie porusza się po podstawowych miejscach pracy w systemie (menu Start, Komputer, Pomoc, Kosz). Dostrzega większość dostępnych w danym momencie opcji (ikony na pulpicie, opcje menu, menu kontekstowe) i nie boi się ich uruchomić.

Nie sprawiają jej kłopotu podstawowe operacje na oknach (minimalizacja, maksymalizacja, zamykanie, zmiana rozmiaru, przeciąganie, przewijanie treści (scroll)). Swobodnie pracuje z dwoma oknami jednocześnie. Wykorzystuje standardowe „ścieżki” pracy w różnych programach (np. „Plik -> Zapisz, jako” w aplikacjach Office oraz w Adobe Reader).

Zna większość nazw ze słownika informatycznego, które dotyczą parametrów wymagań oprogramowania (procesor, pamięć RAM, ilość miejsca na dysku, jednostki MB i GB) i jest w stanie je zweryfikować w systemie. Samodzielnie korzysta z urządzeń peryferyjnych (pendrive, nagrywar-ka płyt CD/DVD, rzutnik).

Pani Mariola nie ma problemów z wykonaniem standardowych, średnio-zaawansowanych czynności konfiguracyjnych obejmujących takie zadania jak: ustawienie rozdzielczości, regulacja głośności.

Gdy w zadaniu pojawia się nieznaną dla niej termin czy nazwa opcji, aktywnie i wytrwale poszuku-

je jej w różnych miejscach systemu operacyjnego (np. przy próbach nagrania płyty przy pierwszej próbie uruchamia program do nagrywania audio, lecz opanowuje sytuację i samodzielnie radzi sobie za pomocą opcji eksploratora Windows). Jest ciekawa i nie boi się uruchamiać nieznanym sobie funkcjonalności systemu. Eksperymentuje z dostępnymi opcjami (np. wprowadza własną nazwę folderu instalacji przeglądarki Mozilla Firefox w procesie instalacji).

Można zaobserwować braki wiedzy nt. miejsc, w których można dokonać pewnych technicznych czynności (jak podłączenie się do bezprzewodowej sieci Internet, sprawdzenie wersji oprogramowania).

Pani Mariola nie ma kłopotów z korzystaniem z podstawowych funkcji Internetu. Korzysta z podstawowych funkcjonalności przeglądarki. Poprawnie korzysta z takich elementów jak np. pasek adresu, funkcje wyszukiwania czy tłumacz internetowy, oraz sprawnie i zgodnie z przeznaczeniem wykorzystuje elementy zawarte w treści stron WWW (przyciski, pola tekstowe, listy rozwijane itd.). Czasami, mimo ostrzeżeń ze strony programu antywirusowego pobiera pliki z sieci Internet.

Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy



Pani Mariola sprawnie porusza się po interfejsie aplikacji do obsługi poczty e-mail korzystając z takich funkcji jak (skrzynka: odebrane, foldery; przyciski: odpowiedz, wyślij; ustawienia poczty). Nie sprawia jej trudności praca z załącznikami (przy pierwszym uruchomieniu programu Adobe Reader nastąpiła pomyłka w momencie konieczności akceptacji treści licencji). Pani Mariola swobodnie formułuje wiadomości e-mail (prywatnie korzysta ze skrzynki poczty e-mail również opartej o dostawcę poczty: ONET).

Umiejętności Pani Marioli w zakresie pracy z programem Excel są podstawowe. Z uwagi na fakt, iż (częściowo) sposób poruszania się po arkuszach (np. zaznaczanie komórek, praca z kolumnami, kopiuj-wklej) jest analogiczny do poruszania się po eksploratorze Windows – Pani Mariola dobrze radzi sobie z podstawowymi operacjami o obszarze roboczym Excela. Funkcjonalności takie jak kolorowanie tekstu, tła, obramowywanie komórek, rozszerzanie kolumn są wykorzystywane swobodnie.

Pani Mariola podczas sesji rozpoczyna używanie prostych formuł opartych o adresowanie względne (adresy komórek są wskazywane myszą). Potrzebuje pomocy przy używaniu autouzupełniania oraz funkcji (np. suma).

Praca z programem PowerPoint jest dla Pani Marioli nowym wyzwaniem. W trakcie pracy z programem Pani Mariola nie zraża się jednak i próbuje poruszać się po slajdach stosując wiedzę i umiejętności znane jej z poruszania się po systemie operacyjnym (np. menu Wstaw). Szybko okazuje się, że nowy program

przypada jej do gustu i Pani Mariola angażuje się w eksplorację nowych, ciekawych dla niej opcji, szczególnie opcji panelu animacji (eksperymentuje przygotowując inne, ciekawsze animacje niż wymagane w zadaniu). Pani Mariola wstawia i ustawia grafikę w prezentacji oraz edytuje kształty „smart-art”. Nie korzysta z możliwości konfiguracji przejść pomiędzy slajdami a pasek slajdów wykorzystuje wyłącznie do przechodzenia pomiędzy nimi.

Podczas pracy z dokumentem tekstowym edytowanym w aplikacji Word poprawnie edytuje tekst poruszając się po polach tekstowych dokumentu ulotki. Nie pracuje z komentarzami/śledzeniem zmian w dokumencie. Poprawnie zapisuje przygotowaną pracę w pliku PDF wykorzystując możliwość zapisu dokumentu za pomocą innego typu pliku.

III. Rekomendacje rozwojowe

Obszar do rozwoju	Rekomendowana forma działań rozwojowych
Obsługa komputera i Internetu	
<ul style="list-style-type: none"> • Używanie skrótów klawiaturowych • Szczegółowa wiedza i umiejętności dotyczące wersjonowania oprogramowania (update, upgrade, dodatków SP i fixów) • Zaawansowane opcje instalacji programów • Bezpieczeństwo w sieci Internet 	<p>Rekomendowany udział w szkoleniach e-learningowych i treningach praktycznych na poziomie zaawansowanym.</p>
Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy	
<ul style="list-style-type: none"> • Praca z arkuszem kalkulacyjnym: używanie formuł z adresowaniem względnym i bezwzględnym, podstawowe i średnio-zaawansowane funkcje, opcje wklejania, formatowanie danych • Praca z pocztą e-mail: ustawianie priorytetów, zaawansowane opcje wysyłki (potwierdzenia,..) • Praca w edytorze tekstu: podstawy pracy z edytorem tekstu Word (praca z komentarzami, śledzenie zmian) • Praca z prezentacjami: podstawy pracy z programem do edycji prezentacji PowerPoint (przejścia pomiędzy slajdami, tło, układy slajdów, motywy prezentacji) 	<p>Rekomendowany udział w szkoleniach e-learningowych i treningach praktycznych na poziomie zaawansowanym.</p>

.....
Data sporządzenia raportu

.....
Podpis asesora

Załącznik nr 8A. Wzór skróconego raportu (kompetencje miękkie) dla instytucji egzaminującej

Pobierz wersję MS-Word 

Raport skrócony z badania kompetencji metodą
Development Centre (kompetencje miękkie)
Zdzisław Kowalski – Sprzedawca

(Data sesji DC)

Wyniki

Kompetencja	Obszary do rozwoju		Mocne strony do rozwoju i dalszego doskonalenia	Bardzo mocne strony	
	Podstawowy A/1	Średni B/2	Efektywny C/3	Zaawansowany D/4	Ekspercki E/5
Kompetencje twarde					
Obsługa komputera i Internetu			C+		
Pakiet biurowy dla sprzedawcy			C		

Wykres radarowy prezentujący uzyskane wyniki



Rekomendacje rozwojowe

Obszar do rozwoju	Rekomendowana forma działań rozwojowych
Kompetencje miękkie	
Komunikatywność	
<ul style="list-style-type: none"> Trening umiejętności aktywnego słuchania – zadawania pytań otwartych pogłębiających, nie-sugerujących odpowiedzi, parafrazowania oraz monitorowania zrozumienia u rozmówcy 	Rekomendowany udział w szkoleniu e-learningowym i w treningu praktycznym
Obsługa klienta	
<ul style="list-style-type: none"> Trening umiejętności badania potrzeb klienta Trening prezentowania oferty w sposób uwzględniający przede wszystkim rzeczywiste potrzeby zdiagnozowane u klienta 	Rekomendowany udział w treningu praktycznym.
Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych	
<ul style="list-style-type: none"> Ćwiczenie w nastawieniu na poszukiwanie rozwiązań i przeformułowywanie wypowiedzi na wspierające szukanie rozwiązań 	Rekomendowany udział w treningu praktycznym lub sesjach coachingowych.

.....
Data sporządzenia raportu

.....
Podpis asesora

Załącznik nr 8B. Wzór skróconego raportu (kompetencje twarde) dla instytucji egzaminującej

Pobierz wersję MS-Word 

Raport skrócony z badania kompetencji metodą Development Centre (kompetencje twarde) Zdzisław Kowalski – Sprzedawca

(Data sesji DC)

Wyniki

Kompetencja	Obszary do rozwoju		Mocne strony do rozwoju i dalszego doskonalenia	Bardzo mocne strony	
	Podstawowy A/1	Średni B/2	Efektywny C/3	Zaawansowany D/4	Eksperski E/5
Kompetencje twarde					
Obsługa komputera i Internetu			C+		
Pakiet biurowy dla sprzedawcy			C-		

Opis skali

- A/1** nie zaobserwowano kompetencji lub **poziom podstawowy** / „uczący się”
- B/2** **poziom średni** (kompetencja wykorzystywana w sposób nieregularny lub przy aktywnym wsparciu bardziej doświadczonych osób)
- C/3** **poziom efektywny** (pozwala na samodzielne i efektywne wykorzystanie kompetencji)
- D/4** **poziom zaawansowany** (pozwala na bardzo dobrą realizację zadań w bardzo trudnych, złożonych i niejasnych sytuacjach oraz przekazywanie innym swoich doświadczeń)
- E/5** **poziom ekspercki** (pozwala na wybitne wykonywanie zadań w skrajnie trudnych warunkach, efekty działań znacząco przekraczają zakładane rezultaty, 5% osób)
- +** **Ocena pośrednia między poziomami**

Obsługa komputera i Internetu – wykres radarowy



Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy – wykres radarowy



Rekomendacje rozwojowe

Obszar do rozwoju	Rekomendowana forma działań rozwojowych
Obsługa komputera i Internetu	
<ul style="list-style-type: none"> • Używanie skrótów klawiaturowych • Szczegółowa wiedza i umiejętności dotyczące wersjonowania oprogramowania (update, upgrade, dodatków SP i fixów) • Zaawansowane opcje instalacji programów • Bezpieczeństwo w sieci Internet 	<p>Rekomendowany udział w szkoleniach e-learningowych i treningach praktycznych na poziomie zaawansowanym</p>
Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy	
<ul style="list-style-type: none"> • Praca z arkuszem kalkulacyjnym: używanie formuł z adresowaniem względnym i bezwzględnym, podstawowe i średnio-zaawansowane funkcje, opcje wklejania, formatowanie danych • Praca z pocztą e-mail: ustawianie priorytetów, zaawansowane opcje wysyłki (potwierdzenia,..) • Praca w edytorze tekstu: podstawy pracy z edytorem tekstu Word (praca z komentarzami, śledzenie zmian) • Praca z prezentacjami: podstawy pracy z programem do edycji prezentacji PowerPoint (przejścia pomiędzy slajdami, tło, układy slajdów, motywy prezentacji) 	<p>Rekomendowany udział w szkoleniach e-learningowych i treningach praktycznych na poziomie zaawansowanym.</p>

.....
Data sporządzenia raportu

.....
Podpis asesora

Załącznik nr 9. Arkusz wspierający rozmowę feedbackową (wzór)

Pobierz wersję MS-Word 

Dane			
Imię i nazwisko uczestnika:			
Imię i nazwisko asesora:			
Data spotkania:			
Cele rozwojowe			
Kompetencja	Cel szczegółowy (obszar do rozwoju)		Termin realizacji
Obsługa klienta	Działania rozwojowe	Trening umiejętności badania potrzeb klienta Trening prezentowania oferty w sposób uwzględniający przede wszystkim rzeczywiste potrzeby zdiagnozowane u klienta	Udział w treningu praktycznym Do 30.09.2013r.
Komunikatywność	Działania rozwojowe	Trening umiejętności aktywnego słuchania – zadawania pytań otwartych pogłębiających, niesugerujących odpowiedzi, parafrazowania oraz monitorowania zrozumienia u rozmówcy,	Udział w treningu praktycznym (uzupełniająco po treningach praktycznych z obszaru kompetencji związanych z obsługą klienta realizacja szkolenia e-learningowego) Do 30.09.2013r.
Komunikatywność	Działania wspierające	Trening zadawania pytań otwartych i pytań monitorujących zrozumienie u rozmówcy	Praca własna (zadawanie pytań monitorujących stopień zrozumienia u rozmówcy w trakcie codziennych rozmów np. Co jest jeszcze nie jasne?, Jak to rozumiałaś?, Czy coś jeszcze wyjaśnić? itp.) Do 31.08.2013r.
Uwagi (przydatne informacje)			
Priorytetem realizacji działań rozwojowych w ramach projektu są treningi, szczególnie trening z obsługi klienta.			
Uzupełniająco – kwestie do przedyskutowania w trakcie spotkania Co chcę doskonalić? Jak sprawdzę czy osiągnąłem cel? Co się zmieni, co się stanie jak już osiągnę cel? Moje mocne strony, zasoby, kompetencje, które będą wspierać realizację celu? Jakiego wsparcia potrzebuję?			

Załącznik nr 10. Programy rekomendowanych treningów praktycznych

[Pobierz wersję MS-Word](#) 

Obsługa klienta

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak obsługiwać klienta zarówno przez telefon, jak i bezpośrednio?
- Jak nawiązywać kontakt i budować długotrwałe relacje z klientem?
- Jak określać potrzeby klienta?
- Jak prezentować siebie, ofertę, firmę?
- Jak radzić sobie z zastrzeżeniami klientów?
- Jak radzić sobie w trudnych sytuacjach i z trudnymi klientami?

Kluczowe korzyści:

Zasadniczą korzyścią jest wykształcenie umiejętności budowania długotrwałych relacji z klientem na bazie profesjonalnej obsługi z uwzględnieniem jego potrzeb. Kształtowane jest również w sobie pozytywne nastawienie co wpływa na jakość prezentacji siebie oferty i firmy oraz umiejętność radzenia sobie w trudnych sytuacjach. Rozwijana jest też umiejętność rozpatrywania reklamacji oraz obsługi posprzedażowej.

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin

Wykorzystywane metody: symulacje, odgrywanie ról, również z wykorzystaniem kamery, dyskusja moderowana, burza mózgów, ćwiczenia indywidualne

Program zajęć***Nastawienie na klienta:***

- Budowanie pozytywnego nastawienia
- Motywacja do obsługi i sprzedaży
- Charakterystyka osób świetnie obsługujących klienta.

Aktywna komunikacja z klientem:

- Komunikacja niewerbalna
- Komunikacja werbalna
- Aktywne słuchanie i wykorzystanie technik aktywnego słuchania.

Analiza potrzeb klienta:

- Zasady określania potrzeb
- Obszary tematyczne dotyczące diagnozy potrzeb
- Notatki i podsumowanie wypowiedzi klienta.

Telefon w obsłudze klienta:

- Komunikacja przez telefon
- Znaczenie komunikacji niewerbalnej w obsłudze przez telefon
- Standardy obsługi – skrypty rozmów.

Kim jest klient:

- Typologia klienta
- Obsługa klientów zależna od typu psychologicznego klienta
- Jak rozpoznawać typ klienta.

Prezentacja siebie i firmy:

- Zasady autoprezentacji
- Cecha a korzyść
- Prezentacja oferty z wykorzystaniem języka korzyści.

Zastrzeżenia i obiekcje klienta:

- Radzenie sobie z zastrzeżeniami i trudnymi klientami
- Trudne sytuacje w rozmowach z klientem
- Obsługa posprzedażowa.

Komunikatywność**Podczas treningu uczestnik nauczy się:**

- Jak komunikujesz się z innymi – styl komunikacji?
- Jak mówić, żeby być zrozumianym i słuchać aktywnie?
- Jak budować porozumienie wokół wspólnych celów?
- Jak przekonywać innych?
- Jak radzić sobie w sytuacji nieporozumień, różnicy zdań czy konfliktu?

Kluczowe korzyści:

Komunikacja jest jednym z elementów wpływających na efektywność pracy. Dobre komunikowanie się znacznie zwiększa efektywność pracy handlowca/sprzedawcy. Uczestnicy treningu poznają zasady efektywnej komunikacji. Nauczą się przekonywać innych do własnego zdania, poszukiwać porozumienia pomimo różnic zdań, sprawnie zarządzać informacjami, dzięki którym praca sprzedawcy/handlowca stanie się skuteczniejsza.

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin

Wykorzystywane metody: symulacje, odgrywanie ról, również z wykorzystaniem kamery, dyskusja moderowana, burza mózgów, ćwiczenia indywidualne

Program zajęć:***Specyfika komunikacji:***

- Typy komunikacji
- Bariery i błędy w komunikowaniu się
- Reguły efektywnej komunikacji
- Komunikowanie a informowanie – różnice i podobieństwa

Komunikacja niewerbalna w kontaktach sprzedażowych:

- Komunikacja jawna i ukryta
- Proksemika
- Kontakt wzrokowy
- Mimika, ton głosu, postawa

Narzędzia usprawniające efektywną komunikację:

- Parafraza, parafraza z błędem
- Dopytywanie
- Wyjaśnianie, doprecyzowywanie
- Podsumowanie
- Klaryfikacja
- Odzwierciedlenie
- Aktywne słuchanie

Zasady wywierania wpływu:

- Podstawowe mechanizmy wywierania wpływu
- Zastosowanie technik wywierania wpływu w praktyce zawodowej
- Strategie argumentacji i przekonywania.

Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak panować nad własnymi emocjami w sytuacji ataku ze strony klienta?
- Jak radzić sobie z zastrzeżeniami klientów?
- Jak sprawnie negocjować, aby obydwie strony pozostały usatysfakcjonowane?
- Jak nie ulegać presji i manipulacji?

Kluczowe korzyści:

U uczestników kształtowana jest umiejętność rozpoznawania własnych negatywnych emocji i radzenia sobie z nimi zarówno w trakcie trudnej rozmowy z klientem, jaki i po zakończeniu rozmowy, w celu zniwelowania złego samopoczucia. Uczestnicy ćwiczą techniki asertywnej komunikacji z wykorzystaniem podstawowych technik. Nauczą się również proponować realistyczne rozwiązania ukierunkowane na budowanie porozumienia z klientem.

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin

Wykorzystywane metody: symulacje, odgrywanie ról, również z wykorzystaniem kamery, dyskusja moderowana, burza mózgów, ćwiczenia indywidualne

Program zajęć:

Kontrola emocji:

- Umiejętność rozpoznawania i zamiany stanów emocjonalnych,
- Radzenie sobie z atakiem, negatywnymi opiniami i krytyką,
- Oddzielanie ocen osób od problemów

Techniki relaksacji i szybkiej zmiany stanu emocjonalnego:

- Zmiana perspektywy,
- Przeramowania,
- Ćwiczenia progresywnego napięcia mięśni,
- Świadome oddychanie

Asertywność podczas obsługi trudnego klienta:

- Nieuleganie presji i manipulacji,
- Podstawowe techniki asertywnej komunikacji: metoda zdartej płyty, zamglenie, rozmydlenie, komunikat „JA”, konkretność,
- Techniki wpływu w kontakcie z klientem

Nastawienie proaktywne:

- Proponowanie realistycznych rozwiązań,
- Projektowanie porozumienia
- Wytwarzanie wartości,
- Strefa możliwego porozumienia – kształtowanie oczekiwań i wyobrażeń

Profesjonalny przedstawiciel handlowy – proces sprzedaży

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak zwiększyć osobistą efektywność podczas sprzedaży?
- Od czego zależy sukces w sprzedaży?
- Komunikować z Klientem, aby poznać jego potrzeby, przekonać klienta, dobić z nim targu.
- Planować swój czas, aby zwiększyć sprzedaż.
- Jak wygląda skuteczny proces sprzedaży?
- Jak radzić sobie z obiekcjami i trudnymi klientami?

Kluczowe korzyści:

Zasadniczą korzyścią jest wykształcenie umiejętności analizy własnych celów handlowych i potrzeb klienta oraz planowania kontaktu handlowego. U uczestników kształtowana jest ponadto zdolność aktywnej komunikacji z klientem, prezentacji siebie, radzenia sobie w trudnych sytuacjach występujących w procesie sprzedaży oraz praktycznego wykorzystania technik sprzedaży.

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin dydaktycznych (45 minut)

Wykorzystywane metody: symulacje, odgrywanie ról, również z wykorzystaniem kamery, dyskusja moderowana, burza mózgów, ćwiczenia indywidualne

Program treningu:

Nawiązywanie kontaktu:

- Struktura i cel nawiązania kontaktu z klientem.
- Techniki nawiązania kontaktu w różnych sytuacjach.
- Czynniki wpływające na efektywność nawiązania kontaktu z klientem: kontakt wzrokowy, komunikaty werbalne i niewerbalne, wygląd, pierwsze wrażenie.
- Autoprezentacja jako proces kontrolowania sposobu, a jaki widzą nas inni.

Rozpoznawanie potrzeb klienta:

- Kategorie potrzeb klienta – osobiste, psychologiczne, społeczne.
- Jak zacząć badanie potrzeb klienta?
- Techniki komunikacyjne: zadawanie pytań, aktywne słuchanie, parafrazowanie.
- Próbné zamknięcie jako sposób na identyfikację potrzeb klienta.

Przygotowanie i prezentacja oferty:

- *Model* celu prezentacji.
- Różne metody prezentacji – jaką metodę wybrać, aby była najbardziej skuteczna?
- Etapy procesu myślowego potencjalnego klienta.
- Etapy prezentacji.
- Czym jest i czemu służy kompozycja prezentacyjna?
- Uczestnictwo klienta w prezentacji.

Negocjowanie warunków oferty:

- Czym są zastrzeżenia i obiekcje?
- Główne kategorie zastrzeżeń.
- Jak sobie radzić z zastrzeżeniami – algorytm postępowania.

Finalizowanie sprzedaży:

- Kiedy należy zamykać?
- Odczytywanie sygnałów zakupu (zadawanie pytań, zasięganie opinii, dokumenty, itp.).
- Zasady zamykania sprzedaży.
- Techniki zamykania sprzedaży – dostosowanie zamknięcia do sytuacji.

Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak identyfikować i modyfikować swój styl pracy?
- Jak stawiać cele i nadawać priorytety zadaniom?
- Jak przygotowywać się do wizyty handlowej?
- Jak praktycznie wykorzystywać czas?
- Jak gospodarować swoim własnym czasem?
- Jak mierzyć efektywność swoich działań?

Kluczowe korzyści:

Rozwój umiejętności zarządzania czasem pracy i zarządzania sobą w czasie. Ponadto uczestnicy nauczą się praktycznego zastosowania narzędzi pozwalających na efektywne gospodarowanie czasem i osiągnięcie stawianych celów.

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin

Wykorzystywane metody: symulacje, odgrywanie ról, również z wykorzystaniem kamery, dyskusja moderowana, burza mózgów, ćwiczenia indywidualne

Program zajęć:

Jak zadbać o swój czas:

- Cele wysokiej jakości – metoda SMART
- Priorytety – zasada Eisenhowera
- Zewnętrzne i wewnętrzne pochłaniacze czasu.

Style pracy handlowca:

- Charakterystyka stylów pracy
- Style pracy a zarządzanie czasem
- Okno Johari – aktywne poszukiwanie informacji zwrotnej.

Przygotowanie do wizyty handlowej:

- Psychiczne – wiara i optymizm
- Fizyczne – wygląd i wyposażenie
- Merytoryczne – wiedza i umiejętności.

Planowanie w czasie:

- Rodzaje planów i horyzonty planowania
- Reguła 60/40, prawo Parkinsona, metoda Pareto, krzywa wydajności
- Planowanie z wykorzystaniem terminarza.

Organizacja pracy w terenie:

- Telefoniczne umawianie się na wizytę handlową
- Potwierdzanie wizyt handlowych
- Plany awaryjne i realizacja założonego planu.

Gospodarowanie czasem:

- Predyspozycje – analiza SWOT
- Preferencje – moje wartości
- Przyzwyczajenia – identyfikacja złych nawyków.

Efektywność realizacji zadań:

- Definicja efektywności – P. Drucker
- Postawa reaktywna i proaktywna
- Słoniowe zadania handlowca

Obsługa komputera i Internetu – poziom podstawowy

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak sprawnie użytkować komputer i urządzenia dodatkowe?
- Jak rozpoznać, zinterpretować i zweryfikować w systemie parametry wymagań oprogramowania?
- Jak konfigurować ustawienia systemu za pomocą opcji Panelu Sterowania?
- Jak podłączyć komputer do Internetu za pomocą bezprzewodowej sieci wi-fi?
- Jak zarządzać plikami i folderami?
- Jak instalować i odinstalowywać oprogramowanie komputera za pomocą prostych programów instalacyjnych?
- Jak bezpiecznie przeglądać strony WWW?
- Jak wykorzystywać podstawowe opcje przeglądarki?

Kluczowe korzyści:

Korzyści obejmują:

- wykształcenie podstawowych umiejętności w zakresie obsługi sprzętu komputerowego wraz z umiejętnością podłączania do komputera dodatkowych urządzeń zewnętrznych,
- nabycie umiejętności interpretacji podstawowych parametrów sprzętu w kontekście wymagań oprogramowania co umożliwi uczestnikom zrozumienie możliwości i ograniczeń komputera,
- nabycie umiejętności konfigurowania podstawowych parametrów systemu operacyjnego komputera umożliwiające skonfigurowanie komputera do pracy,
- nabycie umiejętności wykorzystywania podstawowych funkcji systemu operacyjnego w zakresie zarządzania plikami (dokumentami, obrazami, ..) oraz zarządzania programami,
- nabycie umiejętności swobodnego poruszania się po stronach WWW w sieci Internet ze szczególnym uwzględnieniem aspektu bezpieczeństwa i prywatności danych.

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin dydaktycznych (45 minut)

Wykorzystywane metody: tutorial krok-po-kroku, ćwiczenia indywidualne i w parach z komputerami, mini-wykład oparty o przykłady i studia przypadku

Program treningu:

Budowa komputera:

- Włączanie komputera
- Podłączanie do komputera urządzeń zewnętrznych
- Odczyt i interpretacja parametrów komputera
- Porównywanie wymagań oprogramowania z możliwościami komputera

Konfiguracja komputera:

- Umieszczenie i możliwości Panelu Sterowania
- Ustawienia dotyczące ekranu, dźwięku i klawiatury
- Podłączanie komputera do sieci Internet

Zarządzanie plikami i oprogramowaniem:

- System plików, pliki, foldery
- Eksplorator, funkcje: kopij, wytnij, wklej
- Dodawanie i usuwanie programów
- Instalowanie oprogramowania za pomocą kreatorów instalacji

Korzystanie z Internetu:

- Przeglądarki: konfiguracja i użytkowanie
- Przeglądanie stron WWW
- Bezpieczeństwo podczas poruszania się z Internecie

Obsługa komputera i Internetu – poziom zaawansowany

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak użytkować komputer i urządzenia dodatkowe wykorzystując specyficzne możliwości i opcje dodatkowe?
- Jak rozpoznać, zinterpretować i zweryfikować w systemie zaawansowane parametry wymagań oprogramowania?
- Jakie dodatkowe oprogramowanie umożliwia pozyskiwanie informacji o takich parametrach (benchmarki)?
- Jak konfigurować ustawienia systemu za pomocą zaawansowanych opcji Panelu Sterowania?
- Jak zarządzać sieciami w komputerze?
- Jak zarządzać plikami i folderami korzystając ze skrótów klawiaturowych?
- Jak instalować i odinstalowywać oprogramowanie komputera za pomocą komend linii poleceń?
- Jak aktywnie minimalizować ryzyko podczas przeglądania stron WWW?
- Jak wykorzystywać zaawansowane opcje przeglądarki?
- Jak korzystać z dodatków (plug-in) do przeglądarek?

Kluczowe korzyści:

Korzyści obejmują:

- wykształcenie zaawansowanych umiejętności w zakresie obsługi sprzętu komputerowego wraz z umiejętnością podłączania do komputera dodatkowych urządzeń zewnętrznych i ich konfiguracji
- nabycie umiejętności interpretacji zaawansowanych parametrów sprzętu w kontekście wymagań oprogramowania co umożliwi uczestnikom zrozumienie możliwości i ograniczeń komputera,
- poznanie oprogramowania umożliwiającego pomiar zaawansowanych wskaźników wydajności komputera,
- nabycie umiejętności konfigurowania zaawansowanych parametrów systemu operacyjnego komputera umożliwiające zoptymalizowanie wydajności i ergonomii wykorzystania komputera w pracy,
- nabycie umiejętności wykorzystywania zaawansowanych funkcji systemu operacyjnego w zakresie zarządzania plikami (dokumentami, obrazami, ..), zarządzanie skojarzeniami plików z programami,
- nabycie umiejętności obsługi komend linii poleceń na przykładzie instalacji zaawansowanego oprogramowania,
- nabycie umiejętności konfiguracji przeglądarek oraz instalowania dodatków (plug-in) do nich – na przykładzie kliku popularnych produktów,
- przeglądanie stron WWW z wykorzystaniem opcji zaawansowanych i dodatków (plug-in)
- nabycie umiejętności aktywnego przeciwdziałania atakom na komputer,
- nabycie umiejętności konserwacji komputera ze szczególnym uwzględnieniem aspektu bezpieczeństwa i prywatności danych

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin dydaktycznych (45 minut)

Wykorzystywane metody: tutorial krok-po-kroku, ćwiczenia indywidualne i w parach z komputerami, mini-wykład oparty o przykłady i studia przypadku

Obsługa komputera i Internetu – poziom zaawansowany**Program treningu:*****Budowa komputera:***

- Zaawansowana budowa komputera (hardware), nowości na rynku sprzętu
- Podłączanie do komputera zaawansowanych urządzeń zewnętrznych
- Odczyt i interpretacja zaawansowanych parametrów komputera oraz wskaźników wydajności (benchmarki)
- Porównywanie wymagań oprogramowania z możliwościami komputera

Konfiguracja komputera:

- Umieszczenie i możliwości Panelu Sterowania
- Zaawansowane ustawienia dotyczące ekranu, dźwięku i klawiatury, sterowniki
- Zarządzanie sieciami

Zarządzanie plikami i oprogramowaniem:

- Konfiguracja i optymalizacja pracy w systemie plików
- Zaawansowane opcje eksploratora, programy typu Commander
- Zaawansowane instalowanie komponentów (instalacja z poziomu linii poleceń)

Korzystanie z Internetu:

- Przeglądarki: zaawansowana konfiguracja i użytkowanie z wykorzystaniem dodatków (plug-in)
- Bezpieczeństwo komputera podczas pracy z Internetem: minimalizacja ryzyk i konserwacja

Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy – poziom podstawowy

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak stworzyć i zapisać dokument informacyjny (ulotkę)?
- Jak wykorzystać szablon dokumentu?
- Jak dbać o spójność i przejrzystość dokumentu wykorzystując podstawowe opcje formatowania tekstu, takie jak: style, czcionki, akapity, podziały stron?
- Jak umieszczać w dokumencie proste obiekty zewnętrzne?
- Jak uczynić dokument bardziej atrakcyjnym wizualnie za pomocą przedstawiania danych z wykorzystaniem obiektów Smart-Art?
- Jak zarządzać wyglądem dokumentu edytując nagłówek i stopkę?
- Jak przygotować dane do zamówienia asortymentu w arkuszu kalkulacyjnym?
- Jak wykonać średniej trudności obliczenia stosując formuły i proste funkcje?
- Jak przygotować estetyczną prezentację firmy?
- Jak uatrakcyjnić prezentację firmy za pomocą obiektów i animacji?
- Jak skonfigurować i wykorzystywać podstawowe opcje poczty elektronicznej
- Jak komunikować się za pomocą poczty elektronicznej (e-mail)

Kluczowe korzyści:

Korzyści obejmują:

- wykształcenie podstawowych umiejętności w zakresie obsługi programów komputerowych wykorzystywanych w pracy w biurze, które obejmują: edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny, program do prezentacji
- nabycie umiejętności przygotowania estetycznego dokumentu ulotki i prezentacji firmy,
- nabycie umiejętności urozmaicenia i uatrakcyjniania dokumentu tekstowego i prezentacji,
- nabycie umiejętności przygotowania obliczeń do zamówienia asortymentu w programie typu arkusz kalkulacyjny,
- wykształcenie umiejętności posługiwania się pocztą e-mail w podstawowym zakresie (obsługa wiadomości przychodzących, wysyłka wiadomości, załączniki)

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin dydaktycznych (45 minut)

Wykorzystywane metody: tutorial krok-po-kroku, ćwiczenia indywidualne i w parach z komputerami, mini-wykład oparty o przykłady i studia przypadku

Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy – poziom podstawowy**Program treningu:*****Przygotowanie oferty w edytorze tekstu:***

- Tworzenie dokumentu na podstawie szablonu (biblioteka szablonów)
- Formatowanie dokumentu
 - Stosowanie stylów
 - Stosowanie czcionek
 - Stosowanie akapitów
 - Stosowanie podziałów stron
 - Stosowanie nagłówków i stopki
- Wstawienie obiektów do dokumentu
 - Wstawianie grafiki
 - Wstawianie tabel
 - Wstawianie obiektów typu Smart-Art

Przygotowanie kalkulacji w arkuszu kalkulacyjnym:

- Przygotowanie logicznie uporządkowanych danych do kalkulacji
- Stosowanie formuł z adresowaniem względnym
- Stosowanie prostych funkcji

Przygotowanie prezentacji firmy:

- Zarządzanie listą slajdów: kolejnością i widocznością slajdów
- Zarządzanie wyglądem slajdów: korzystanie z motywów i układów
- Wykorzystywanie w prezentacji obiektów zewnętrznych (grafik, tabeli, wykresów)
- Wykorzystywanie w prezentacji obiektów typu Smart-Art

Poczta e-mail w komunikacji w komunikacji z kontrahentami:

- Konfiguracja podstawowych parametrów poczty elektronicznej
- Zarządzanie wiadomościami e-mail
- Korzystanie z załączników do wiadomości e-mail
- Korzystanie z książki adresowej

Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy – poziom zaawansowany

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak umieszczać w dokumencie zaawansowane obiekty zewnętrzne (zdjęcia, wykresy, tabele)?
- Jak uczynić dokument ulotki/prezentacji firmy bardziej atrakcyjnym wizualnie za pomocą przedstawiania danych z wykorzystaniem obiektów Smart-Art?
- Jak wykorzystywać tłumacza, słownik i statystykę wyrazów?
- Jak automatycznie ponumerować strony ulotki?
- Jak zarządzać słownikiem?
- Jak stosować tryb śledzenia zmian (tryb recenzji) oraz komentarze?
- Jak przygotować zaawansowany arkusz zamówienia asortymentu?
- Jak stosować formuły z adresowaniem bezwzględnym?
- Jak filtrować i sortować dane w tabeli?
- Jak stosować formatowanie warunkowe?
- Jak stosować tabele przestawne?
- Jak wykorzystywać zaawansowane funkcje w arkuszu kalkulacyjnym?
- Jak uatrakcyjnić prezentację firmy za pomocą zaawansowanych opcji animacji i chronometrażu?
- Jak wykorzystać rejestrację pokazu slajdów z nagraniem audio?
- Jak umieszczać w prezentacji obiekty typu audio/wideo?
- Jak tworzyć własne szablony prezentacji?
- Jak zarządzać zaawansowanymi opcjami wiadomości e-mail (priorytety, flagi, potwierdzenia)?
- Jak wykorzystywać pełny potencjał skrzynki poczty e-mail (konfiguracja reguł, anty-spam, wiadomości-śmieci,...)
- Co to jest netykieta i jak przestrzegać jej zaleceń?

Kluczowe korzyści:

Korzyści obejmują:

- wykształcenie zaawansowanych umiejętności w zakresie obsługi programów komputerowych wykorzystywanych w pracy w biurze, które obejmują: edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny, program do prezentacji
- nabycie umiejętności przygotowania estetycznego dokumentu ulotki i prezentacji firmy wykorzystującego zaawansowane opcje oprogramowania do edycji,
- nabycie umiejętności urozmaicania i uatrakcyjniania dokumentu tekstowego i prezentacji za pomocą zaawansowanych opcji,
- nabycie umiejętności przygotowania obliczeń do zamówienia asortymentu w programie typu arkusz kalkulacyjny z wykorzystaniem zaawansowanych formuł i funkcji
- wykształcenie umiejętności posługiwania się pocztą e-mail w zaawansowanym zakresie

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin dydaktycznych (45 minut)

Wykorzystywane metody: tutorial krok-po-kroku, ćwiczenia indywidualne i w parach z komputerami, mini-wykład oparty o przykłady i studia przypadku

Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy – poziom zaawansowany**Program treningu:*****Przygotowanie ulotki w edytorze tekstu:***

- Umieszczanie w dokumencie zaawansowanych obiektów zewnętrznych (tabele, wykresy z arkusza kalkulacyjnego, obrazy), łącza zewnętrzne
- Zaawansowane opcje stylu
- Zaawansowane opcje nagłówka i stopki
- Tryb „pokaż wszystko”
- Edycja stylu w dokumencie
- Wykorzystywanie wbudowanych mechanizmów typu: tłumacz, słownik, statystyka wyrazów
- Praca w trybie recenzji (śledzenia zmian), komentarze i akceptacja zmian
- Zarządzanie zawartością słownika, języki w dokumencie

Przygotowanie zamówienia asortymentu w arkuszu kalkulacyjnym:

- Stosowanie formuł z adresowaniem bezwzględnym
- Stosowanie zaawansowanych funkcji matematycznych i tekstowych (w tym: wyszukaj.pionowo, jeżeli)
- Zaawansowane filtrowanie danych
- Sortowanie za pomocą wielu kolumn i kolorów
- Wykorzystywanie tabel przestawnych

Przygotowanie prezentacji firmy:

- Stosowanie zaawansowanych opcji animacji i chronometrażu
- Umieszczanie w prezentacji obiektów zewnętrznych typu: audio/wideo
- Tworzenie własnych szablonów prezentacji

Poczta e-mail w komunikacji w komunikacji z kontrahentami:

- Konfiguracja zaawansowanych parametrów poczty elektronicznej
- Zarządzanie zaawansowanymi opcjami wiadomościami e-mail (priorytety, flagi, potwierdzenia)
- Ustawienia dotyczące obrony przed niechcianymi wiadomościami, reguły, spam, wiadomości-śmieci
- Reguły netykiety – teoria i praktyka

Pakiet biurowy w pracy handlowca – poziom podstawowy

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak stworzyć i zapisać dokument oferty?
- Jak dbać o spójność i przejrzystość dokumentu wykorzystując podstawowe opcje formatowania tekstu, takie jak: style, czcionki, akapity, podziały stron?
- Jak umieszczać w dokumencie proste obiekty zewnętrzne?
- Jak uczynić dokument bardziej atrakcyjnym wizualnie za pomocą przedstawiania danych z wykorzystaniem obiektów Smart-Art?
- Jak zarządzać wyglądem dokumentu edytując nagłówek i stopkę?
- Jak przygotować dane do oferty cenowej w arkuszu kalkulacyjnym?
- Jak wykonać średniej trudności obliczenia stosując formuły i proste funkcje?
- Jak przygotować estetyczną prezentację handlową?
- Jak uatrakcyjnić prezentację handlową za pomocą obiektów i animacji?
- Jak skonfigurować i wykorzystywać podstawowe opcje poczty elektronicznej
- Jak komunikować się za pomocą poczty elektronicznej (e-mail)

Kluczowe korzyści:

Korzyści obejmują:

- wykształcenie podstawowych umiejętności w zakresie obsługi programów komputerowych wykorzystywanych w pracy w biurze, które obejmują: edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny, program do prezentacji
- nabycie umiejętności przygotowania estetycznego dokumentu oferty i prezentacji handlowej,
- nabycie umiejętności urozmaicania i uatrakcyjniania dokumentu tekstowego i prezentacji,
- nabycie umiejętności przygotowania obliczeń do oferty handlowej w programie typu arkusz kalkulacyjny
- wykształcenie umiejętności posługiwania się pocztą e-mail w podstawowym zakresie (obsługa wiadomości przychodzących, wysyłka wiadomości, załączniki)

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin dydaktycznych (45 minut)

Wykorzystywane metody: tutorial krok-po-kroku, ćwiczenia indywidualne i w parach z komputerami, mini-wykład oparty o przykłady i studia przypadku

Pakiet biurowy w pracy handlowca – poziom podstawowy**Program treningu:*****Przygotowanie oferty w edytorze tekstu:***

- Formatowanie dokumentu
 - Stosowanie stylów
 - Stosowanie czcionek
 - Stosowanie akapitów
 - Stosowanie podziałów stron
 - Stosowanie nagłówków i stopek
- Wstawianie obiektów do dokumentu
 - Wstawianie grafiki
 - Wstawianie tabel
 - Wstawianie obiektów typu Smart-Art
- Wykorzystywanie spisu treści

Przygotowanie kalkulacji w arkuszu kalkulacyjnym:

- Przygotowanie logicznie uporządkowanych danych do kalkulacji
- Stosowanie formuł z adresowaniem względnym
- Stosowanie prostych funkcji

Przygotowanie prezentacji handlowej:

- Zarządzanie listą slajdów: kolejnością i widocznością slajdów
- Zarządzanie wyglądem slajdów: korzystanie z motywów i układów
- Wykorzystywanie w prezentacji obiektów zewnętrznych (grafik, tabeli, wykresów)
- Wykorzystywanie w prezentacji obiektów typu Smart-Art

Poczta e-mail w komunikacji w procesie handlowym:

- Konfiguracja podstawowych parametrów poczty elektronicznej
- Zarządzanie wiadomościami e-mail
- Korzystanie z załączników do wiadomości e-mail
- Korzystanie z książki adresowej

Pakiet biurowy w pracy handlowca – poziom zaawansowany

Podczas treningu uczestnik nauczy się:

- Jak umieszczać w dokumencie zaawansowane obiekty zewnętrzne?
- Jak uczynić dokument oferty/prezentacji bardziej atrakcyjnym wizualnie za pomocą przedstawiania danych z wykorzystaniem obiektów Smart-Art?
- Jak zarządzać spisami treści w dokumencie?
- Jak wykorzystywać tłumacza, słownik i statystykę wyrazów?
- Jak automatycznie ponumerować strony oferty?
- Jak zarządzać słownikiem?
- Jak stosować tryb śledzenia zmian (tryb recenzji)?
- Jak stosować formuły z adresowaniem bezwzględnym?
- Jak filtrować i sortować dane w tabeli?
- Jak stosować formatowanie warunkowe?
- Jak stosować tabele przestawne?
- Jak wykorzystywać zaawansowane funkcje w arkuszu kalkulacyjnym?
- Jak uatrakcyjnić prezentację za pomocą zaawansowanych opcji animacji i chronometrażu?
- Jak umieszczać w prezentacji obiekty typu audio/video?
- Jak tworzyć własne szablony prezentacji?
- Jak zarządzać zaawansowanymi opcjami wiadomości e-mail (priorytety, flagi, potwierdzenia)?
- Jak wykorzystywać pełny potencjał skrzynki poczty e-mail (konfiguracja reguł, anty-spam, wiadomości-śmieci,...)
- Co to jest netykieta i jak przestrzegać jej zaleceń?

Kluczowe korzyści:

Korzyści obejmują:

- wykształcenie zaawansowanych umiejętności w zakresie obsługi programów komputerowych wykorzystywanych w pracy w biurze, które obejmują: edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny, program do prezentacji
- nabycie umiejętności przygotowania estetycznego dokumentu oferty i prezentacji handlowej wykorzystującego zaawansowane opcje oprogramowania do edycji,
- nabycie umiejętności urozmaicania i uatrakcyjniania dokumentu tekstowego i prezentacji za pomocą zaawansowanych opcji,
- nabycie umiejętności przygotowania obliczeń do oferty handlowej w programie typu arkusz kalkulacyjny z wykorzystaniem zaawansowanych formuł i funkcji
- wykształcenie umiejętności posługiwania się pocztą e-mail w zaawansowanym zakresie

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin dydaktycznych (45 minut)

Wykorzystywane metody: tutorial krok-po-kroku, ćwiczenia indywidualne i w parach z komputerami, mini-wykład oparty o przykłady i studia przypadku

Program treningu:***Przygotowanie oferty w edytorze tekstu:***

- Umieszczanie w dokumencie zaawansowanych obiektów zewnętrznych (tabele, wykresy z arkusza kalkulacyjnego, obrazy), łącza zewnętrzne
- Zaawansowane opcje stylu
- Zaawansowane opcje nagłówka i stopki
- Tryb „pokaż wszystko”
- Edycja stylu w dokumencie
- Wykorzystywanie wbudowanych mechanizmów typu: tłumacz, słownik, statystyka wyrazów
- Zarządzanie spisami treści
- Praca w trybie recenzji (śledzenia zmian) i akceptacja zmian
- Zarządzanie zawartością słownika, języki w dokumencie

Przygotowanie kalkulacji w arkuszu kalkulacyjnym:

- Stosowanie formuł z adresowaniem bezwzględnym
- Stosowanie zaawansowanych funkcji matematycznych i tekstowych (w tym: wyszukaj.pionowo, jeżeli)
- Zaawansowane filtrowanie danych
- Sortowanie za pomocą wielu kolumn i kolorów
- Wykorzystywanie tabel przestawnych

Przygotowanie prezentacji handlowej:

- Stosowanie zaawansowanych opcji animacji i chronometrażu
- Umieszczanie w prezentacji obiektów zewnętrznych typu: audio/wideo
- Tworzenie własnych szablonów prezentacji

Poczta e-mail w komunikacji w procesie handlowym:

- Konfiguracja zaawansowanych parametrów poczty elektronicznej
- Zarządzanie zaawansowanymi opcjami wiadomościami e-mail (priorytety, flagi, potwierdzenia)
- Ustawienia dotyczące obrony przed niechcianymi wiadomościami, reguły, spam, wiadomości-śmieci
- Reguły netykiety – teoria i praktyka, na co zwracać uwagę (język komunikacji pisemnej)

Załącznik nr 11. Wzór listy obecności – treningi praktyczne

Pobierz wersję MS-Word 

Lista obecności – trening praktyczny

Temat treningu: Data:

Imię i nazwisko trenera:

l.p	Imię i nazwisko	Podpis uczestnika	
		Data:.....	Data:.....

Załącznik nr 12. Wzór listy obecności – sesje coachingowe

Pobierz wersję MS-Word 

Lista obecności – sesje coachingowe

Imię i nazwisko trenera:

Imię i nazwisko trenera:

Imię i nazwisko trenera:

I.p	Data sesji coachingowej	Podpis coacha	Podpis uczestnika

Załącznik nr 13A. Wzór certyfikatu – Przedstawiciel handlowy

Pobierz wersję MS-Word 

Pierwsza strona

				
<h2>CERTYFIKAT KOMPETENCJI ZAWODOWYCH</h2>				
<h3>Anna Kowalska</h3>				
<p>Uzyskała Certyfikat potwierdzający poziom posiadanych kompetencji w zawodzie</p> <h2>PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY</h2>				
Komunikatywność		C		
Proces sprzedaży		C +		
Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów		D		
Obsługa komputera i Internetu		C		
Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy		D		
Opis skali oceny kompetencji				
Obszary do rozwoju		Mocne strony		Bardzo mocne strony
Podstawowy A	Średni B	Efektywny C	Zaawansowany D	Eksperski E
<p>Dyrektor Firma XYZ Sp. z o.o. Jan Nowak</p>			<p>Prezes FUNDACJA XYZ Anna Zielińska</p>	
<p>Nr certyfikatu: 45/2014 Data wydania certyfikatu: 31.01.2014</p>				
		<p>Certyfikat wydany w ramach realizacji projektu „Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”, współfinansowanego ze środków EFS.</p>		

Anna Kowalska

Opis poziomów skal kompetencyjnych

Komunikatywność

Poziom C (efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Komunikatywność* na poziomie C, uważnie słucha klienta i zachęca do wypowiedzania się. Jasno i zwięźle formułuje swoje wypowiedzi. Doprecyzowuje, konkretyzuje wypowiedź współ rozmówcy, zawsze prosi go o wyjaśnienia i dopytuje, czy sama jest dobrze zrozumiana. Reaguje na pierwsze niewerbalne sygnały niezrozumienia u klienta. Trzyma się wątku rozmowy. Jej komunikaty werbalne i niewerbalne są spójne z komunikatami klienta (koncentracja na potrzebach klienta i dążenie do zaspokojenia ich).

Proces sprzedaży

Poziom C (efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Proces sprzedaży* na poziomie C, skutecznie nawiązuje kontakt z klientem czym wywołuje sympatię i zainteresowanie klienta. Trafnie dookreśla zakres oferty. Prezentowana oferta jest uporządkowana i czytelna. W sytuacji zastrzeżeń ze strony klienta formułuje wiele trafnych propozycji realizujących jego potrzeby. Koncentruje się na przedstawieniu rozwiązań i możliwości. Trafnie rozpoznaje moment, w którym powinna zakończyć proces sprzedaży. Podejmuje działania prowadzące do finalizowania sprzedaży.

Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów

Poziom C (efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów* na poziomie C, trafnie porządkuje zadania według ich wagi i pilności. Efektywnie zarządza czasem poszczególnych etapów prac. Określa i pozyskuje zasoby niezbędne do realizacji powierzonych zadań. Cele, które wyznacza są mierzalne, realistyczne, określone i zaplanowane w czasie. Dostosowuje sposób realizacji zadań do zmieniających się okoliczności. Planując działanie określa związane z nim ryzyko. Przygotowuje plany alternatywne.

Obsługa komputera i Internetu

Poziom C (efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa komputera i Internetu* na poziomie C, potrafi efektywnie wykorzystać możliwości komputera. Potrafi rozpoznać parametry sprzętu i oprogramowania i przeprowadzić czynności konfiguracyjne. Samodzielnie porusza się w systemie plików. Potrafi zarządzać oprogramowaniem w systemie operacyjnym. Swobodnie wykorzystuje standardowe funkcje przeglądarki WWW, również w kwestii bezpieczeństwa.

Poziom D (zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa komputera i Internetu* na poziomie D podczas pracy z komputerem efektywnie realizuje trudne zadania. Posiada rozległą wiedzę w zakresie parametrów sprzętu i oprogramowania. Potrafi przeprowadzić zaawansowane czynności konfiguracyjne. Samodzielnie porusza się w systemie plików wykorzystując skróty klawiszowe. Wykorzystuje zaawansowane funkcje przeglądarki WWW, również w kwestii bezpieczeństwa.

Pakiet biurowy w pracy przedstawiciela handlowego

Poziom C (efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Pakiet biurowy w pracy przedstawiciela handlowego* na poziomie C potrafi efektywnie wykorzystać pakiet biurowy. Jest w stanie przygotować ustrukturyzowany i estetycznie opracowany dokument oferty oraz logicznie uporządkowany arkusz kalkulacji. Potrafi przenosić elementy pomiędzy aplikacjami pakietu biurowego. Przygotowane przez niego/nią prezentacje handlowe wykorzystują atrakcyjne dla odbiorcy możliwości takie jak: grafiki, animacje czy przejścia. Sprawnie zarządza pocztą e-mail.

Załącznik nr 13B. Wzór certyfikatu – Sprzedawca

Pobierz wersję MS-Word 

Pierwsza strona

				
<h2>CERTYFIKAT KOMPETENCJI ZAWODOWYCH</h2>				
<h3>Anna Kowalska</h3>				
<p>Uzyskała Certyfikat potwierdzający poziom posiadanych kompetencji w zawodzie</p> <h2>SPRZEDAWCA</h2>				
Komunikatywność		C		
Obsługa klienta		C+		
Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych		D		
Obsługa komputera i Internetu		C		
Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy		D		
Opis skali oceny kompetencji				
Obszary do rozwoju		Mocne strony	Bardzo mocne strony	
Podstawowy A	Średni B	Efektywny C	Zaawansowany D	Eksperski E
Dyrektor Firma XYZ Sp. z o.o. Jan Nowak			Prezes FUNDACJA XYZ Anna Zielińska	
Nr certyfikatu: 45/2014 Data wydania certyfikatu: 31.01.2014				
		Certyfikat wydany w ramach realizacji projektu „Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”, współfinansowanego ze środków EFS.		

Anna Kowalska
Opis poziomów skal kompetencyjnych

Komunikatywność

Poziom C (efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Komunikatywność* na poziomie C, uważnie słucha klienta i zachęca do wypowiedzania się. Jasno i zwięźle formułuje swoje wypowiedzi. Doprecyzowuje, konkretyzuje wypowiedź współ rozmówcy, zawsze prosi go o wyjaśnienia i dopytuje, czy sama jest dobrze rozumiana. Reaguje na pierwsze niewerbalne sygnały niezrozumienia u klienta. Trzyma się wątku rozmowy. Jej komunikaty werbalne i niewerbalne są spójne z komunikatami klienta (koncentracja na potrzebach klienta i dążenie do zaspokojenia ich).

Obsługa klienta

Poziom C (efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa klienta* na poziomie C, nawiązuje naturalny kontakt z klientem, a jej zachowania budzą sympatię i zaufanie. Trafnie dookreśla potrzeby klienta i proponuje rozwiązania je uwzględniające. W przypadku obiekcji zgłaszanych przez klienta doprecyzowuje i przedstawia nowe propozycje. Wykazuje dalsze zainteresowanie obsługą klienta, nawet w przypadku jego odmowy, jest uprzejma i opanowana – proponuje inne towary i usługi.

Poziom D (zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa klienta* na poziomie D, nawiązuje naturalny kontakt z agresywnym lub wycofanym klientem pod presją czasu. Jej zachowania wzbudzają sympatię i zainteresowanie klienta. Współpracując z trudnym klientem, trafnie rozpoznaje jego zmienne potrzeby i przedstawia mu elastyczne rozwiązania uwzględniające je. W przypadku niekulturalnego zgłaszania obiekcji, doprecyzowuje rzeczywiste potrzeby i daje nowe rozwiązania. Nawet w przypadku niekulturalnej odmowy dyskretnie towarzyszy klientowi, gotowa do pomocy.

Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych

Poziom D (zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych* na poziomie D, nawet w przypadku obsługi emocjonalnego klienta jest opanowana i skupia się na merytorycznej pracy. W skomplikowanych sytuacjach nie ulega presji i manipulacji i oddziela osoby od problemów. Nawet pod presją czasu inicjuje realistyczne rozwiązania wspierające klienta i uwzględniające jego możliwości.

Obsługa komputera i Internetu

Poziom C (efektywny)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Obsługa komputera i Internetu* na poziomie C, potrafi efektywnie wykorzystać możliwości komputera. Potrafi rozpoznać parametry sprzętu i oprogramowania i przeprowadzić czynności konfiguracyjne. Samodzielnie porusza się w systemie plików. Potrafi zarządzać oprogramowaniem w systemie operacyjnym. Swobodnie wykorzystuje standardowe funkcje przeglądarki WWW, również w kwestii bezpieczeństwa.

Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy

Poziom D (zaawansowany)

Osoba, u której obserwuje się kompetencję *Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy* na poziomie D potrafi wykorzystać pakiet biurowy do realizacji trudnych i złożonych zadań. Podczas pracy z dokumentami, prezentacjami i kalkulacjami stosuje zaawansowane techniki i funkcje. Przygotowane przez nią materiały informacyjno-promocyjne, prezentacje firmy i arkusze zamówień są wyjątkowo użyteczne. Zarządzając pocztą e-mail wykorzystuje opcje ułatwiające i optymalizujące jego/jej pracę.

Załącznik nr 14A. Wzór suplementu – Przedstawiciel handlowy

Pobierz wersję MS-Word 



SUPLEMENT DO CERTYFIKATU NR 01/2014

Jan Kowalski

uzupełnił kompetencje w zawodzie **PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY** biorąc udział w następujących działaniach rozwojowych.

Działania rozwojowe	Wymiar godzinowy
Trening praktyczny (w zakresie kompetencji miękkich):	
Proces sprzedaży	16
Trening praktyczny (w zakresie kompetencji twardych):	
Obsługa komputera i Internetu (poziom zaawansowany):	8
Kurs e-learningowy:	
Komunikatywność	
Proces sprzedaży	
Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów	
Obsługa komputera i Internetu	
Pakiet biurowy w pracy przedstawiciela handlowego	

Przedstawiciel jednostki
certyfikującej

Nr suplementu: 01/2014/S
Data wydania suplementu: 31.01.2014



Suplement wydany w ramach realizacji projektu „Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”, współfinansowanego ze środków EFS.



SUPLEMENT DO CERTYFIKATU NR 01/2014

Jan Kowalski

uzupełnił kompetencje w zawodzie **SPRZEDAWCA** biorąc udział w następujących działaniach rozwojowych.

Działania rozwojowe	Wymiar godzinowy
Trening praktyczny (w zakresie kompetencji miękkich):	
Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych	16
Trening praktyczny (w zakresie kompetencji twardych):	
Obsługa komputera i Internetu (poziom zaawansowany):	8
Kurs e-learningowy:	
Komunikatywność	
Obsługa klienta	
Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych	
Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów	
Obsługa komputera i Internetu	
Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy	

Przedstawiciel jednostki
certyfikującej

Nr suplementu: 01/2014/S
Data wydania suplementu: 31.01.2014



Suplement wydany w ramach realizacji projektu „Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”, współfinansowanego ze środków EFS.

Szkolenie dla asesorów

Kluczowe korzyści:

Zapoznanie się z ogólnymi założeniami Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+. Zapoznanie się z profilami zawodowymi sprzedawcy i przedstawiciela handlowego. Zapoznanie się ze skalami i zrozumienie znaczenia poszczególnych wskaźników. Zapoznanie się z metodologią DC z uwzględnieniem specyfiki grupy odbiorców – osób 50+

Czas trwania: 2 dni – 16 godzin

Wykorzystywane metody: symulacje, odgrywanie ról, również z wykorzystaniem kamery, dyskusja moderowana, burza mózgów, ćwiczenia indywidualne

Program zajęć:

Ogólne założenia Modelu:

- Sesje DC
- Działania rozwojowe

Metodologia DC:

- Rola i kompetencje asesora
- Rola i kompetencje prowadzącego sesję
- Proces walidacji w kontekście projektu

Profile kompetencyjne sprzedawcy i przedstawiciela handlowego:

- Kompetencje i wskaźniki
- Właściwe czytanie i rozumienie skal obserwacyjnych
- Analiza przebiegu zadań developmentowych

Wskazówki dotyczące obserwacji i pisania raportów indywidualnych:

- Jak obserwować
- Jak dekodować skalę
- Jak pisać raport

Sesja feedbackowa:

- Założenia dotyczące celu feedbacku
- Różna reakcja uczestników na feedback

Omówienie specyfiki grupy docelowej 50+:

- Niwelowanie obaw
- Ukazywanie korzyści z uczestniczenia w procesie walidacji i uzupełniania kompetencji

Dodatek A

Zestaw dokumentów do wykorzystania w zakresie działań informacyjno-rejestacyjnych



1. Minimalny wzór formularza zgłoszeniowego.

Pobierz wersję MS-Word 

Formularz zgłoszeniowy

Dane personalne

Imię i nazwisko:	Telefon:
Adres zamieszkania:	E-mail:
Data urodzenia:	Miejsce urodzenia:

Wykształcenie

daty: od - do	Kierunek	Nazwa szkoły/uczelni

Doświadczenie zawodowe

daty: od - do	Firma	Stanowisko	Zakres obowiązków

Szkolenia/posiadane certyfikaty

daty: od - do	Tytuł szkolenia/certyfikatu	Nazwa instytucji/firmy

Dodatkowe informacje

Jestem zainteresowany/ a uzyskaniem certyfikatu potwierdzającego posiadanie kompetencji w zawodzie:

sprzedawcy

przedstawiciela handlowego

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych zawartych w formularzu dla potrzeb niezbędnych do realizacji procesu certyfikacji zgodnie z ustawą o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2002r. Nr 101, Poz. 926 z późniejszymi zmianami).

Data: Podpis:.....

2. Wzór formularza zgłoszeniowego (proces realizowany w ramach projektu współfinansowanego z funduszy unijnych)

Pobierz wersję MS-Word 

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY DO PROJEKTU

„Akademia Handlowa 50+ – innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”

Prosimy wypełnić wszystkie pola czytelnie, pismem drukowanym, kolorem niebieskim

Imię i nazwisko:		
Data urodzenia:		
Wykształcenie:	<input type="checkbox"/> podstawowe <input type="checkbox"/> gimnazjalne <input type="checkbox"/> ponadgimnazjalne <input type="checkbox"/> pomaturalne <input type="checkbox"/> wyższe	
PESEL		
Wiek w chwili przystąpienia do projektu:		
Adres zamieszkania:	Kod pocztowy:	
	Miejscowość:	
	Ulica:	
	Nr domu/lokalu:	
Obszar:	<input type="checkbox"/> miejski <input type="checkbox"/> wiejski	
Numer telefonu:		
Adres e-mail:		
Najdogodniejszy czas uczestnictwa w sesjach DC: (można wybrać kilka opcji)	<input type="checkbox"/> godziny poranne i przedpołudniowe <input type="checkbox"/> godziny okołopołudniowe <input type="checkbox"/> godziny popołudniowe <input type="checkbox"/> godziny wczesno wieczorne <input type="checkbox"/> soboty	

Oświadczenie o zamieszkanui:	Oświadczam, że zamieszkuję na terenie województwa pomorskiego	
	Data i czytelny podpis:	
Oświadczenie o zatrudnieniu:	Oświadczam, że jestem zatrudniona/y w:	
	Nazwa pracodawcy:	
	Wielkość pracodawcy:	<input type="checkbox"/> mikroprzedsiębiorstwo <input type="checkbox"/> małe przedsiębiorstwo <input type="checkbox"/> średnie przedsiębiorstwo <input type="checkbox"/> duże przedsiębiorstwo
	Kod pocztowy, miejscowość:	
	Ulica, nr domu / lokalu:	
	Forma zatrudnienia:	<input type="checkbox"/> umowa o pracę <input type="checkbox"/> umowa cywilno-prawna
	Data i czytelny podpis:	

Oświadczenie o pozostawaniu bez zatrudnienia:	Oświadczam, że jestem osobą:	
	<input type="checkbox"/> niepracującą, niezarejestrowaną w urzędzie pracy <input type="checkbox"/> posiadającą status osoby bezrobotnej (zarejestrowaną w urzędzie pracy)	
Data i czytelny podpis:		

Oświadczenie o posiadanym wieku:	Oświadczam, że w momencie składania formularza zgłoszeniowego mam ukończony 50 rok życia	
	Data i czytelny podpis:	

Oświadczenie o doświadczeniu zawodowym:	Oświadczam, że posiadam min. 1 rok doświadczenia zawodowego w pracy w handlu	
	Data i czytelny podpis:	

Sprawuję opiekę nad dziećmi do lat 7 lub inną osobą zależną	<input type="checkbox"/> tak <input type="checkbox"/> nie
--	--

Ja niżej podpisany/a, oświadczam, że:

1. Zapoznałem/am się z Regulaminem uczestnictwa w Projekcie i w pełni akceptuję jego zapisy.
2. Zostałem poinformowany/a, że Projekt jest finansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego oraz z budżetu państwa.
3. Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych dla celów rekrutacji do Projektu.
4. Wyrażam zgodę na możliwość nieodpłatnego wykorzystania i rozpowszechniania przez Beneficjenta Projektu lub jego następców prawnych w czasie trwania realizacji Projektu oraz w okresie następującym po okresie realizacji Projektu, mojego wizerunku do celów związanych z monitoringiem, kontrolą i ewaluacją realizowanego Projektu oraz do celów marketingowych (katalogi, foldery i inne publikacje) oraz na potrzeby informacji i promocji Europejskiego Funduszu Społecznego w szczególności w materiałach zdjęciowych, audiowizualnych i prezentacjach, pod warunkiem, że fotografia, nagranie zostało wykonane w trakcie trwania Projektu.
5. Wyrażam zgodę na udział w badaniach ewaluacyjnych, które odbędą się w trakcie realizacji Projektu i po jego zakończeniu.
6. W przypadku nie zakwalifikowania się do udziału w Projekcie nie będę wnosił/ a żadnych zastrzeżeń ani roszczeń.
7. W przypadku zakwalifikowania do Projektu zobowiązuję się do zawarcia Umowy uczestnictwa w Projekcie.

Prawdziwość zawartych powyżej danych potwierdzam własnoręcznym podpisem.

**Data i czytelny
podpis:**

Wypełniony i podpisany formularz prosimy przesać:

- pocztą elektroniczną na adres: k.hunko@fungo.com.pl, m.zabinska@fungo.com.pl
- pocztą tradycyjną lub dostarczyć osobiście na adres: **Fundacja Gospodarcza, ul. Olimpijska 2, 81-538 Gdynia**

Załączniki do Formularza Zgłoszenia:

1. Potwierdzona za zgodność z oryginałem przez Kandydata na Uczestnika Projektu kserokopia dowodu osobistego.
2. Beneficjent Projektu zastrzega prawo żądania innych dokumentów, w przypadku uznania, iż dokumenty przedstawione przez Kandydata na Uczestnika Projektu nie stanowią wystarczającego potwierdzenia, że kandydat spełnia warunki uczestnictwa w Projekcie.

3. Wzór umowy

Pobierz wersję MS-Word 

UMOWA UDZIAŁU W PROJEKCIE NR

Zawarta w w dniu pomiędzy:

.....
 reprezentowaną przez:

....., zwaną dalej **Projektodawcą**

a

zamieszkałym/łą w.....

legitymującym/ą się dowodem osobistym

(seria i numer dokumentu)

PESEL, zwanym/ną dalej **Uczestnikiem Projektu**.

§ 1

Przedmiotem niniejszej Umowy jest udział Uczestnika Projektu w projekcie innowacyjnym testującym nr WND-POKL.09.02.00-22-012/11 pn. „Akademia Handlowa 50+ innowacyjny Model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+” (dalej określonym jako Projekt) realizowanym w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet IX. Rozwój Wykształcenia i kompetencji w regionach, Działanie 9.2. Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego.

§ 2

1. Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.
2. Projekt jest realizowany w okresie od dnia 1 maja 2012 r. do 31 lipca 2014 r.
3. Udział Uczestnika Projektu w Projekcie jest bezpłatny.

§ 3

1. Uczestnik Projektu oświadcza, iż zapoznał się z aktualną wersją Regulaminu uczestnictwa w Projekcie dostępną na stronie internetowej www.akademiahandlowa.pl (dalej określonym jako Regulamin), spełnia warunki uczestnictwa w nim określone, zapoznał się z brzmieniem niniejszej Umowy i składając podpis pod Umową akceptuje warunki Umowy i Regulaminu oraz zobowiązuje się do ich przestrzegania.
2. Podpisanie niniejszej Umowy przez Uczestnika Projektu oznacza rozpoczęcie udziału w Projekcie.
3. Uczestnik Projektu oświadcza, że:
 - a. wyraża wolę uczestniczenia w Projekcie,
 - b. spełnia kryteria formalne uprawniające do udziału w Projekcie wskazane w Regulaminie uczestnictwa w Projekcie, o którym mowa w ust. 1 powyżej.
4. Uczestnik Projektu w czasie obowiązywania Umowy zobowiązuje się do:
 - a. regularnego, punktualnego i aktywnego uczestnictwa w każdym działaniu przewidzianym dla Uczestnika Projektu,
 - b. potwierdzania swojego uczestnictwa w działaniach przewidzianych dla Uczestnika Projektu każdorazowo na listach obecności,
 - c. pisemnego usprawiedliwiania swojej nieobecności,

- d. wypełniania ankiet ewaluacyjnych i monitoringowych oraz udzielenia wywiadu monitorującego realizację i efekty działania Projektu,
- e. natychmiastowego, pisemnego informowania Projektodawcy o zmianie jakichkolwiek danych osobowych oraz o wszystkich zdarzeniach mogących zakłócić jego dalszy udział w Projekcie,
- f. udzielania wszelkich informacji związanych z uczestnictwem w Projekcie instytucjom zaangażowanym we wdrażanie Działania 9.2 PO KL,
- g. w przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Projekcie zgłoszenia tego faktu Projektodawcy w formie pisemnej pod rygorem nieważności,
- h. zapoznawania się na bieżąco z aktualnymi wersjami Regulaminu dostępnymi na stronie www.akademiahandlowa.pl oraz przestrzegania jego aktualnych wersji.

§ 4

Projektodawca zobowiązuje się do:

- a. zapewnienia zaplecza lokalowego i technicznego niezbędnego do realizacji usług w ramach realizacji Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+,
- b. zapewnienia wykwalifikowanej kadry, posiadającej odpowiednie kwalifikacje i doświadczenie w przeprowadzaniu sesji DC oraz działań rozwojowych, realizowanych w ramach Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+ oraz materiałów dydaktycznych niezbędnych do realizacji działań przewidzianych dla Uczestnika Projektu.
- c. wydania Certyfikatu potwierdzającego posiadane kompetencje wraz z Suplementem opisującym zindywidualizowane działania rozwojowe, w których Uczestnik Projektu brał udział.

§ 5

Uczestnik Projektu zobowiązuje się do udziału we wszystkich formach wsparcia wymienionych w § 3 ust. 1 Regulaminu.

§ 6

1. Projektodawca ma prawo wykreślenia Uczestnika Projektu z listy Uczestników Projektu w przypadku określonym w § 6 ust. 3 Regulaminu oraz w przypadku, gdy Uczestnik Projektu narusza prawo, postanowienia Regulaminu bądź niniejszej Umowy.
2. Skreślenie Uczestnika Projektu z listy Uczestników w trybie określonym powyżej w ust.1 skutkuje rozwiązaniem niniejszej Umowy ze skutkiem na dzień zawiadomienia Uczestnika Projektu o skreśleniu z listy Uczestników i nakłada na Uczestnika Projektu obowiązek zwrotu 100% poniesionych przez Projektodawcę kosztów udzielonego wsparcia z zastrzeżeniem § 6 ust. 5 Regulaminu.
3. Uczestnik Projektu, w przypadku obowiązku zwrotu kosztów, o którym mowa powyżej, zobowiązany jest do ich zapłaty w terminie 14 dni od daty wezwania.
4. W przypadku zwrotu korespondencji skierowanej na podany przez Uczestnika Projektu adres do korespondencji, pozostawia się ją w dokumentach Uczestnika ze skutkiem doręczenia.

§ 7

1. Niniejsza umowa obowiązuje od dnia jej podpisania i wygasa z dniem zakończenia udziału Uczestnika w Projekcie, o którym mowa w § 1 Umowy.
2. Projektodawca zastrzega sobie prawo do odwołania sesji DC oraz działań rozwojowych z przyczyn od siebie niezależnych.

§ 8

1. Zmiany niniejszej Umowy wynikające ze zmiany Regulaminu następują automatycznie z chwilą zmiany ww. Regulaminu i nie wymagają składania przez strony niniejszej Umowy oświadczeń w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Wszelkie zmiany, uzupełnienia, wypowiedzenia oraz jakiegokolwiek oświadczenia stron wynikające z ustaleń niniejszej Umowy, wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. W okresie trwania niniejszej Umowy strony są zobowiązane informować się nawzajem na piśmie o każdej zmianie adresu swojego zamieszkania lub siedziby. W razie zaniedbania tego obowiązku korespondencję wysłaną na uprzednio wskazany adres listem poleconym za potwierdzeniem odbioru i nieodebraną, uważa się za doręczoną.

§ 9

1. Integralną część niniejszej Umowy stanowi oświadczenie Uczestnika Projektu o wyrażeniu zgody na przetwarzanie danych osobowych – załącznik nr 1 niniejszej Umowy. Niewyrażenie powyższej zgody jest równoznaczne z niemożliwością udzielenia Uczestnikowi Projektu wsparcia w ramach Projektu.
2. W przypadku złożenia przez Uczestnika Projektu oświadczeń niezgodnych z prawdą Projektodawca ma prawo dochodzić roszczeń od Uczestnika Projektu na drodze powództwa cywilnego.
3. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron.

§ 10

W zakresie niniejszej umowy mają zastosowanie odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego.

§ 11.

W przypadku ewentualnych sporów wynikłych na tle stosowania niniejszej Umowy, będą one rozwiązywane polubownie, a w przypadku braku takiego rozwiązania w terminie 30 dni od jego zaistnienia, będą one poddane rozstrzygnięciu przez sąd rzeczowo właściwy dla siedziby Projektodawcy.

Uczestnik Projektu

.....

Projektodawca

.....

Załącznik nr 1 do umowy uczestnictwa w projekcie**OŚWIADCZENIE UCZESTNIKA PROJEKTU O WYRAŻENIU ZGODY
NA PRZETWARZANIE DANYCH OSOBOWYCH**

W związku z przystąpieniem do Projektu „Akademia Handlowa 50+ – innowacyjny Model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+” realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych.

Oświadczam, iż przyjmuję do wiadomości, że:

1. administratorem tak zebranych danych osobowych jest Minister Rozwoju Regionalnego pełniący funkcję Instytucji Zarządzającej dla Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki z siedzibą w Warszawie ul. Wspólna 2/4 kod pocztowy 00-926 ;
2. moje dane osobowe będą przetwarzane wyłącznie w celu udzielenia wsparcia, realizacji projektu „Akademia Handlowa 50+ – innowacyjny Model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”, ewaluacji, kontroli, monitoringu i sprawozdawczości w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki;
3. moje dane osobowe mogą zostać udostępnione innym podmiotom wyłącznie w celu udzielenia wsparcia, realizacji projektu „Akademia Handlowa 50+ – innowacyjny Model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”, ewaluacji, kontroli, monitoringu i sprawozdawczości w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki;
4. podanie danych jest dobrowolne, aczkolwiek odmowa ich podania jest równoznaczna z brakiem możliwości udzielenia wsparcia w ramach Projektu;
5. mam prawo dostępu do treści swoich danych i ich poprawiania.

.....
(miejscowość i data)

.....
(czytelny podpis uczestnika projektu)

4. Przykładowy regulamin uczestnictwa w procesie walidacji i uzupełniania kompetencji realizowanym w ramach projektu współfinansowane z funduszy unijnych

[Pobierz wersję MS-Word](#) 

REGULAMIN UCZESTNICTWA W PROJEKCIE

„Akademia Handlowa 50+ – innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”

§ 1. Definicje stosowane w Regulaminie

1. **Projekt** – projekt innowacyjny testujący nr WND-POKL.09.02.00-22-012/11 pn. „Akademia Handlowa 50+ innowacyjny Model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+”.
2. **Projektodawca** –
3. **Kandydat** – osoba, która złoży u projektodawcy poprawnie wypełniony i podpisany Formularz zgłoszeniowy.
4. **Uczestnik Projektu** – osoba, która została zakwalifikowana do udziału w Projekcie i podpisała umowę udziału w Projekcie wraz z załącznikami.
5. **Punkt Rekrutacyjny** –
6. **Development Centre** – metoda pomiaru kompetencji polegająca na obserwowaniu osób w trakcie realizacji różnych zadań, głównie symulacyjnych. Obserwacji dokonuje wcześniej do tego przygotowany asesor, wyposażony w zobiektywizowane kryteria analizy i oceny uzyskiwanych informacji (skale obserwacyjne).
7. **Działania rozwojowe** – lekcje e-learningowe, treningi praktyczne, coaching.
8. **Certyfikat** – dokument potwierdzający posiadane kompetencje, wydawany jest na podstawie wyników uzyskanych w trakcie sesji Development Centre i zawiera opis zdiagnozowanych poziomów kompetencji.

§ 2. Informacje o Projekcie

1. Projekt „Akademia Handlowa 50+ innowacyjny Model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+” realizowany jest przez w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet IX. Rozwój Wykształcenia i kompetencji w regionach, Działanie 9.2. Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego.
2. Głównym celem projektu jest opracowanie i przetestowanie innowacyjnego Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+ z województwa pomorskiego w zawodach: sprzedawca i przedstawiciel handlowy, w celu podniesienia ich adaptacyjności i mobilności zawodowej.
3. Cele szczegółowe to: integracja i upowszechnienie wiedzy nt. posiadanych i pożądanых przez rynek pracy kompetencji oraz istniejących systemów kształcenia w zawodach handlowych; rozszerzenie oferty kształcenia ustawicznego o innowacyjne metody dostosowane do potrzeb osób 50+.
4. Okres realizacji Projektu: od 1 maja 2012 r. do 31 lipca 2014 r.
5. Projekt realizowany jest na terenie województwa pomorskiego.

§ 3. Zakres Projektu

1. Wsparcie w ramach Projektu obejmuje bezpłatne uczestnictwo w:
 - a. Dwóch jednodniowych sesjach Development Centre diagnozujących poziom kompetencji miękkich i twardych oddzielnie dla zawodów: przedstawiciel handlowy i sprzedawca.
 - b. Dwóch rozmowach z asesorem ds. kompetencji miękkich i twardych dotyczących przekazania informacji zwrotnych nt. posiadanych poziomów kompetencji i obszarów do rozwoju oraz zaplanowania działań rozwojowych.
 - c. Zindywidualizowanych działaniach rozwojowych, rekomendowanych w zależności od zdiagnozowanych poziomów kompetencji.
 - d. Dwóch jednodniowych sesjach Development Centre organizowanych po zrealizowaniu indywidualnych ścieżek rozwojowych.
2. Dodatkowo Uczestnicy Projektu będą korzystać z pomocy indywidualnych opiekunów, których zadaniem jest wspieranie uczestników w podejmowaniu kolejnych działań rozwojowych. Każda osoba może skorzystać z 4 godzin takiego wsparcia, które uwzględnia zarówno bezpośrednie spotkania, jak i rozmowy telefoniczne/komunikację internetową.
3. Po zakończeniu całej ścieżki rozwojowej i udziale w drugiej turze sesji Development Centre, Uczestnicy Projektu otrzymają Certyfikat wraz z Suplementem. Certyfikat zawiera opis zdiagnozowanych poziomów kompetencji. Suplement uwzględnia opis zindywidualizowanych działań rozwojowych, w których dana osoba brała udział.

§ 4. Warunki uczestnictwa w projekcie

1. Kandydaci deklarujący udział w Projekcie muszą spełniać następujące warunki formalne:
 - a. posiadać ukończony 50 rok życia,
 - b. być mieszkańcem województwa pomorskiego w rozumieniu przepisów Kodeksu Cywilnego,
 - c. posiadać przynajmniej roczne doświadczenie w handlu,
 - d. być osobą zatrudnioną na podstawie umowy o pracę lub umowy cywilno-prawnej (umowa zlecenie, umowa o dzieło) na terenie województwa pomorskiego lub pozostawać bez zatrudnienia,
 - e. zgłosić się do udziału w projekcie z własnej inicjatywy,
 - f. w przypadku osób pracujących brać udział w Projekcie poza godzinami pracy.
2. Nabór jest otwarty dla wszystkich zainteresowanych spełniających powyższe kryteria.
3. Działania projektowe będą odbywać się na terenie Gdyni. O dokładnym miejscu i terminie każdego spotkania Uczestnik Projektu zostanie poinformowany nie później, niż 5 dni przed jego rozpoczęciem drogą e-mailową lub telefonicznie.

§ 5. Zasady i proces rekrutacji

1. Rekrutacja zostanie przeprowadzona zgodnie z polityką równych szans oraz wskaźnikami ilościowymi, które zostały określone we wniosku o dofinansowanie Projektu, tj.:
 - a. łączna liczba uczestników – 60,
 - b. liczba kobiet – 40,
 - c. liczba mężczyzn – 20.
2. Nabór kandydatów do udziału w Projekcie prowadzi Projektodawca – z siedzibą w....., przy
3. Rekrutacja ma charakter otwarty i ciągły.
4. Rekrutacja prowadzona będzie od roku do roku lub do wyczerpania wolnych miejsc.
5. Kandydaci celem zgłoszenia się do Projektu zobowiązani są do wypełnienia i dostarczenia do Punktu Rekrutacyjnego wypełnionego Formularza zgłoszeniowego.

6. Formularz zgłoszeniowy będzie znajdował się na stronie internetowej projektu www.akademiahandlowa.pl w zakładce: Rekrutacja, a także na stronie internetowej Fundacji Gospodarczej www.fundacja-gospodarcza.pl, w zakładce: Projekty w fazie realizacji. Można go także odebrać osobiście w siedzibie Fundacji Gospodarczej.
7. Osoba zainteresowana udziałem w projekcie powinna wypełnić Formularz zgłoszeniowy w formacie zgodnym z umieszczonym na ww. stronach internetowych i wysłać podpisany czytelnie pocztą lub pocztą elektroniczną (skan) lub dostarczyć osobiście do siedziby Fundacji. Zgłoszenia przygotowane przy użyciu innego formularza, wypełnione niekompletnie, podpisane nieczytelnie lub podpisane przez osobę inną, niż zgłaszana do udziału w projekcie, będą odrzucane.
8. Wypełnienie Formularza zgłoszeniowego i dostarczenie go Projektodawcy będzie równoznaczne ze zgłoszeniem się do procesu rekrutacji i akceptacją postanowień Regulaminu.
9. Za datę zgłoszenia do Projektu uznaje się dzień i godzinę, w którym Kandydat złoży w Punkcie Rekrutacyjnym prawidłowo wypełnione dokumenty rekrutacyjne lub data stempla pocztowego.
10. Złożenie dokumentów nie jest równoznaczne z zakwalifikowaniem się do udziału w Projekcie.
11. Odmowa podania danych osobowych przez kandydata oraz brak zgody na ich przetwarzanie są równoznaczne z brakiem możliwości udzielenia wsparcia w ramach Projektu.
12. Za proces rekrutacji odpowiedzialny jest specjalista ds. rekrutacji i kwalifikacji do projektu. Do jego zadań należy:
 - a. ocena formalna Formularza zgłoszeniowego, o którym mowa w ust. 5 powyżej,
 - b. kwalifikowanie kandydatów na Uczestników Projektu do udziału w Projekcie i tworzenie listy rezerwowej,
 - c. rozstrzyganie spornych spraw w zakresie rekrutacji,
 - d. sporządzanie protokołu z przeprowadzonych czynności.
 - e. informowanie o ostatecznym zakwalifikowaniu do udziału w Projekcie kandydata na Uczestnika Projektu drogą e-mailową, pocztą tradycyjną lub telefonicznie.
 - f. informowanie kandydata na Uczestnika Projektu, który nie zakwalifikował się do udziału w projekcie i podanie przyczyn braku kwalifikacji, drogą e-mailową, pocztą tradycyjną lub telefonicznie.
13. Decyzja o nie zakwalifikowaniu kandydata do udziału w Projekcie wymaga uzasadnienia, jednak nie przysługuje od niej odwołanie.
14. Kryteria, które będą brane pod uwagę podczas selekcji kandydatów do Projektu:
 - w pierwszej kolejności: spełnienie kryteriów formalnych, o których mowa w § 4 ust.1.
 - w drugiej kolejności: kolejność zgłoszeń,
 - w trzeciej kolejności: motywacja do wzięcia udziału w sesjach Development Centre i programach rozwojowych, deklarowana dyspozycyjność czasowa.

§ 6. Zasady uczestnictwa w projekcie

1. Osoba zakwalifikowana do Projektu:
 - weźmie udział w bezpłatnych sesjach Development Centre,
 - skorzysta z bezpłatnego uczestnictwa w działaniach rozwojowych.
2. Obowiązkiem osób zakwalifikowanych do Projektu jest spełnienie wymogów uczestnictwa takich, jak:
 - dostarczenia wszystkich wymaganych oświadczeń, zaświadczeń i dokumentów związanych z realizacją Projektu w terminie wskazanym przez Projektodawcę (m.in. Deklaracja uczestnictwa w projekcie, Umowa udziału w projekcie), które będą udostępnione na stronie www.akademiahandlowa.pl i w siedzibie Projektodawcy,

- wzięcie udziału w całym procesie testowania,
 - każdorazowe potwierdzanie swojej obecności w działaniach przewidzianych w § 3 ust. 1, poprzez złożenie podpisu na liście obecności.
3. Nieusprawiedliwiona nieobecność w działaniach przewidzianych dla Uczestnika Projektu powyżej 20% absencji skutkuje skreśleniem danej osoby z listy uczestników Projektu oraz nałożą na nią obowiązek zwrotu 100% poniesionych kosztów udzielonego wsparcia.
 4. Projektodawca dopuszcza usprawiedliwienie nieobecności spowodowane chorobą lub ważnymi sytuacjami losowymi. Usprawiedliwienie jest dokonywane na podstawie zwolnienia lekarskiego lub innych dokumentów usprawiedliwiających jego nieobecność ponad poziom określony powyżej.
 5. Uczestnik Projektu jest uprawniony do przerywania uczestnictwa w Projekcie – bez obowiązku zwrotu kosztów poniesionych przez Projektodawcę – tylko w przypadku szczególnych okoliczności życiowych pod warunkiem niezwłocznego wyjaśnienia i poinformowania Projektodawcy o przerywaniu uczestnictwa na piśmie lub pocztą elektroniczną.
 6. W innych przypadkach, aniżeli wskazane w ust. 5 powyżej, rezygnacja z uczestnictwa w Projekcie może nastąpić na pisemny wniosek Uczestnika Projektu i za zwrotem poniesionych kosztów.
 7. Uczestnik wyraża zgodę na możliwość nieodpłatnego wykorzystania przez Projektodawcę w czasie trwania realizacji Projektu oraz w okresie następującym po okresie realizacji Projektu, wizerunku lub nagrania Uczestnika Projektu do celów związanych z monitoringiem, kontrolą i ewaluacją realizowanego Projektu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego oraz do celów marketingowych (katalogi, foldery i inne publikacje) pod warunkiem, że fotografia, nagranie zostało wykonane w trakcie trwania Projektu. Uczestnik, który nie wyrazi takiej zgody ma obowiązek powiadomić na piśmie o tym Beneficjenta Projektu podczas realizacji zdjęć/nagrań.

§ 7. Zasady monitoringu

1. Uczestnicy Projektu zobowiązani są do wypełniania ankiet ewaluacyjnych i monitorujących w trakcie uczestnictwa w Projekcie oraz po jego zakończeniu oraz udzielenia wywiadu monitorującego realizację i efekty działania Projektu.
2. Uczestnicy zobowiązani są o informowaniu Projektodawcy o ewentualnych zmianach swojej sytuacji zawodowej.
3. Uczestnicy projektu zobowiązani są do składania podpisów na listach dokumentujących przekazanie materiałów szkoleniowych, otrzymania poczęstunku itp.

§ 8. Polityka prywatności i poufności

Założenia dotyczące Projektu oraz związana z nim dokumentacja (w tym formularze zgłoszeniowe, dokumenty związane z rekrutacją, listy osób zakwalifikowanych itd.), poza informacjami udostępnionymi na stronie internetowej, są informacjami poufnymi, udostępnianymi na żądanie jedynie uprawnionym organom kontroli. Osobom zakwalifikowanym do Projektu przysługuje prawo wglądu jedynie do dokumentów dotyczących ich osoby. Zaznacza się jednocześnie, że złożone dokumenty (w tym formularze zgłoszeniowe) stanowią dokumentację Projektu i nie podlegają zwrotowi.

§ 9. Postanowienia końcowe

1. Regulamin Projektu jest udostępniony na stronie internetowej www.akademiahandlowa.pl.
2. Projektodawca zastrzega sobie prawo wprowadzenia zmian w niniejszym Regulaminie w przypadku, gdyby było to konieczne z uwagi na zmianę warunków realizacji Projektu, a także w przypadku, pisemnego zalecenia wprowadzenia określonych zmian ze strony Instytucji Pośredniczącej, bądź innych

organów lub instytucji uprawnionych do przeprowadzenia kontroli realizacji Projektu, lub w innych uzasadnionych przypadkach.

3. Projektodawca zastrzega sobie prawo zaprzestania realizacji Projektu w razie rozwiązania umowy o dofinansowanie Projektu.
4. Projektodawca zamieści informacje o wszelkich zmianach dotyczących zasad i warunków wsparcia na stronie internetowej www.akademiahandlowa.pl. Zmiany będą obowiązywały od dnia ich publikacji.
5. W przypadkach, o których mowa w ust. 1-2 powyżej Uczestnikowi Projektu nie przysługują żadne roszczenia odszkodowawcze, w szczególności wobec Projektodawcy.
6. W zakresie spraw nie uregulowanych w Regulaminie obowiązują Wytyczne oraz przepisy prawa w zakresie Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.
7. Niniejszy regulamin wchodzi w życie z dniem

5. Wzór broszury informacyjnej

Strona zewnętrzna

W zależności od zdiagnozowanego poziomu kompetencji miękkich będą rekomendowane następujące działania rozwojowe:



- Rekomendowany udział w szkoleniach i warsztatach.
- Rekomendowany udział w szkoleniach i warsztatach.
- Rekomendowany udział w treningach praktycznych i w coachingu.
- Rekomendowany udział w szkoleniach i warsztatach i treningach praktycznych.
- Rekomendowany udział w szkoleniach i warsztatach.

W zależności od zdiagnozowanego poziomu kompetencji twardych będą rekomendowane następujące działania rozwojowe:



- Ważny udział w sesjach coachingu oraz mentoringu w oparciu o case study
- Udział w treningach praktycznych (system case-study) oraz coaching/mentoring w oparciu o case study
- Rekomendowany udział w szkoleniach i warsztatach i treningach praktycznych na poziomie zaawansowanym.
- Rekomendowany udział w szkoleniach i warsztatach i treningach praktycznych na poziomie podstawowym.
- Rekomendowany udział w szkoleniach i warsztatach i treningach praktycznych na poziomie podstawowym.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Celestak - najlepsza inwestycja





Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Celestak - najlepsza inwestycja



Projekt realizuje Fundacja Gospodarcza w Gdyni w partnerstwie z Profirmą Sp. z o.o. oraz Regionem Gdańskim NSZZ „Solidarność”

Biuro projektu:
ul. Olimpijska 2
81-538 Gdynia
tel.: (58) 662 42 43, (58) 662 42 37
fax: (58) 662 59 85

Strona internetowa projektu:
www.akademiahandlowa.pl



Akademia Handlowa 50+

- Innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Broszura informacyjna dla uczestników procesu

Projekt realizowany jest w ramach
Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki
Priorytet IK
„Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach”
Działanie 9.2
„Podniesienie jakości i atrakcyjności szkolnictwa zawodowego”
















KAPITAŁ LUDZKI
Inicjatywa Europejskiej Unii

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.
Człowiek - najlepsza inwestycja



Akademia Handlowa 50+

– innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Głównym celem projektu jest opracowanie i przetestowanie innowacyjnego modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+ z województwa pomorskiego w zawodach: sprzedawca i przedstawiciel handlowy, w celu podniesienia ich adaptacyjności i mobilności zawodowej.

Proponowany innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych to:

- Precyzyjna ocena posiadanych kompetencji metodą Development Centre
- Indywidualizowana informacja zwrotna dotycząca luk kompetencyjnych
- Indywidualizowany proces rozwojowy
- Ponowna walidacja i certyfikacja kompetencji handlowych/sprzedawczych

Etapami modelu walidacji i uzupełniania kompetencji

Etap I - Badanie kompetencji metodą Development Centre (DC)
Jest to najbardziej zaawansowana metoda oceny potencjału kompetencyjnego. Udział w DC przynosi wysokie efekty w obszarze motywacji do rozwoju zawodowego oraz porządkuje wiedzę na temat posiadanych bądź brakujących kompetencji. Każdy z uczestników projektu weźmie udział w dwóch sesjach DC - oddzielnie dla kompetencji miękkich i twardych. Wyniki walidacji zostaną przedłożone na 5-stopniowej skali modelu, a następnie powstanie raport z badania, który będzie omawiany podczas indywidualnego spotkania.

Etap II - Realizacja działań rozwojowych, czyli opracowanie oferty edukacyjnej dostosowanej do 5-stopniowej skali oceny zastosowanej w modelu. Programy oraz formy edukacyjne są dostosowane do poziomów natężenia kompetencji oraz pragmatyki uczenia się osób dorosłych, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb osób 50+.

- lekcje-learningowe, uzupełniające luki w wiedzy,
- treningi praktyczne, uzupełniające luki w umiejętnościach,
- indywidualne sesje coachingu, które modelowały poziom kompetencji

Etap ten będzie wspierany poprzez doradztwo indywidualne celem utrzymania optymalnego poziomu motywacji. W procesie kształcenia rozwijane będą kompetencje, dla których zdiagnozowano luki, co umożliwi optymalizację procesu kształcenia i dostosowanie go do realnych potrzeb osoby uczącej się.

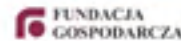
Etap III - Proces ponownej oceny kompetencji metodą Development Centre. Ma on stanowić podstawę do wystawienia certyfikatu, który w precyzyjny sposób określi profil kompetencji uczestnika. Model przewiduje wydanie certyfikatu w dwóch następujących trybach:


- Certyfikat wydawany jest na podstawie wyników uzyskanych w trakcie sesji Development Centre i zawiera opis zdiagnozowanych kompetencji.
- Certyfikat wydawany jest wraz z Suplementem - na podstawie wyników uzyskanych w trakcie sesji Development Centre i zawiera opis zdiagnozowanych kompetencji. Suplement uwzględni opis sindywidualizowanych działań rozwojowych, w których dana osoba brała udział.

Efekty dla uczestników procesu:

- rzetelna i pogłębiona weryfikacja poziomu posiadanych kompetencji handlowych/sprzedawczych,
- możliwość otrzymania certyfikatu potwierdzającego poziom posiadanych kompetencji nabytych poza formalnym systemem kształcenia,
- dostęp do indywidualizowanej oferty edukacyjnej, która skupia się na efektywności proponowanych programów odpowiadających w sposób punktowy na potrzeby edukacyjne zdiagnozowane w procesie walidacji,
- poszerzenie samoświadomości w zakresie posiadanych kompetencji rozumianych jako wypadkowa wiedzy, umiejętności i postaw,
- uaktywnienie motywacji do dalszego rozwoju zawodowego,
- wzrost świadomości i poczucia sensu podnoszenia kwalifikacji poprzez uczenie się przez całe życie,
- wzrost mobilności, adaptacyjności i atrakcyjności zawodowej grupy 50+ na rynku pracy,
- możliwość szybkiego i skutecznego przekwalifikowania, awansu zawodowego.







Dodatek B

Zestaw zadań diagnozujących kompetencje



1. Zestaw nr 1 zadań diagnozujących kompetencje miękkie – profil sprzedawcy

[Pobierz wersję MS-Word](#) 

Obsługa Klienta – Sklep RTV/AGD

Instrukcja dla Sprzedawcy – Uczestnika

Pracujesz jako sprzedawca w jednym ze sklepów ogólnopolskiej sieci detalicznej specjalizującej się w handlu sprzętem RTV/AGD. Oferujecie sprzęt audio-wideo, zmechanizowany sprzęt gospodarstwa domowego, laptopy i inny sprzęt komputerowy, sprzęt telekomunikacyjny, sprzęt fotograficzny oraz akcesoria.

Jest piątek wieczorem, do zamknięcia sklepu pozostało około godziny, ale to właśnie w tym czasie przychodzi najwięcej osób. Przygotuj się do potencjalnego spotkania z klientem, który być może zainteresowany jest kupnem telewizora. Poniżej znajdziesz najświeższą ofertę Waszego sklepu.

Rodzaje telewizorów

Telewizory kineskopowe

Są wykonane w technologii CTR. Królowały na polskim runku do początku lat 2000. Obecnie można je kupić już za 400 – 500 zł. Charakteryzują się słabą jakością obrazu. Są bardzo ciężkie i gabarytowo duże. Największa przekątna obrazu to 28 cali.

Telewizory LCD

Nowa technologia, wypierające tradycyjne telewizory. Charakteryzują się mniejszym wyglądem. Są zdecydowanie węższe niż tradycyjne odbiorniki. Wadą jest:

- niewielki kąt patrzenia na ekran, przy którym jakość obrazu pozostaje niezmienną – tzn. stojąc z boku nie widzimy ostrego obrazu,
- smużenie – przy szybkich obrazach (np. mecze, wyścigi) obraz będzie niejasny, zamazany.
- kolory są nienaturalne

Telewizor LCD nadaje się do:

- do małych mieszkań lub pomieszczeń (sypialnia, kuchnia), gdzie ograniczony metraż wymusza zakup telewizora o niewielkiej przekątnej ekranu – w przypadku LCD dostępne są ekrany nawet 19-calowe (maksymalnie 32 calowe).
- do nasłonecznionych mieszkań – duża jasność obrazu, jaką charakteryzują się odbiorniki ciekłokrystaliczne, sprawdzi się w jasnych pomieszczeniach
- gdy telewizor przeznaczony jest głównie do oglądania programów telewizyjnych w ciągu dnia
- gdy nie korzystamy z sygnału analogowego
- do wyświetlania obrazów statycznych, np. zdjęć

Egzemplarze można kupić już od 990 zł.

Telewizory LED

To odmiana telewizorów LCD. Stosowana jest inna technika podświetlania obrazu. Użytkownik dostaje lepszą jakość obrazu, wyraziste krawędzie. Nie ma też problemu smużenia oraz braku obrazu jeśli patrzy się pod kątem. Zdecydowaną zaletą telewizorów LED są duże przekątne obrazów (od 20 cali do nawet 55). Dodatkowo ten segment telewizorów jest nieustannie wzbogacany o nowości technologiczne: dostęp do Internetu, aplikacje internetowych, Wi-Fi, zdalnego sterowania, samodzielnego strojenia itp. Koszt telewizorów wynosi od 1200 zł do 6000 zł.

Najnowsze osiągnięcia w tym zakresie to tzw. inteligentne telewizory z możliwością nagrywania programów i dostępem do filmów on-line.

Telewizory LED 3D

Są to najnowszej generacji odbiorniki posiadające wszystkie zalety tradycyjnych telewizorów LED. Dodatkowo posiadają funkcję wyświetlania obrazu 3D. Ich cena zazwyczaj jest wyższa o około 30% od zwykłych LED.

Ważne terminy:

HD ready – to oznacza wysoką jakość obrazu, widoczne smugi i piksele

Full HD – oznacza bardzo wysoką jakość obrazu. Obraz niemal idealny

HDMI – najnowocześniejsze gniazda (wejścia) do telewizora. Dzięki nim podłączymy urządzenia takie jak kamera, DVD, aparat ze zdjęciami, komputer.

Wykaz aktualnych odbiorników telewizyjnych w waszej ofercie. Cena uzależniona jest od konkretnego modelu.

Marka	Sasung	Panoramix	Legimino	Lexbowo	Sbark
cena	od 1900	od 2500	od 1200	od 2990	od 3000
przekątne obrazu	37; 42	46	20 – 30	32	47 – 55
format	16:09	16:09	16:09	16:09	16:09
rozdzielczość	Full HD, HD Ready	Full HD	HD Ready	HD ready	HD Ready
ilość gniazd HDMI	4	2	2	2	brak
Technologia	LED, LCD	LCD	LED	LED	LCD
3D	TAK	Nie	w wybranych	TAK	TAK

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę z klientem.

Obsługa Klienta – Sklep RTV/AGD

Instrukcja dla Klienta – Asesora

Przychodzisz do sklepu RTV/AGD. Przymierzasz się do zakupu telewizora LED. Nie jesteś zdecydowany jaki egzemplarz chcesz kupić. Rozglądasz się po rynku, sprawdzasz ceny i możliwości techniczne sprzętu. Nie znasz się na tym, ale wiesz do czego będzie taki telewizor służył:

Kupujesz TV do salonu – około 25m²

Chcesz oglądać filmy w wysokiej jakości – HD

Słyszałeś, że technologia 3D jest niebezpieczna, ale jeszcze się nad nią zastanawiasz.

Chcesz, aby TV był multimedialny – aby łączył w sobie wiele, różnych technologii i gadżetów. Jednak nie znasz się na nich i trochę Cię przerażają. Chcesz, aby były głównie dla dzieci. W domu będzie tylko jeden telewizor, więc chcesz, aby miał funkcję nagrywania. Wtedy dzieci będą mogły oglądać swoje programy w innym czasie.

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę.

Wskazówki do odegrania scenki:

W trakcie rozmowy bądź reaktywny. Słuchaj pytań jakie zadaje sprzedawca, odpowiadaj na nie, ale tak, aby prowokowały do kolejnych pytań. Nie zdradzaj od razu swoich preferencji zakupowych (że chcesz VOD lub być może TV).

Bądź wybredny, niezdecydowany. Kilkakrotnie nie doprecyzuj swojej wypowiedzi, aby móc zdiagnozować czy uczestnik dopyta.

Staraj się niewerbalnie pokazać, że nie rozumiesz tego co do ciebie mówi, aby sprawdzić jak sobie radzi z monitorowaniem zrozumienia.

Opowiadaj różne anegdoty i dokonuj ocen innych firm i ich ofert. Powątpiewaj w możliwości złożenia dobrej oferty przez konsultanta. Zagaduj go. Staraj się, aby zdenerwować konsultanta, poirytować. Aby wzmocnić swój przekaz używaj sformułowań typu:

1. Eeee Pan to ma jakąś ciekawą ofertę. Konkurencja już dawno to ma!
2. A jest Pan pewien, że to tyle kosztuje?
3. Nie wydaje mi się, żeby to było dobre rozwiązanie dla mnie?
4. A jak by Pan się zachował, jakby dostał taką śmieszoną ofertę?
5. Pan w ogóle mnie nie słucha i nie reaguje na moje prawdziwe potrzeby.
6. Co ma Pan jeszcze dla mnie więcej?
7. Słaba ta oferta.

Niezadowolony klient – Dobry Bank

Instrukcja dla Sprzedawcy – Uczestnika:

Pracujesz jako konsultant w dziale obsługi klienta w banku „Dobry Bank”, który oferuje szybkie i tanie kredyty dla konsumentów.

Jest piątek wieczorem, za **20 minut** zamykacie, a właśnie przyszedł do ciebie klient, który twierdzi, że 2 dni temu podpisał z Wami umowę kredytową na 5000 pln, spełnił wszystkie wymagania, a tymczasem nie otrzymał pieniędzy mimo tego, że zgodnie z umową powinno to się stać w ciągu 12 godzin od podpisania umowy. Znasz tego klienta osobiście, bo przygotowywałaś dokumenty. Spodziewasz się, że rozmowa będzie bardzo niemiła. Ten klient korzysta z waszych usług już od 10 lat. Ma swoje konto, regularnie z niego korzysta. Dostyc często przychodził do oddziału z różnymi sprawami. Nawet jeśli były to z pozoru błahe temat – mocno się awanturował. Nawet przy wypełnianiu wniosku o ten kredyt zachowywał się bardzo arogancko i co chwila komentował różne sprawy. Wprowadzało to nerwową atmosferę. Nie znasz powodów dlaczego te pieniądze nie znalazły się na koncie klienta. Czasem pojawiają się przerwy techniczne, być może stąd to opóźnienie. Jak widzisz dokumenty są bardzo dobrze wypełnione, a kredyt przyznany właściwie. W placówce jesteś obecny tylko ty i inny Doradca Klienta. Kierownik jest na urlopie bez dostępu do telefonu. Czeka Cię trudna rozmowa.

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę z klientem.

Niezadowolony klient – Dobry Bank

Instrukcja dla Klienta – Asesora:

Od wielu już lat jesteś klientem firmy Dobry Bank. 10 lat temu założyłeś u nich konto indywidualne. W ostatnim tygodniu zdarzyła się okazja kupna wymarzonego samochodu po bardzo atrakcyjnej cenie. Zabrakło Ci 5 000 pln. Pomyślałeś – od czego mam swój bank?

Spotkałeś się z konsultantem w oddziale, który złożył Ci ofertę, przygotowałeś potrzebne dokumenty, zwołałeś się specjalnie z pracy, żeby podpisać umowę. W sobotę rano masz umówione spotkanie ze sprzedającym samochód. Chcesz dokonać transakcji jak najszybciej, ponieważ nieczęsto zdarza się taka okazja. Ponadto za tydzień wyjeżdżasz na urlop i chciałbyś jechać już nowym, bezpieczniejszym i wygodniejszym samochodem.

Wróciłeś/aś do domu w piątkowe popołudnie, włączasz komputer i nie masz pieniędzy na koncie... choć, zgodnie z umową powinny tam być już wczoraj.

To zajęcie bardzo cię zdenerwowało, sprawdzasz, że masz jeszcze 20 minut do zamknięcia placówki banku, czyli zdążysz wyjaśnić sprawę, a właściwie to chyba zrezygnujesz z ich usług. Na rynku pojawiło się dużo ciekawych i atrakcyjnych ofert.

Wskazówki do odegrania scenki:

W trakcie rozmowy używaj emocjonujących słów. Podważaj autorytet konsultanta. Aby uwiarygodnić rolę wściekłego klienta, używaj poniższych sformułowań:

- Podkreślaj, że jesteś rozsierdzony brakiem informacji
- *Rozumiem, że Pan tu nie pełni żadnej roli* (gdyby pracownik zastawiał się przełożonym) – próbujesz manipulować
- *Proszę zawołać kogoś kompetentnego* – próbujesz manipulować
- *To co Pan tutaj robi?*
- *Nie ma sensu dalej z Panem rozmawiać*
- *Pewnie Pan już otrzymał prowizję za ten kredyt* – próbujesz manipulować
- Użyj sformułowania „*To Pan jest niekompetentny!*”
- W trakcie rozmowy przejdź do obrażania („*Jest Pan niedouczony.*”, „*Gdzie Pan się szkolił?*”, „*Kto Pana szkolił?*”, „*Pan pewnie nie doczytał?*”, „*Jak Pan się uczył, że Pan tego nie wie.*”
- Żądasz spotkania z kierownikiem, kiedy uzyskujesz informacje, że jest nieobecny, żądasz rozmowy telefonicznej – „*Nie wyjdę z stąd dopóki nie porozmawiam z kierownikiem.*”
- Twoje oczekiwania (jeśli pracownik dopyta) – na jutro chcesz mieć pieniądze, chcesz zadośćuczynienia tego, że musiałeś się udać osobiście do placówki
- *Jak mi Pan zagwarantuje, że pieniądze będą jutro na koncie?*

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę.

Reklamacja

(zadanie pisemne papier-ołówek)

Imię i nazwisko:

Za chwilę przeczytasz historię, która wydarzyła się w jednej z sieciowych stacji benzynowych punktów. Klient składał reklamację. Twoim zadaniem będzie zapoznanie się z opisem a następnie opisać jak w takiej sytuacji zachowałby się, gdyby przyszło Ci rozmawiać z takim klientem.

Oto historia:

Artur tankował we Wrocławiu na stacji benzynowej, przy ulicy Powstańców. Jego samochód to jego chluba – sam na niego zapracował. Nowa skoda SuperB! Bardzo o niego dbał i starał się, aby nic złego mu się nie stało. Na wspomnianej stacji benzynowej paliwo jest tankowane przez specjalnego pracownika. Pyta on za jaką kwotę na zatankować oraz jaki rodzaj paliwa. Właściciel auta może od razu iść do kasy. Tak też się stało w przypadku Artura. Kiedy przyszła jego kolej zapłacił za paliwo i kilka innych drobiazgów, które nabył w międzyczasie. Czekał jeszcze na gorący posiłek, dlatego nie od razu wyszedł do auta. Ruch był niewielki, więc spokojnie mógł zostawić swój samochód na stanowisku do tankowania.

Kiedy wrócił do swojego auta zauważył, że po stronie kierowcy jest bardzo duża rysa. Na pewno jej nie było przed przyjazdem na stację, ponieważ wcześniej był w myjni i samodzielnie docierał boki. Nie mógł się mylić! Ktoś porysował jego samochód! Obejrzał go dokładnie i niczego więcej nie zauważył. Na placu nie było żadnego pracownika, do którego mógł się zwrócić z pytaniem co się stało. Wrócił do kas i poprosił o rozmowę z pracownikiem, który obsługiwał jego samochód. Kasjer zapytał w jakiej sprawie chce rozmawiać. Jego ton niby był uprzejmy, ale Artur poczuł się jakby miał się wytłumaczyć. Powiedział, że ktoś porysował jego samochód i chce rozmawiać z osobą, która go obsługiwała. Kasjer (obsługując innego klienta) powiedział, że ma poczekać i zaraz ktoś do niego przyjdzie. Jednak dalej nie przekazał nikomu tej informacji – obok pracowały jeszcze dwie osoby. Nikt jednak nie poszedł po pracownika, tylko spoglądali to na siebie to na Artura i komentowali coś po cichu między sobą. Po chwili Artur poprosił, aby ktoś jednak wskazał mu tego pracownika ponieważ chce tę sprawę załatwić od razu. Na to zareagowała kolejna osoba mówiąc, że kolega teraz pewnie ma przerwę skoro go nie ma na placu. Powiedział, aby poszedł na plac i sam zapytał innych pracowników. Wskazał jednocześnie na auto i kazał (tak to odczuł Artur) aby przestawił samochód, ponieważ ruch się zwiększył i auto blokowało dystrybutor. Artur próbował spokojnie wytłumaczyć raz jeszcze co się stało i auto nie może być jeszcze ruszane, bo chce to wyjaśnić. Ale widział, że nikt go nie słucha a pracownicy jakby celowo mówią głośniej do innych klientów, nie zwracając uwagi na niego.

Zastanów się, jakie błędy popełnili pracownicy stacji benzynowej? Co można zmienić w ich postawie na przyszłość? Jak mogła wyglądać wzorcowa rozmowa pracowników z tym klientem?

Drukarnia

(zadanie grupowe)

Prowadzący rozdaje i czyta instrukcję

Podkreśla, że celem jest jak największy **zysk dla firmy**

Instrukcja dla Uczestników

Jesteście zespołem pracowników Drukarni. Zamawiający chce złożyć zamówienie w Waszej Drukarni, która specjalizuje się w produkcji kartek okolicznościowych. Zamawiający oczekuje, aby pracownicy Drukarni:

Zadanie 1.

Sami zdecydowali w ciągu 15 minut:

1. Ile kartek okolicznościowych wyprodukują w określonym czasie 15 minut
2. Zdeklarowali jakie rodzaje kartek będą produkować.

Uwaga – Zamawiający oczekuje, że wyprodukowane zostaną przynajmniej 2 rodzaje kartek.

Rodzaje kartek okolicznościowych, jakich oczekuje Zamawiający (do wyboru przez pracowników Drukarni):

- Kartki na Boże Narodzenie
- Kartki imieninowe
- Kartki na chrzciny
- Kartki ślubne

Zadanie 2.

Kolejnym zadaniem dla pracowników Drukarni będzie przygotowanie okolicznościowych kartek. Zamawiający oczekuje, że w ciągu wspomnianych w punkcie 1. – 15 minut zostaną wyprodukowane kartki okolicznościowe w określonej wcześniej ilości.

Warunki, które należy spełnić: kartka musi być złożona na pół, przez co tworzą się 4 strony. Na pierwszej ma być obrazek, oczywiście związany z tematyką kartki, obrazki nie mogą się powtarzać. Na trzeciej stronie ma być tekst okolicznościowy, rymowany, oczywiście też nie może się powtarzać, na czwartej stronie ma być logo „firmy” uzgodnione przez pracowników, ma być w kółku na górze strony.

Zamawiający zakupi w Drukarni kartki, które będą spełniały powyższe warunki za kwotę 50 PF za każdą z kartkę

Na zakup niezbędnych do produkcji narzędzi i surowców grupa ma 150 PF.

Narzędzia i surowce można kupić w Centrali.

- Białe kartki A4 – 10 PF za sztukę
- Kolorowe kartki A4 – 10 PF za sztukę
- Komplet kredek + temperówka – 10 PF za sztukę
- Ołówki – 10 PF za sztukę
- Klej – 10 PF za sztukę
- Nożyczki – 10 PF

Prowadzący po 10 minutach czyta dalszą instrukcję – Dodatkowa instrukcja

Instrukcja dla Uczestników

Zamawiający postanowił jednak zmienić warunki zamówienia:

Oczekuje teraz, że oprócz produkowanych już kartek wyprodukowane zostaną dodatkowo kolejne kartki. Pracownicy Drukarni mogą sami zdecydować

- Ile kartek wyprodukują w dodatkowym czasie 10 minut
- Jakiego rodzaju kartek będą produkować

Rodzaje kartek okolicznościowych, jakich oczekuje Zamawiający (do wyboru przez pracowników Drukarni):

- kartki na Wielkanoc
- kartki urodzinowe na 18 – ste urodziny
- kartki na komunię

Na podjęcie decyzji pracownicy Drukarni mają 5 minut.

Na produkcję kartek pracownicy Drukarni mają 10 minut.

Warunki, które należy spełnić: kartka musi być złożona na pół, przez co tworzą się 4 strony. Na pierwszej ma być obrazek, oczywiście związany z tematyką kartki, obrazki nie mogą się powtarzać. Na trzeciej stronie ma być tekst okolicznościowy, rymowany, oczywiście też nie może się powtarzać, na czwartej stronie ma być logo „firmy” uzgodnione przez pracowników, ma być w kółku na górze strony.

Zamawiający zakupi w Drukarni kartki, które będą spełniały powyższe warunki za kwotę 50 PF za każdą z kartkę

Prowadzący rozdaje instrukcję i czyta.

Po 15 minutach od rozpoczęcia 2 części zadania:

Instrukcja dla Uczestników

Zamawiający w związku z pilną informacją, że UEFA chce podziękować wszystkim za współpracę przy organizacji Euro2012 w rocznicę organizacji uroczystości zamawia dodatkowo 5 kartek okolicznościowych w Waszej Drukarni. Ponieważ Zamawiający z doświadczenia wie, że pracownicy waszej Drukarni są bardzo twórczymi osobami zleca Wam **zaprojektowanie dodatkowych kartek**.

Musicie wspólnie ustalić, jakie projekty kartek zostaną przedstawione Zamawiającemu.

Jeden z Was zostanie zaproszony przez Zamawiającego, żeby wspólnie z nim zaprezentować projekty kartek. Zamawiający sam zdecyduje, kto z pracowników Drukarni będzie prezentował projekty.

Przedstawiciel UEFA podejmie ostateczną decyzję o masowej produkcji kartek. Dla Was, ale i dla Zamawiającego zwiastuje to duży zysk. Zamawiający bardzo na Was liczy. Od Waszej pracy zależy duży kontrakt.

Warunki, które należy spełnić: kartka musi być złożona na pół, przez co tworzą się 4 strony. Na pierwszej ma być obrazek, oczywiście związany z tematyką kartki, obrazki nie mogą się powtarzać. Na trzeciej stronie ma być tekst okolicznościowy, rymowany, oczywiście też nie może się powtarzać, na czwartej stronie ma być logo „firmy” uzgodnione przez pracowników, ma być w kółku na górze strony.

Zamawiający będzie czekał na projekty kartek 10 minut.

Złożone zamówienie wstrzymuje zamówienia poprzednio złożonego przez Zamawiającego.

Zamawiający zapłaci za 5 projektów – 100 PF.

2. Zestaw nr 2 zadań diagnozujących kompetencje miękkie – profil sprzedawcy

Pobierz wersję MS-Word 

Obsługa Klienta – Sklep turystyczny

Instrukcja dla Sprzedawcy – Uczestnika

Pracujesz jako sprzedawca w jednym ze sklepów ogólnopolskiej sieci detalicznej specjalizującej się w handlu odzieżą sportową i turystyczną. Oferujecie również obuwie, sprzęt turystyczny, plecaki oraz inne akcesoria.

Jest piątek wieczorem, do zamknięcia sklepu pozostało około godziny, ale to właśnie w tym czasie przychodzi najwięcej osób. Przygotuj się do potencjalnego spotkania z klientem, który być może zainteresowany jest kupnem odzieży. Poniżej znajdziesz najświeższą ofertę Waszego sklepu.

Rodzaje odzieży

- Kurtki w tym: zimowe, letnie, przeciwdeszczowe, do biegania, całoroczne, 3 w 1 ocieplane, narciarskie
- Polary i bluzy
- Bielizna sportowa
- Spodnie
- Nakrycia głowy
- Skarpety

Posiadacie produkty dla kobiet, mężczyzn i dzieci.

Kurtka narciarska Rossiniol

Dane techniczne:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Skład: 100% poliester • Rossiniol Expert 10.000 <ul style="list-style-type: none"> – wodoodporność 10.000 mm H₂O – oddychalność 10.000 g/m² – wiatroszczelność • Wypełnienie Thinsulae Insulation <ul style="list-style-type: none"> – korpus: 150 g – rękawy: 100 g • Kieszenie zewnętrzne: <ul style="list-style-type: none"> – kieszenie boczne podszyte microfleece – kieszeń na piersi z mikrofibrą do gogli – kieszeń na skipass • Kieszenie wewnętrzne: <ul style="list-style-type: none"> – siatkowa kieszeń na gogle – głęboka kieszeń z wyjściem audio – kieszeń na telefon • W lewej kieszeni dolnej odpinany brelok • Prawa kieszeń dolna przykryta klapą na za-trzask i rzep | <ul style="list-style-type: none"> • Zgrzewane termicznie szwy • Luźny krój Freeride • Wydłużony tył • Wcięcie w talii • Profilowane rękawy • Wentylacja pod pachami • Odpinany kaptur z daszkiem • Regulacja 3D kaptura • Chowana w kołnierzu garda kaptura • Kołnierz podszyty microfleece • Pas przeciwśnieżny • Wewnętrzna listwa przyzamkowa • Ochroniacz brody • Regulowany dolny obwód • Mankiety regulowane na rzepy • W mankietach wewnętrzne ściągacze z Lycry • Zamki YKK • Wygodne uchwyty zamków • Elementy odblaskowe |
|--|---|

Opis:

Kurtka nie tylko na stok, ale i na co dzień. Rossinol to zimowa kurtka narciarska dla Pań skrojona z myślą o damskiej anatomii. zapewnić maksymalny komfort, nieograniczoną swobodę ruchów, ochronę przed zimnem i niezawodność bez względu na panujące warunki.

Kurtka biegowa Nika**Dane techniczne:**

<ul style="list-style-type: none"> • Materiał: 100% poliester • Oddychalność 2000 • Kieszenie zewnętrzne: – 2 kieszenie boczne z pionowymi zamkami • Odpinany kaptur z regulacją • Profilowany krój • Duże panele wentylacyjne na bokach kurtki • Dwukierunkowy zamek główny 	<ul style="list-style-type: none"> • Wewnętrzna listwa przyzamkowa • Ochraniacz brody • Rękawy wykończone elastyczną lamówką • W mankietach wstawki wentylacyjne • Dolny obwód regulowany wewnętrznym ściągaczem • Przedłużony tył • Zamki YKK
---	--

Opis:

Z tą kurtką nie trzeba przejmować się pogodą. Codzienny trening biegowy w mgliste wieczory i poranki, jesienne mżawki czy wiosenny deszcz jest możliwy.

Kurtka jest lekka i ma profilowany krój, dzięki czemu klient ma pełną swobodę ruchów. Jest znakomicie wentylowana, posiada odpinany kaptur, który precyzyjnie można regulować i dopasowywać.

Kurtka 3 w 1 Jack Wolfjack

Dane techniczne:

<p>Korpus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • oddychalność: 9.000 g/m²/24h • wodoodporność: 6 000 mm H₂O • skład: 100% poliamid • Ramiona, rękawy, dolna część pleców: <ul style="list-style-type: none"> – oddychalność: 9.000 g/m²/24h – wodoodporność: 10 000 mm H₂O – skład: 100% poliamid • Kieszenie zewnętrzne: <ul style="list-style-type: none"> – 2 kieszenie boczne – kieszeń na piersi • Kieszenie wewnętrzne: <ul style="list-style-type: none"> – ukryta kieszeń • Odpinany kaptur <ul style="list-style-type: none"> – regulacja wielkości i pola widzenia – wzmocniony daszek • Wentylacja pod pachami zamykana na zamek • Waga: 1250 g (przykładowy rozm. M) 	<p>Odpinany polar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiał: Nanuk <ul style="list-style-type: none"> – klasyczna strona zewnętrzna z welurowego polaru – strona wewnętrzna przypominająca owczą wełnę – skład: 100% poliester • Wstawki na bokach: bi-elastyczny polar Nanuk <ul style="list-style-type: none"> – gładka strona zewnętrzna z jersey'u – polarowa strona wewnętrzna – skład: 94% poliester, 6% elastan • Miękka podszewka rękawów z mikrowłókna • Kieszenie zewnętrzne: <ul style="list-style-type: none"> – 2 kieszenie boczne
---	--

Opis:

Kurtka łączy w niepowtarzalny sposób łączy miękkość materiału z wytrzymałością i wysokimi parametrami. Kombinacja lekkiej kurtki trekkingowej z ciepłym polem daje dużą wszechstronność, przez cały sezon można być perfekcyjnie przygotowanym na każde warunki. Idealne dopasowanie, wygoda, funkcjonalność, pełna swoboda ruchów to cechy, dzięki którym kurtka jest niezastąpiona na górskim szlaku i w codziennym noszeniu.

Kurtka przeciwdeszczowa Bruwi

Dane techniczne:

<ul style="list-style-type: none"> • Skład: 100% poliamid • Membrana: By-Tex 1 500 <ul style="list-style-type: none"> – wodoodporność 1 500 mm H₂O – oddychalność 1 500 g/m² – wiatroszczelność • Wcięcie w talii • Kieszenie boczne • Chowany w kołnierzu kaptur • Regulacja kaptura 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaptur z siatkową podszewką • Zewnętrzna listwa <ul style="list-style-type: none"> – zapięcie: rzepy, górny i dolny zatrzask • Regulacja dolnego obwodu • Mankiety wykończone ściągaczami • Woreczek do schowania kurtki <ul style="list-style-type: none"> – wymiary spakowanej kurtki: ok. 20 x 10 cm (dł. x śr.) • Elementy odblaskowe
--	--

Opis:

Klasyczna kurtka przeciwdeszczowa adresowana osobom szukającym zabezpieczenia przed nagłymi zmianami warunków pogodowych. Kurtka szczególnie dobrze sprawdzi się w podróży – jest lekka i po złożeniu zajmie Ci bardzo mało miejsca w bagażu – gdy nie jest używana, schować ją możesz do zamykanego ściągaczem ze stoperem woreczka, którego wymiary to zaledwie 20x10 cm.

Doskonale spełni swoją rolę jako warstwa chroniąca przed deszczem i wiatrem przy jednoczesnym zachowaniu oddychalności materiału. Kurtka posiada kieszenie boczne, rolowany kaptur z siatkową podszewką oraz lamówki odbłaskowe.

Kurtka 3w1 Kampu**Dane techniczne:**

<ul style="list-style-type: none"> • Skład: <ul style="list-style-type: none"> – materiał zewnętrzny: 100% nylon – podszewka: 100% poliester • Membrana: TecProof 5000 <ul style="list-style-type: none"> – oddychalność – wiatroszczelność – wodoodporność • Klejone szwy • Ochroniacz brody • Zewnętrzna listwa przyzamkowa • Podwójny ściągacz u dołu 	<ul style="list-style-type: none"> • Kieszenie zewnętrzne: 3 <ul style="list-style-type: none"> – dwie boczne – napoleonka zasuwana laminowanym zamkiem • Kieszenie wewnętrzne: 2 • Regulowany, odpinany kaptur • Mankiety regulowane na rzep • Siatkowa podszewka • Otwory wentylacyjne pod pachami • Podpinka: polar <ul style="list-style-type: none"> – skład: 100% poliester – 2 kieszenie boczne – napoleonka
--	---

Opis:

To damska kurtka wykonana z materiału TecProof. Kurtka doskonale się nosi, jest lekka i ciepła, a dzięki wpinanemu polarowi sprawdzi się właściwie przez cały rok. Z zewnątrz kurtka prezentuje się bardzo dobrze, a jej szereg funkcjonalności doceni każda użytkowniczka. Kurtka posiada 3 kieszenie zewnętrzne, w tym jedną z laminowanym zamkiem o podwyższonej wodoodporności.

Kurtka posiada podwójny ściągacz u dołu, który umożliwia jej świetne dopasowanie do ciała, tak by uchronić przed dostawaniem się zimnego powietrza od spodu. Kurtka jest wykonana solidnie i precyzyjnie. Kurtkę wyposażono w regulowany, odpinany kaptur.

Dopinany do kurtki polar znacznie podnosi izolację termiczną zapewniając świetną ochronę nawet przy bardzo niskich temperaturach. W polarze są 3 kieszenie zewnętrzne. Oczywiście polar można nosić osobno jako wierzchnia warstwa ubioru.

Kurtka narciarska damska Hi-Tehi

Dane techniczne:

<ul style="list-style-type: none"> • Materiał: 100% Poliester • Membrana Tecproof 5 000 <ul style="list-style-type: none"> – wodoodporność: 5 000 mm H₂O – oddychalność: 5 000 g/m² – wiatroszczelność • Kieszenie zewnętrzne: 2 + 1 <ul style="list-style-type: none"> – kryte kieszenie dolne • Kieszenie wewnętrzne: 2 + 2 <ul style="list-style-type: none"> – obustronne kieszenie siatkowe (np. na gogle) – obustronne pionowe kieszenie zapinane zamkami • Anatomicznie dopasowany do kobiecej sylwetki krój • Profilowane rękawy • Wydłużony tył 	<ul style="list-style-type: none"> • Klejone szwy • Wewnętrzna ocieplina • Zewnętrzna listwa przyzamkowa (zapinana na rzepy i zatrzaski) • Wewnętrzna listwa przyzamkowa • Ochraniacz brody • Odpinany pas śniegowy • Odpinany kaptur z daszkiem • Chowana w kołnierzu garda • Zabezpieczona siatką wentylacja pod pachami • Wewnętrzne ściągacze w rękawach • Regulowane rzepami mankiety • Wewnętrzny ściągacz dolny
---	--

Opis:

Kurtka gotowa na każdy stok. Membrana z laminowaną z grubym, ale jednocześnie lekkim nylonem zapewnia wyborne parametry w zakresie wodoodporności, oddychalności i wiatroszczelności. Kurtka zaawansowana technicznie, bogata w liczne funkcjonalne rozwiązania maksymalizujące komfort użytkownika. Stworzona do sportów zimowych, idealna także jako codzienna kurtka w zimne dni.

Anatomicznie dopasowany krój gwarantuje pełną swobodę ruchów i akcentowanie sylwetki. Odpinany kaptur z daszkiem z łatwością założyć można na kask narciarski. Dostosować go można indywidualnie i precyzyjnie za pomocą regulacji. Skutecznie chroniącą przed porywistym wiatrem na stoku, czy w mieście gardę chowa się i przypina do kołnierza. Kurtkę rozpiną dwukierunkowy kryty listwą na rzepy i zatrzaskiem zamek z uchwytem na sznurku, który łatwo złapać można w grubej rękawicy narciarskiej. Kurtka z wewnętrzną ociepliną oraz odpinanym pasem śniegowym.

Para zamykanych zamkami, klasycznych kieszeni zewnętrznych krytych listwą wspomaganą jest laminowaną kieszenią na lewej piersi. Wewnątrz kurtkę zaopatrzone w kieszenie – siatkową oraz mniejszą na zamek po obu stronach.

Ważne terminy:

Zamki YKK – to tekstylne zamknięcia bardzo wysokiej jakości. Charakteryzują się twórczymi rozwiązaniami i perfekcją wykonania. Są wytrzymałe na rozerwania, obciążenia i korozje. YKK to symbol skuteczności działania i dbałości o najdrobniejsze detale.

Napoleonka – kieszeń na piersi.

Wykaz aktualnych kurtek w waszej ofercie. Cena uzależniona jest od konkretnego Modelu.

Marka	Rossiniol	Nika	Jack Wolfjack	Bruwi	Kampu	Hi - Tehi
Rodzaj kurtki	Ocieplane, Zimowe, Narciarskie	Do biegania	Każdy	Przeciwdeszczowa	Każdy	Każdy
Kolorystyka	Różowa, Czerwona, Khaki, Biała, Bordowa, Brązowa	Czarne, Zielone, Czerwone	Czerwona, Fioletowa, Jaskrawy Róż, Jaskrawy Zielony	Wzory w kolorach zielono-czarne, niebiesko- czarna, czerwono- czarne	Każdy	Zielony, Różowy, Pomarańczowy, Brązowy, Beżowy, Bordowy
Cena	Od 760	Od 129	Od 550	Od 89	Od 780	Od 699

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę z klientem.

Obsługa Klienta – Sklep turystyczny

Instrukcja dla Klienta – Asesora

Przychodzisz do sklepu z odzieżą turystyczną i sportową. Przymierzasz się do zakupu kurtki turystycznej. Nie jesteś zdecydowany jaki egzemplarz chcesz kupić. Rozglądasz się po rynku, sprawdzasz wzory, ceny i możliwości techniczne. Nie znasz się na tym, ale wiesz do czego będzie taka kurtka służyła.

Zamierzasz w tym roku wyjechać po raz pierwszy na narty. Poszukujesz kurtki dla siebie (jeśli Asesor jest kobietą) lub dla żony (jeśli Asesor jest mężczyzną).

Nigdy nie jeździłeś na nartach (twoja żona również nie jeździła na nartach). Chcesz spróbować, ale nie wiesz czy to będzie sport dla ciebie. Nie chcesz inwestować w strój jedynie przeznaczony do jazdy na nartach. Spodnie już masz – pożyczyłaś od koleżanki, a teraz rozglądasz się za kurtką.

Chcesz, żeby kurtka była dopasowana. Masz już jedną kurtkę, którą kupiłaś 10 lat temu. Była to kurtka z polarem, typu 3 w 1. Wtedy nie było jeszcze wzorów dopasowanych. Stara kurtka jest już mocno zniszczona. Ale byłaś zadowolona z jej jakości. Była to kurtka Jack Wolfjack. Jeśli nic ci się nie uda kupić to na te pierwsze w życiu narty pojedziesz w starej kurtce.

Przeznaczyłaś na ten zakup około 500 zł.

Ostatnio ktoś ze znajomych kupił kurtkę Kampu i nosił ją do pracy i niestety przemokła mu podczas pierwszej jesiennej ulewy.

Zależy ci na tym, że jeśli zdecydujesz się kupić kurtkę to, aby kurtka służyła ci na długie lata i nie była przeznaczona jedynie na narty.

Zależy ci na tym, że jeśli nawet uda ci się dziś kupić kurtkę to jeśli się rozmyślisz, albo stwierdzisz, że źle w niej wyglądasz to będziesz mogła ją zwrócić. (Podobnie mąż dla żony – jeśli kupi prezent to będzie mógł zwrócić go).

Kolory które lubisz (lubi żona): pomarańczowy, zielony, bordowy, ale jedno jest pewne nie różowy.

Wskazówki do odegrania scenki:

W trakcie rozmowy bądź reaktywny. Słuchaj pytań jakie zadaje sprzedawca, odpowiadaj na nie, ale tak, aby prowokowały do kolejnych pytań. Nie zdradzaj od razu swoich preferencji zakupowych – że jedziesz pierwszy raz na narty i nie chcesz kupować typowej kurtki narciarskiej.

Bądź wybredny, niezdecydowany. Używaj sformułowań typu:

- *Ta kurtka ma zbyt małą wytrzymałość. Na pewno przemoknie.*
- *To drożyzna!*
- *Za tą cenę oczekuję lepszej jakości.*
- *Takie parametry ma kurtka którą kupiłam 10 lat temu. Nic lepszego Państwo nie macie?*
- *Nie wydaje mi się, żeby ta kurtka spodobała się mojej żonie.*
- *Nie wiem czy będzie pasowała do tych spodni.*
- *Zamki się zacinają*
- *Ta kurka ma niedopasowany krój, zbyt małe wcięcie w talii*
- *Pan w ogóle mnie nie słucha.*
- *Co jeszcze może mi Pan zaoferować?*
- *Na pewno można kupić kurtkę taniej w internecie.*
- *Zamki nie są wodoszczelne.*
- *Kolor mi się nie podoba.*

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę.

Niezadowolony klient – Hotel Irys

Instrukcja dla Sprzedawcy – Uczestnika

Pracujesz jako Specjalista ds. Obsługi Klienta w hotelu Irys. Jest on położony nad jeziorem w turystycznej miejscowości na Mazurach. Specjalizujecie się w obsłudze klienta biznesowego. Z waszych usług korzystają przede wszystkim klienci korporacyjni. Odbывают się u was wszelkiego rodzaju konferencje, bankiety, szkolenia i wyjazdy integracyjne.

Sam budynek hotelowy jest w ciekawej architekturze międzywojennej. Ostatnio dobudowaliście duży taras z widokiem na jezioro. W okresie zimowym jest on obudowywany i zadaszony szklanymi płytami, dzięki czemu powstaje cieplarnia. Tereny należące do hotelu są rozległe, w dużej części zalesione. Możecie pochwalić się również pięknymi ogrodami i terenami rekreacyjnymi. Oprócz tego jest jeszcze zespół saun oraz mini SPA – dla tych gości, co chcą mniej aktywnie wypoczywać.

Twoje zadanie jako specjalisty polega przede wszystkim na obsłudze klientów z zachowaniem jak najwyższej jakości świadczonych usług. Wiesz, że masz ograniczone możliwości w zakresie samodzielnego udzielania rabatów klientom.

Właśnie rozpoczynasz swoją popołudniową zmianę. Otrzymałeś/łaś informację od koleżanki z poprzedniej zmiany, że wasz stały klient z firmy Floralex jest niezadowolony w waszej obsłudze i będzie chciał z Tobą o tym porozmawiać.

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **10 minut** na rozmowę.

Niezadowolony klient – Hotel Irys

Instrukcja dla Klienta – Asesora

Jesteś pracownikiem firmy Floralex. Zajmujecie się hodowlą i sprzedażą na szeroką skalę ciętych kwiatów, sami również tworzycie nowe szczepy i odmiany. Często dla swoich przedstawicieli handlowych organizujecie różnego rodzaju szkolenia. Raz do roku organizujecie również targi, na których potencjalnym kontrahentom prezentujecie nowe odmiany kwiatów.

Jednym z twoich zadań w firmie jest zabezpieczanie zarówno szkoleń jak i targów od strony organizacyjnej. Właśnie zorganizowałeś spotkanie dla klientów w Hotelu Irys na Mazurach. Od rana jesteście w Hotelu na zorganizowanej konferencji połączonej z pokazami nowych odmian roślin. Hotel dopuścił się poważnych uchybień.

Między innymi:

- Mimo, iż rezerwowane były konkretne pokoje dla konkretnych osób, w rzeczywistości były one przydzielane losowo, a dwie osoby będą spały na dostawkach, bo zbrakło pokoi, chociaż wcześniej podałeś planowaną liczbę gości.
- Hotel nie poinformował cię też, że w trakcie twojego pobytu zostały zorganizowane jeszcze 2 inne spotkania: konferencja dla klientów branży samochodowej oraz szkolenie dla pracowników ministerstwa.
- Otrzymaliście mniejszą niż zamawiałeś salę konferencyjną chociaż prosiłeś o największą i uzgadniałeś jej powierzchnię ponieważ potrzebowaliście jej żeby zrobić dużą prezentację najnowszych hodowli kwiatów.
- Na konferencji brakowało napojów (wody, soków), nie wspominając już o kawie.
- Serwowane kanapki podczas pierwszej przerwy były małe, a ich liczba daleko odbiegała od ustalonej.
- Pożyczone od hotelu rzutniki i sprzęt nagłośnieniowy były bardzo stare, ciągle się psuły, co szczególnie cię zdenerwowało.
- Gdy zwracałeś uwagę kelnerom nie reagowano tak jak sobie tego życzyłeś.
- Z półgodzinnym opóźnieniem podano obiad, nie uprzedzając Was o tym wcześniej.
- Wpłaciłeś już zaliczkę, która była równowartością planowanych 50% kosztów całej konferencji
- W obecnej sytuacji nie zamierzasz zapłacić pozostałych 50% kosztów.
- Czekać już pół godziny na kolację, idziesz do recepcji porozmawiać z obsługą hotelu.

Żądasz, aby natychmiast podano kolację. Informujesz, że nie zapłacisz za pobyt w hotelu. Oczekujesz, że na następny dzień otrzymasz największą salę konferencyjną. Że obsługa przeniesie wszystkie umieszczone w mniejszej Sali konferencyjnej rośliny. Żądasz, żeby zaproponowano coś co uatrakcyjni wasz pobyt, tym bardziej, że dochodzą do ciebie głosy niezadowolonych klientów, którzy przyjechali na wystawę organizowaną przez twoją firmę.

Na rozmowę nie możesz mu poświęcić więcej niż **10 minut**. Spieszysz się aby dotrzymać towarzystwa i tak już podenerwowanym klientom.

Wskazówki do odegrania scenki:

- Podkreślaj, że jesteś rozsierdzony całością spraw
- *Co Pan/Pani zrobił, żeby kolacja została już podana? To za mało, żądam, żeby kolacja została już wniesiona na salę.*
- *Proszę o rozmowę z kimś kompetentnym.*
- *Nie szanujecie nas jako Klienta*
- *Co Pan/Pani zrobił w mojej sprawie?*
- *Jak Pan/Pani mi zrekompensuje poniesione straty?*
- *Nie ma sensu dalej z Panem/Panią rozmawiać*

Masz **20 minut** na przygotowanie się do spotkania oraz **10 minut** na rozmowę.

Reklamacja

(zadanie pisemne papier-ołówek)

Imię i nazwisko.....

Za chwilę przeczytasz historię, która wydarzyła się w jednym punkcie obsługi klienta sieci komórkowej. Klient składał reklamację. Będzie to opis kilku spotkań i rozmów pracownika punktu z klientem. Twoim zadaniem będzie zapoznanie się z opisem a następnie opisać jak w takiej sytuacji zachowałbyś się, gdyby przyszło Ci rozmawiać z takim klientem.

Oto historia:

Kupiłem Internet bezprzewodowy w atrakcyjnej cenie na okres 16 miesięcy. W ofercie był modem internetowy japońskiego producenta. Przedstawiciel sieci komórkowej w punkcie obsługi zachwalał ten Modem jako bezawaryjny i bardzo dobrze się sprawujący w użytkowaniu.

Po dwóch miesiącach od podpisania umowy prędkość Internetu znacząco spadła do 40% deklarowanej, minimalnej prędkości. Po przemyśleniu sprawy postanowiłem pojawić się w punkcie obsługi, aby zareklamować usługę.

Po pojawieniu się w punkcie zobaczyłem grupę ludzi, prawdopodobnie klientów. Trzy stanowiska były zajęte – tam klienci załatwiali swoje sprawy. Byłem 3 w kolejce. Uznałem, że w ciągu najbliższych minut będę mógł swoją sprawę załatwić. Jednak po 20 minuta nich się nie zmieniło. Nadal byłem 3 w kolejce, a osoby przede mną też się niecierpliwiły. Nikt się nami nie zajmował, pomimo, że dwóch przedstawicieli sieci przechadzało się po salonie. Oni jednak rozdawali ulotki i rozmawiali z osobami przystającymi na chwilę w drzwiach. My jako stali klienci mieliśmy czekać w kolejce. Czekając na swoją kolejkę (coś się przede mną ruszyło, już byłem jedynym oczekującym)przeczytałem już wszystkie ulotki. Dowiedziałem się, że oferta z moim modemem jest teraz najlepszą na rynku, a sieć gwarantuje niezapomniane doznania. Rzeczywiście takie były – nie mogłem korzystać z Internetu tak jak tego się spodziewałem. Po 40 minutach od przyjścia mogłem zasiąść do rozmowy. Szczerze, to byłem już mocno poirytowany, tymczasem konsultant rozpoczął rozmowę. Zapytał w czym rzecz. Wyjaśniłem, że mam kłopoty z prędkością Internetu. Poza tym połączenie jest zrywane średnio 4 razy na godzinę. Konsultant zamilkł i w ciszy wpatrywał się w monitor, co chwila pomrukując. Zadałem szereg pytań, czy coś wiadomo, co się dzieje. Na to konsultant nie reagował, nawet nie spojrzał w moją stronę. Zamilkłem również. Po chwili odezwał się i powiedział, że w systemie jest wszystko w porządku i na pewno to wina... mojego komputera! A powiedział to nawet nie biorąc do sprawdzenia mojego modemu, który miałem ze sobą! W zasadzie o nic więcej nie pytał! Ta sytuacja już bardzo mnie zdenerwowała. Owszem, uniosłem się, zacząłem pytać na jakiej podstawie twierdzi, że wszystko jest ok., skoro ja wiem, że nie jest?! Odpowiedział nieco podniesionym głosem, że nie może mi zdradzać spraw firmowych i mam mu uwierzyć, że tak jest. Zapytałem co dalej w związku z tym robi, ponieważ ja nadal nie mam dobrego połączenia. Zasugerowałem sprawdzenie modemu. Zgodził się przyjąć modem do reklamacji, ale od razu powiedział, że nie jest to z pewnością powód problemów. Mimo to spisaliśmy reklamację i miałem po 2 tygodniach się po niego zgłosić.

W ustalonym czasie przyszedłem po swój modem. Odstałem swoje w kolejce, a następnie rozmawiałem z tym samym konsultantem. Wydał mi mój modem mówiąc, że reklamacja nie jest uznana, ponieważ modem był uszkodzony. Rzeczywiście wejść USB było mocno wygięte do góry! Na dowód tego przedstawił mi opinię serwisu wraz ze zdjęciami jak modem wyglądał w dniu serwisowania. CO!? Tego już było za dużo. Wiem, że oddałem sprawny modem. W opisie reklamacji konsultant zapisał, że „Brak widocznych oznak zniszczenia sprzętu, sprzęt działa”. Tymczasem usłyszałem, że skoro nie mam żadnego dowodu w postaci zdjęcia to moje wątpliwości mogą przekazać w postaci ... kolejne reklamacji! Zapytałem konsultanta, czy świadomie poświadczył zatem nieprawdę. Ponieważ przyjmując mój modem widziałby z pewnością to mechaniczne uszkodzenie. Konsultant spojrzał na mnie i powiedział, że klienci próbują w różny sposób wyłudzić nowe modemy. A na dodatek to on nie pamięta

naszej rozmowy, pomimo, że na reklamacji widniał jego podpis. Poprosiłem o rozmowę z kierownikiem salonu. Usłyszałem, że to nie jest możliwe w tym przypadku. Miałem wrażenie, że konsultant chce się mnie pozbyć jak najszybciej. zaproponował przyjęcie modemu i potwierdzenie odbioru sprzętu oraz złożenie oddzielnej reklamacji. Twierdził, że muszę przyjąć modem z serwisu w takim stanie jaki jest, ponieważ na pewno oddałem uszkodzony modem. I tu historia zaczęła się powtarzać: zapytałem po czym poznał, że oddawałem uszkodzony sprzęt, skoro reklamacji widniał zapis o działającym sprzęcie. Miałem wrażenie, że mówiliśmy coraz głośniej! Odmówiłem przyjęcie uszkodzonego modemu oraz złożyłem reklamację do reklamacji. Szczegółowo opisałem przypadek (konsultant zasugerował, abym to tym razem ja wszystko zapisał, aby nie było potem na niego, że coś pomylił). Przez 30 minut pisałem reklamację. Czas oczekiwania na jej rozpatrzenie to 14 dni.

Po tym czasie przyszedłem do salonu. Znowu spotkałem się z konsultantem, którego już dobrze znałem. Po ustaleniu z czym przychodzę, wyjął bez słowa modem z szuflady. Okazało się, że modem wygląda tak samo jak... przed oddaniem go do serwisu! Tzn. złącze USB było proste, tylko obudowa była lekko pęknięta. Oślupiałem. Spojrzałem na konsultanta, ale ten zajęty był patrzeniem w monitor. Zapytałem czy to jest mój modem. Stwierdził, że tak wskazując na numer seryjny obudowy. Odniosłem się to swoich zapisów z drugiej reklamacji, gdzie szczegółowo opisałem wygląd modemu. Konsultant stwierdził, że po to dał mi do opisanie reklamację, aby potem cała odpowiedzialność była po mojej stronie. Poprosiłem go o zdjęcia z serwisu, które pokazywał ostatnio – okazało się, że serwis już usunął je z serwera i konsultant nie ma do nich dostępu. Nadal uparcie twierdził, że to jest mój modem i poprzednio z pewnością opisałem nieprawdę. Żądałem spotkania z kierownikiem, ale usłyszałem to samo, co ostatnio – to nie możliwe. Już sam nie wiedziałem, co robić. Chciałem sprawdzić czy modem działa, czy połączy się z siecią. Konsultant odmówił twierząc, że w laptopie nie można instalować nowych, dodatkowych modemów. Miałem więc odebrać modem nie wiedząc czy jest sprawny. Poza tym konsultant poinformował mnie, że ten sprzęt i tak już nie będzie uznany do reklamacji, jeśli kiedykolwiek go przyniosę, więc jeśli chcę mieć sprawny modem to mogę teraz kupić. Oczywiście razem z nową umową i abonamentem. Ręce mi opadły. Zabrałem modem, podpisując oświadczenie, że przyjąłem sprawny modem. Inaczej nie mogłem go odebrać. Na zakończenie konsultant zapytał mnie czy może mi w czymś pomóc i polecił usługi swojej sieci. Wyszedłem bez słowa.

Sprawdziłem modem w domu – brak sygnału. I już nigdy nie zadziałał.

Zastanów się jakie błędy popełnił konsultant? Co można zmienić w jego postawie na przyszłość. Jak mogła wyglądać wzorcowa rozmowa konsultanta z tym klientem?

Spotkanie uczestników Akademii Handlowej – zadanie grupowe

Instrukcja dla Uczestników

Jesteście grupą uczestników Akademii Handlowej. Przed Wami zakończenie projektu – Akademia Handlowa. Do zorganizowania jest ostatnie, oczekiwane przez uczestników projektu, spotkanie podsumowujące. Spotkanie pozwoli wymienić doświadczenia i świętować zakończenie projektu. Będzie to miły czas, kiedy spotkają się wszyscy uczestnicy Akademii Handlowej.

Miejsce spotkania: w siedzibie Fundacji w Gdyni. Czas trwania spotkania około 2 godziny. Data spotkania: jutro.

Ponieważ spotkanie jest odpowiedzią na potrzeby uczestników, a budżet projektu przewidywał organizację takiego przedsięwzięcia rezerwując niewielką kwotę na jego realizację, postanowiliście wziąć więc sprawę we własne ręce. Dysponowaliście kwotą 600PF, którą uzyskaliście od Fundacji, z projektu i z ubieganych składek od uczestników. Zaplanowaliście zorganizować spotkanie. Zakupiliście już kawę, herbatę, cukier, mleko i napoje. Kupiliście już ciastka. Jednak nie przewidzieliście, że należy zakupić jeszcze talerze i kubki. Zostało jedynie 200 PF. To za mało, żeby kupić potrzebną ilość kubków i talerzy.

Okazało się, że jeśli kupicie materiał i poświęćcie trochę wolnego czasu to uda się wyprodukować potrzebną ilość kubków i talerzy. Pamiętajcie, że ważne jest, żeby odpowiednio celebrować wspólny czas. Warto więc zadbać o to, żeby wyprodukowane naczynia były estetyczne i ładne. Możecie je ozdobić, to na pewno pozytywnie wpłynie na atmosferę spotkania.

W spotkaniu będzie uczestniczyć **30 uczestników projektu Akademia Handlowa**.

Na realizację zadania przeznaczony jest czas 30 minut oraz dodatkowo na początek 5 minut na przygotowanie koncepcji realizacji zadania. Po 5 minutach przystępujecie do realizacji zadania.

Warunki realizacji zadania:

1. Ilość kubków i talerzy – po 30 sztuk.
2. Kubki i talerze muszą zostać ozdobione uzgodnionym wspólnie kolorowym wzorem.
3. Materiały do produkcji kubków i talerzy można zakupić w Centrali. Po zakończeniu zadania grupa może odsprzedać do Centrali narzędzia, które Centrala odkupuje umownie po cenie zakupu pod warunkiem ich niezniszczenia.

Cennik materiałów

Surowiec:

- Papier biały – 1 strona (A4) 10 PF

Narzędzia do produkcji:

- Nożyczki 1 sztuka 10 PF
- Kredki 1 komplet 10 PF
- Linijka 1 sztuka 10 PF

Cel zadania:

Wyprodukowanie naczyń na spotkanie uczestników Akademii Handlowej.

Instrukcja dla Prowadzącego

1. Po przeczytaniu instrukcji dać zespołom 5 min na przygotowanie koncepcji talerza i kubka oraz przygotowanie się do zakupów.
2. Prowadzący przekazuje wzór kubka
3. Po upływie 5 minut od przeczytania zadania należy przeczytać i przekazać uczestnikom Informację nr 1.

Informacja 1 (dla Uczestników)

Okazało się, że w Fundacji w tym samym czasie będzie odbywać się jeszcze jedno spotkanie w związku z innym realizowanym przez Fundację projektem „Rezem w przedsiębiorczość”. Jeśli uda wam się w ciągu 10 minut dostarczyć na tamto spotkanie 20 kubków w czerwone i zielone kwiatki (takie jak już wcześniej zakupili organizatorzy projektu „Razem w przedsiębiorczość”) to otrzymacie od tamtej grupy ich pieniądze przeznaczone na zakup brakujących naczyń 100 PF.

Grupa realizuje zadanie przez 10 minut.

Prowadzący odbiera po 10 minutach 20 kubków i wypłaca 100 PF.

Jeśli grupa nie zrealizowała zadania w ciągu 10 minut Prowadzący może wypłacić proporcjonalną kwotę za zrealizowane zadanie.

4. Po przyjęciu zrobionych kubków czyli upływie 15 minutach od początku zadania należy przeczytać i przekazać uczestnikom Informacja 2

Informacja 2 (dla Uczestników)

Po dzisiejszym spotkaniu z przedstawicielem Fundacji otrzymaliście informację, że jeśli uda wam się zaoszczędzić określoną kwotę pieniędzy to Fundacja dołoży kolejne 150 PF co pozwoli na uatrakcyjnienie waszego spotkania.

Zaoszczędzone pieniądze pozwolą na:

1. Przedłużenie spotkania o 2 godziny – koszt 50 PF
2. Zatrudnienie DJ – koszt 50 PF
3. Zorganizowanie Karaoke – koszt 50 PF
4. Zamówienie dodatkowo kanapek i sałatek – koszt 50PF
5. Zamówienie ciepłego posiłku – barszczyk i paszteciki – koszt 50 PF
6. Zamówienie ciepłego posiłku – pierś z kurczaka z suszonymi pomidorami w sosie serowym z ryżem i gotowanymi warzywami – koszt 50 PF

Bardzo Wam na zależy na miłej atmosferze podczas spotkania, gdyż podczas projektu nawiązaście wiele miłych i ciepłych relacji i chętnie spędzicie czas bawiąc się w miłym towarzystwie.

Prowadzący daje uczestnikom dodatkowe 5 minut na podjęcie decyzji a następnie dopytuje o decyzje ile grupa chce zaoszczędzić.

Następnie grupa realizuje zadanie przez kolejne 5 minut.

5. Po 25 minutach od rozpoczęcia zadania należy przeczytać i przekazać Informacja 3

Informacja 3 (dla Uczestników)

Okazało się, że oprócz uczestników projektu w spotkaniu będą uczestniczyć też przedstawiciele władz Miasta oraz współtwórcy projektu – razem 10 osób.

Jeśli okaże się, że wyprodukujecie naczynia i będziecie mogli zaprosić dodatkowe osoby jako uczestników spotkania (czyli przygotujecie odpowiednią ilość naczyń: kubków i talerzy) to Urząd Miasta, który delegował na spotkanie swoich pracowników przekaże na to spotkanie dodatkową kwotę 100 PF.

Grupa realizuje zadanie przez 10 minut

Prowadzący odbiera przygotowane naczynia, prosi o przekazanie 10 sztuk naczyń (10 kubków i 10 talerzy). Jeśli grupa ma przygotowana taką ilość wypłaca 100 PF. Grupa może w każdej chwili donieść brakujące naczynia – kiedy tylko prowadzący otrzyma liczbę 10 naczyń przekazuje grupie 100 PF.

6. Po 35 minutach po przeczytaniu zadania przeczytać i przekazać Informacja 4

Informacja 4 (dla Uczestników)

Okazało się też, że będzie za mało ciastek. Musicie upiec ciastka z marmoladą. (Opis ciastka z marmoladą – kwadrat 3cm x 3cm koloru brązowego z pomarańczową lub różaną marmoladą na środku). Minimum po 1 ciastku na osobę. Na te działania otrzymaliście dodatkowe pieniądze z ProFirmy, która jest współrealizatorem Projektu – 50 PF.

Prowadzący przekazuje grupom po 50 PF.

Grupa realizuje zadanie przez 5 minut

Podsumowanie

Czas	Rodzaj zadań
5 min	Projekt
Informacja 1	
10 min	Zadanie Razem w przedsiębiorczość 10 kubków
Informacja 2	
5 min	Decyzja o oszczędności – dodatkowy czas
5 min	Realizacja zadania – 30 kubków dla uczestników AH
Informacja 3	
10 min	Urząd Miasta
Informacja 4	
5 min	Ciastka

Do wydrukowania:

Informacja 1

Okazało się, że w Fundacji w tym samym czasie będzie odbywać się jeszcze jedno spotkanie w związku z innym realizowanym przez Fundację projektem: Razem w przedsiębiorczość. Jeśli uda wam się w ciągu 10 minut dostarczyć na tamto spotkanie 20 kubków w czerwone i zielone kwiatki (takie jak już wcześniej zakupili organizatorzy projektu: Razem w przedsiębiorczość) to otrzymacie od tamtej grupy ich pieniądze przeznaczone na zakup brakujących naczyń 100 PF.

Informacja 2

Po dzisiejszym spotkaniu z przedstawicielem Fundacji otrzymaliście informację, że jeśli uda wam się zaoszczędzić określoną kwotę pieniędzy to Fundacja dołoży kolejne 150 PF co pozwoli na uatrakcyjnienie waszego spotkania.

Po dzisiejszym spotkaniu z przedstawicielem Fundacji otrzymaliście informację, że jeśli uda wam się zaoszczędzić określoną kwotę pieniędzy to Fundacja dołoży kolejne 150 PF co pozwoli na uatrakcyjnienie waszego spotkania.

Zaoszczędzone pieniądze pozwolą na:

1. Przedłużenie spotkania o 2 godziny – koszt 50 PF
2. Zatrudnienie DJ – koszt 50 PF
3. Zorganizowanie Karaoke – koszt 50 PF
4. Zamówienie dodatkowo kanapek i sałatek – koszt 50PF
5. Zamówienie ciepłego posiłku – barszczyk i paszteciki – koszt 50 PF
6. Zamówienie ciepłego posiłku – pierś z kurczaka z suszonymi pomidorami w sosie serowym z ryżem i gotowanymi warzywami – koszt 50 PF

Bardzo Wam na zależy na miłej atmosferze podczas spotkania, gdyż podczas projektu nawiązaliście wiele miłych i ciepłych relacji i chętnie spędzicie czas bawiąc się w miłym towarzystwie.

Informacja 3

Okazało się, że oprócz uczestników projektu w spotkaniu będą uczestniczyć też przedstawiciele władz Miasta oraz współtwórcy projektu – razem 10 osób.

Jeśli okaże się, że wyprodukujecie naczynia i będziecie mogli zaprosić dodatkowe osoby jako uczestników spotkania (czyli przygotujecie odpowiednią ilość naczyń: kubków i talerzy) to Urząd Miasta, który delegował na spotkanie swoich pracowników przekaże na to spotkanie dodatkową kwotę 100 PF.

Informacja 4

Okazało się też, że będzie za mało ciastek. Musicie upiec ciastka z marmoladą. (Opis ciastka z marmoladą – kwadrat 3cm x 3cm koloru brązowego z pomarańczową lub różaną marmoladą na środku). Minimum po 1 ciastku na osobę. Na te działania otrzymaliście dodatkowe pieniądze z ProFirmy, która jest współrealizatorem Projektu – 50 PF.

3. Zestaw nr 1 zadań diagnozujących kompetencje miękkie – profil przedstawiciela handlowego

Pobierz wersję MS-Word 

Sprzedaj mi – Telefony komórkowe i abonamenty

Instrukcja dla Przedstawiciela handlowego – Uczestnika

Za chwilę wcielisz się w rolę Handlowca nowej sieci komórkowej. Wprawdzie na rynku jest kilku już dużych graczy, ale Twoja firma ma specjalne oferty dla MSP (małe i średnie przedsiębiorstwa). Firma to operator wirtualny, czyli korzysta z nadajników innych firm. Nie posiadacie własnej infrastruktury technicznej.

Twoim zadaniem będzie sprzedać potencjalnemu Klientowi telefony komórkowe wraz z abonamentem. Jako uzupełnienie Twojej oferty masz wykaz abonamentów telefonicznych, które możesz zaproponować Klientowi. Jesteś już po telefonicznej rozmowie wstępnej. Dziś umówiłeś się na spotkanie z kierownikiem administracji. Wiesz, że możesz Mu sprzedać więcej niż jedną nową aktywację, ale nic więcej nie chciał Ci powiedzieć. Pamiętaj jak zakończył rozmowę: *Jeśli będzie Pan dobrym handlowcem – na pewno coś u Pana zamówię*. Klient ma dla Ciebie 20 minut na spotkanie.

Za chwilę masz spotkanie w siedzibie klienta.

abonament	29,9	39,9	49,9	79,9	129,9
rabat	-10%	-12%	-14%	-16%	-18%
abonament po rabacie	26,91	35,112	42,914	67,116	106,518
liczba minut	100	300	500	700	nielimitowane
Dodatkowe minuty	plus 50	plus 70	plus 200	plus 500	nie dotyczy
SMS = 1 minuta	TAK				nie dotyczy
koszt MMS	0,5	0,5	0,5	0,5	nielimitowany
koszt SMS poza abonamentem	0,29	0,29	0,29	0,11	nielimitowany
koszt minuty poza abonamentem	0,2	0,2	0,15	0,11	nielimitowany
pakiet internetowy	brak	brak	1GB	2GB	nielimitowany
dostęp telewizja	nie	nie	nie	tak	tak
HOT SPOT	nie	nie	tak	tak	tak
darmowe rozmowy w sieci	nie	tak	tak	tak	tak

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę z klientem.

Sprzedaj mi – Telefony komórkowe i abonamenty

Instrukcja dla Klienta – Asesora

Jesteś kierownikiem administracji w firmie. Twoja firma jest potencjalnym klientem nowego operatora komórkowego. Umówiłeś się przez telefon z Handlowcem. Ma on do zaproponowania ciekawą ofertę. Zgodziłeś się, ponieważ właśnie zbliża się czas przedłużenia umowy z obecnym operatorem. Ale chcesz się rozejrzeć w temacie. Poniżej znajdziesz dane, które może będą ważne dla Ciebie i dla Handlowca.

Firma ma siedzibę w Gdańsku, ale handlowcy obsługują klientów w 4 województwach (pomorskie, kujawsko pomorskie, warmińsko – mazurskie, zachodnio – pomorskie).

	koszt abonamentu (w pln)	średni miesięczny koszt rachunku (w pln) (koszty średnie z 12 ostatnich miesięcy)
Handlowiec 1	70	100
Handlowiec 2	70	99
Handlowiec 3	70	129
Handlowiec 4	120	178
Handlowiec 5	70	80
Handlowiec 6	70	105
Handlowiec 7	120	189
Handlowiec 8	120	203
Administracja	70	75
Księgowość	30	30
Prezes	300	900
Marketing	80	124
Windykacja	120	156

Nie masz zdania w sprawie Modeli telefonów. Stoisz na stanowisku, że to narzędzie do pracy, a nie gadżet do zabawy. Jeśli jednak koszt telefonów nie będzie wyższy niż 50 pln za egzemplarz to możesz rozważyć. Nie znasz szczegółów z czego korzystają Twoi ludzie, jednak spodziewasz się, że głównie do rozmów. Być może dla Handlowców ważny może być Internet, bo czasem często w podróży korzystają z takich połączeń. Dla prezesa Model telefonu powinien biznesowy.

Kiedy handlowiec dopyta o szczególne potrzeby:

1. Słyszałeś, że jest taka oferta, że można zapłacić abonament i wszystkie usługi są bez limitu jest to gratis dla pracowników którzy ciężko pracują
2. Chcesz zoptymalizować pracę handlowców i kontrolować ich czas pracy, dlatego zależy ci na oprogramowaniu, które będzie to monitorować i będzie można w tym celu wykorzystać telefony komórkowe.
3. Aparat musi mieć opcję robienia zdjęć, bo zależy ci na tym, żeby Handlowcy robili zdjęcia towarów na półkach w sklepie

Wskazówki do odegrania scenki:

Podążaj za handlowcem, nie pomagaj Mu, nie mów zbyt dużo, aby to on prowadził rozmowę i zadawał pytania. W celu utrudnienia możesz posługiwać się takimi pytaniami jak:

- Znam wady tego produktu, jak Pani/ Pan mnie przekona?
- Nie zgadzam się z argumentami
- **Nie zgadzam się na takie warunki, konkurencja daje lepsze.**
- Dlaczego mam kupić dokładnie ten produkt, a nie inny?
- **Jakie są moje korzyści po zakupie, bo ja ich nie widzę?**
- **Co więcej dostanę od firmy?**

Wypowiadaj się czasami ogólnikowo, aby miał możliwość doprecyzowania. Wyrażaj niewerbalnie swoje niezrozumienie pewnych kwestii, aby mógł zadać pytania monitorujące zrozumienie u rozmówcy.

Za chwilę spotkasz się z przedstawicielem operatora w siedzibie swojej firmy. Na rozmowę masz **20 minut**.

Zdobądź Klienta – Nieruchomości

Instrukcja dla Przedstawiciela handlowego – Uczestnika

Pracujesz jako konsulat w firmie Creative, która zajmuje się wynajmowaniem powierzchni swoich nieruchomości. Dotychczas znana była z wynajmowania powierzchni na szkolenia. Ma do dyspozycji wiele różnych sal i w różnych lokalizacjach (patrz poniżej). Dodatkowo wprowadzacie nowe usługi jak biuro na godziny, czy wirtualne biurko. Twoim zadaniem jest kontakt z nowymi klientami, którym oferujesz Wasze usługi.

Wasz główny ośrodek mieści się na zacisznym osiedlu w Gdańsku Wrzeszczu. Składa się z kompleksu przedwojennych kamienic, odrestaurowanych w latach 2000. Do dyspozycji są sale szkoleniowe, wirtualne, biura, hotel. W kompleksie jest 5 sal szkoleniowych, umieszczonych na dwóch kondygnacjach. Salki mieszczą odpowiednio od 4 – 50 osób w zależności od ustawienia. Wszystkie sale posiadają okna. Cały sprzęt IT jest wliczony w cenę (rzutnik, komputer, dostęp do Internetu).

Sale	Rozmiar	Teatralne	Litera -U	Szkolne	Konferen- cyjne	Koszt w pln
Nauka	60 m2	50	24	30	30	1300 / dzień
Wyobraźnia	50 m2	35	14	18	16	1200 / dzień
Intuicja	40 m2	20	10	14	16	990 / dzień
Logika	13m2	6	brak	4	5	670 / dzień
Picco A	7 m2	wirtualne biuro dla 3 osób				90 / godzina
Picco B	7 m2	wirtualne biuro dla 3 osób				90 / godzina
Picco C	7 m2	wirtualne biuro dla 3 osób				90 / godzina

Catering

Niewątpliwym atutem ośrodka jest kuchnia. Oferujecie całodzienną obsługę cateringową:

- nielimitowane przerwy kawowe
- lunch
- bufet śniadaniowy (na zamówienie)

W ciągu całego dnia w salonie kawowym goście mają do dyspozycji owoce, napoje gorące: kawę, herbatę (szeroka gama smaków do wyboru) oraz zimne: soki owocowe, wodę lub napoje gazowane. Jesteście słynni z tego, że codziennie rano serwujecie świeże, pachnące pieczywo śniadaniowe, a po lunchu ciastka deserowe – każdego dnia inne. Macie do dyspozycji dwie jadalnie, w których podajecie lunch w formie bufetu szwedzkiego.

Noclegi

Dla gości przyjezdnych oferujecie miejsca noclegowe w sąsiednim budynku obok waszego ośrodka szkoleniowego. Jest tam miejsce dla 20 osób (10 pokoi 2 osobowych). Cena za dobę standardowo wynosi 139 pln za osobę + VAT, jednak cena jest uzależniona często od tego, czy jednocześnie firma zamawia sale szkoleniowe.

Nowością w ofercie są wirtualne biura. Obecnie to trzy pomieszczenia 7m² każdy, który pozwala na prowadzenie wirtualnego biura. W planach macie kolejne takie biura – do końca 2013 roku pojawią się dodatkowe 5 pomieszczeń. Do pokoi są podłączone telefony, Internet. Stanowiska wyposażone w sprzęt IT. Oto treść ulotki ze strony internetowej, jaką zamieściliście ostatnio. To także treść oferty ogólnej wysyłanej standardowo do potencjalnych klientów.

Posiadamy biura do wynajęcia na każdą kieszeń, różnych rozmiarów i dostępne w każdej sytuacji! Czy szukasz biura do wynajęcia, które oferuje

- Własny budynek na Twoich warunkach
- Najem długoterminowy i biura niewyposażone
- Najem elastyczny i biura niewyposażone
- Najem krótkoterminowy i biura niewyposażone
- Biura w pełni obsługiwane, wyposażone
- Można je powiększać, zmniejszać lub przenosić w inne miejsce
- Zarządzanie biurem bez konieczności zapłaty z góry

Za chwilę będziesz **dzwonić** do kolejnego potencjalnego klienta. Jego dane masz z bazy danych. Wiesz o nim tyle, że:

Firma nazywa się Wyższa Szkoła Psychologii Społecznej i ma siedzibę w Gdyni. Od wielu lat realizuje dużo projektów współfinansowanych z Europejskich Funduszy Społecznych. Jest obecna na rynku od 15 lat i jest liderem w swojej branży. Cała kadra zarówno dydaktyczna, jak i administracyjna to ok. 290 osób. Ma wydziały w Warszawie, Poznaniu i Krakowie. Z waszych usług jeszcze nie korzystali. Wiesz, że realizują dużo konferencji i projektów szkoleniowych i często korzystają z zewnętrznych sal.

W bazie danych masz tylko informację, że w 2010 roku ktoś z Uczelni kontaktował się w sprawie wyceny sal szkoleniowych. W bazie jednak nie ma ani kwot, ani oferty załączonej, jaka mogła być wysłana, ani jak ten kontakt dalej się potoczył. Liczysz na to, że skoro jest to tak duża Uczelnia prężnie działająca na pewno ma potrzeby szkoleniowe i potrzebuje sal. A zatem dzwonicz.

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę.

Zdobądź Klienta – Nieruchomości

Instrukcja dla Klienta – Asesora

Jesteś Kierownikiem Działu Administracji Wyższej Szkoły Psychologii Społecznej, której siedziba mieści się w Gdyni. Uczelnia jest obecna na rynku od 15 lat i jest liderem w swojej branży. Cała kadra zarówno dydaktyczna, jak i administracyjna to ok. 290 osób. Ma wydziały w Warszawie, Poznaniu i Krakowie. Realizujecie bardzo dużo projektów współfinansowanych przez Europejskie Fundusze Społeczne. W ostatnim roku realizowaliście 3 duże projekty, w sumie dla ok. 1500 osób. Organizujecie szkolenia zarówno dla małych grup i, jak i konferencje na 300 – 400 osób. Jeżeli poszukujecie sal to szukacie ich blisko ciągów komunikacyjnych, bo takie są często wymogi projektów. Stawki, którymi dysponujecie w projektach to za salę szkoleniową ok. 500 zł za dzień, ok. 35 zł za całodzienny catering na osobę. Obecnie przed wami kolejny duży projekt szkoleniowy.

Za chwilę **zadzwoń** do Ciebie konsultant z potencjalną ofertą współpracy. Nie wiesz, czego może to dotyczyć. Masz jednak słabość do podobnych rozmów i osób, ponieważ sam zaczynałeś karierę od takiej sprzedaży. Możesz poświęcić rozmówcy maksymalnie 20 minut na taką rozmowę.

Wskazówki do odegrania scenki:

W trakcie rozmowy bądź reaktywny. Słuchaj pytań, jakie zadaje przedstawiciel handlowy, odpowiadaj na nie, ale tak, aby prowokowały do kolejnych pytań. Bądź wybredny, niezdecydowany. Opowiadaj różne anegdoty i dokonuj ocen innych firm i ich ofert. Wypowiadaj się ogólnikowo, aby przedstawiciel musiał doprecyzować twoje wypowiedzi. Wyrażaj niezrozumienie tego co mówi niewerbalnie, aby sprawdzić czy będzie to monitorował. Powątpiewaj w możliwości złożenia dobrej oferty przez przedstawiciela Zagaduj go. Staraj się, aby zdenerwować przedstawiciela, poirytować. Aby wzmocnić swój przekaz używaj sformułowań typu:

- Wejdę sobie na Państwa stronę i sprawdzę ofertę
- Mam kilka stałych umów. Dlaczego miałbym zrezygnować ze współpracy z obecnymi dostawcami ?
- Współpraca z nimi to dla nich reklama, co z tego będziemy mieli?
- Nie wydaje mi się, żeby to było dobre rozwiązanie dla mnie?
- Co ma Pan jeszcze dla mnie więcej?
- Słaba ta oferta.
- Czym mnie chce Pan przekonać, żebym zrezygnował z innych dostawców sal?
- Czym mnie chce Pan przekonać, że warto z Państwem rozpocząć współpracę.

Masz **20 minut** na przygotowanie się do rozmowy oraz **20 minut** na rozmowę.

Zaplanuj swój tydzień pracy

(zadanie pisemne papier-ołówek)

Imię i nazwisko.....

Instrukcja dla Uczestnika

Jesteś pracownikiem firmy handlowej. Sprzedajesz słodczyce znanej marki istniejącej w Polsce od ponad 100 lat. Odpowiadasz ze region północny – pokrywa się on z obszarem województw: pomorskie, kujawsko – pomorskie, zachodniopomorskie. Jesteś mobilnym pracownikiem. Możesz pracować z domu (Gdańsk), choć głównie spędzasz go w biurze i u Klientów. Pracujesz etatowo, więc czas pracy w tygodniu to 40 godzin. Oczywiście zdarzają się różne okoliczności wydłużające dzień pracy. Firma patrzy na to dość elastycznie. Chodzi o to, aby Twoje zadania były odpowiednio zrealizowane. Poniżej znajdziesz listę zadań, które spisałeś sobie w piątek popołudniu. **Dziś jest poniedziałek – 8.00. Twoim zadaniem jest opisanie jak będzie wyglądał Twój tydzień pracy uwzględniając poniższe informacje.** Dokonaj wyboru kiedy i co zrobisz (**stwórz harmonogram tygodniowej pracy**). Opisując poszczególne dni podaj czas rozpoczęcia i zakończenia pracy. Planując swój tydzień pracy **krótco wyjaśnij przyczyny dokonania takiego wyboru.** W trakcie planowania możesz się posługiwać numerami zadań. Realizując zadanie określ ważność i pilność poniższych zadań na skali od 1 (mało ważne lub mało pilne) do 6 (bardzo ważne lub bardzo pilne). Możesz również posługiwać się poniższymi symbolami:

S – samodzielnie,

R – razem z innymi,

O – odłożenie na kolejny tydzień,

R – rezygnacja z zadania.

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
1	Pojawiła się szansa wystąpienia w przetargu. Potrzebne jest przygotowanie oferty i wyceny. Sam będziesz to robił około 5 godzin. Jeśli zaprosisz kolegę – razem się uporacie pewnie w 3 godziny.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
2	Na ten tydzień chcesz umówić 3 spotkania z klientami. W zależności, jak się z nimi umówisz, to będziesz musiał zaplanować tak cały tydzień. Sam oszacuj czas potrzebny na spotkania. Standardowo spotykasz się z klientami około 45 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
3	Zostałeś zaproszony na spotkanie w sprawie prezentacji nowej bazy do zarządzania kontaktami. Potrzebujesz na to 2 godziny.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
4	Prowadzisz obecnie rekrutację na młodszego handlowca. Otrzymałeś od działu HR jedynie 4 życiorysy. Sam musisz obdzwonić kandydatów. Być może masz zaplanować też wstępne rozmowy telefoniczne. Standardowo na rozmowę osobistą potrzebujesz około 30 minut. Do końca tygodnia chciałbyś wyłonić kandydata.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
5	Jak co tydzień rozliczasz się ze swoich wizyt, podróży, rachunków. Musisz uzupełnić bazę danych. Czas potrzebny to 30 minut. Musisz to zrobić do środy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
6	Dostałeś zaproszenie na spotkanie w sprawie nowych projektów dofinansowanych z funduszy unijnych. Nigdy nie trwa to krócej niż godzinę.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
7	Z uwagi na zbliżające się problemy z płynnością finansową firmy Twój szef poprosił Cię o szczegółową miesięczną rozpiskę kosztów pracy na kolejne trzy miesiące. Czas niezbędny do pracy to 1 godzinę.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
8	Zostałeś zaproszony na szkolenie ze sprzedaży. Będzie realizowane w okolicach Kołobrzegu. Potrwa dwa dni.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
9	Inspektor bezpieczeństwa informacji chce Twojej opinii w sprawie jakości raportów generowanych z systemu. Czas potrzebny to 30 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
10	W celach masz zaplanowane 10 rozmów telefonicznych ze swoimi klientami.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
11	Musisz serwisować swój samochód. Zajmuje to zazwyczaj od 1 do 3 godzin. Serwis jest w Gdyni.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
12	Dostałeś do wdrożenia nowego pracownika. Musisz mu poświęcić regularnie 30 minut dziennie, aby przekazać mu wytyczne na dany dzień pracy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
13	Dzwoni Twoja żona z prośbą, abyś dzisiaj odebrał dziecko ze szkoły o 16.00, bo ona nie może – zostaje dłużej w pracy (czwartek).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
14	Przedstawiciel Handlowy jednego z poddostawców chce się spotkać, aby przekonać do swoich opakowań. Ty masz o tym zdecydować, czy wykorzystacie nowego poddostawcę do produkcji Waszych produktów. (niezbędny czas – 60 minut).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
15	Masz wewnętrzną prezentację przed członkami zarządu. Musisz się przygotować na wystąpienie około 30 minutowe, które jest w piątek z rana. Przygotowanie zajmie Ci drugie tyle.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
16	Przygotowujesz nowy wzór umowy pod względem merytorycznym. Masz to przekazać prawnikowi najpóźniej w środę o 10.00.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
17	Twój stały klient zadzwonił z niespodziewanym problemem. Musisz do niego pojechać przed jego urlopem, na który idzie w czwartek. Na szczęście masz niedaleko – tylko godzina jazdy od domu.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
18	Dzwoni Twój agent ubezpieczeniowy, pytając, czy chciałbyś podwyższyć sumę swego ubezpieczenia na życie. Rozmowa z nim zajmuje Ci 15 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
19	We środę masz zajęcia z angielskiego w biurze. Lekcja trwa 60 minut. Lektor przychodzi o 8.00.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
20	Twój kolega prosi Cię, abyś pojechał w zastępstwie do jego klienta, czeka cię upojna podróż do Łodzi.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
21	Dzwoni do Ciebie konsultant z sieci komórkowej. Chce porozmawiać o przedłużeniu umowy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
22	Jeszcze dziś (wtorek) musisz wysłać 2 standardowe oferty do klientów. Zabierze Ci to do 2 godzin.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
23	Jacek wrócił z wakacji. Zaprasza Cię na obiad, aby spotkać się i porozmawiać, co się działo pod jego nieobecność.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
24	Bank zadzwonił do Ciebie w sprawie Twojego osobistego kredytu, Informacja jest pilna, jeśli chcesz uzyskać zgodę na kredyt na czas. Potrzebujesz 30 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
25	Młodszy kolega poprosił o pomoc w rozwiązaniu problemu. Poświęcasz mu 30 minut	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
26	Właśnie otrzymałeś egzemplarz kwartalnika branżowego i chciałbyś go przejrzeć, choćby przez kwadrans.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
27	Szukasz nowych klientów w województwie kujawsko – pomorskim. Przeglądasz bazy danych. Mija godzina.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
28	Dział HR zaprosił Cię do wypełnienia ankiety oceny okresowej. Sama ankieta zajmie Ci pewnie 30 minut. Potem musisz spotkać się z szefem na godzinę, aby wyniki omówić. Ale nie musisz robić tego samego dnia. Szef mówił o piątku, że ma po 12.00 czas.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
29	Twój stażysta chce porozmawiać o urlopie. Zajmuje Ci 15 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
30	Masz przygotować raporty sprzedażowe z ostatniego kwartału – zajmuje to kolejne 90 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
31	Idziesz na spotkanie z Zarządem (czwartek). Nie wiesz ile to potrwa....	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
32	Dostałeś dwa zapytania od tego samego klienta. Zna Waszą ofertę, ale chce porozmawiać telefonicznie. Zabierze pewnie ze 30 minut + przygotowanie potem każdej z ofert (30 minut każda).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
33	Masz telekonferencję z kolegami z Centrali. Rezerwujesz 90 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
34	Dział Marketingu chce spotkać się na warsztacie, aby uzgodnić kierunki nowej kampanii dla produktów. Potrzebna godzina	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
35	Szukasz dobrego miejsca na kolację z klientem we wtorek. Kolacja ma być po 18.00. Możesz sobie odebrać godzinę z kolejnych dni pracy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

Wskazówki do oceny:

Priorytety:

Najważniejsze: zadania związane ze sprzedażą

Najbardziej pilne: zadania na poniedziałek, lub do przygotowania w poniedziałek na kolejne dni. Z każdym dniem pilność zadań powinna maleć.

W ocenie należy uwzględnić czy uczestnik różnicował pilność i ważność poszczególnych zadań.

Poziom E

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami i z uzasadnieniami. Zgodnie z reguła 60/40 zaplanował jedynie 60 % czasu na zadania wskazane w arkuszu. Stąd część zadań przeniósł na kolejny tydzień np. zadanie 21, 26, 34.

Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zadanie 31 (spotkanie z Zarządem) powinno być zaplanowane w taki sposób, żeby nie wykonanie innych zadań tego dnia nie wpływały na efektywność realizowanych celów szczególnie sprzedażowych.

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień

Zaplanował 30 min na stworzenie planu tygodniowego w poniedziałek o 8.00.

Poziom D

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami i z uzasadnieniami. Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zadanie 31 (spotkanie z Zarządem) powinno być zaplanowane w taki sposób, żeby nie wykonanie innych zadań tego dnia nie wpływały na efektywność realizowanych celów szczególnie sprzedażowych.

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień

Poziom C

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie niektórych zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami. Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień.

Poziom B

Zdarzyło się, że prawidłowo określił priorytety. Zdarzyło się, że różnicował ważność i pilność zadań. Zdarzyło się, że nie różnicował ważności i pilności zadań. Nie planował czasu na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami lub przypisał godziny do zadań nie tworząc planu tygodniowego. Zaplanował zadanie 12 jako zadanie do wykonania, jednak np. nie na każdy dzień.

Poziom A

Nieprawidłowo określone priorytety zadań. Brak różnicowania ważności i pilności zadań. Brak harmonogramu, lub brak przypisania godzin i dni do poszczególnych zadań.

Drukarnia

(zadanie grupowe)

Imię i nazwisko.....

Imię i nazwisko.....

Imię i nazwisko.....

Imię i nazwisko.....

Imię i nazwisko.....

Instrukcja dla Uczestników

Jesteś pracownikiem firmy handlowej. Sprzedajesz słodczyce znanej marki istniejącej w Polsce od ponad 100 lat. Odpowiadasz ze region północny – pokrywa się on z obszarem województw: pomorskie, kujawsko – pomorskie, zachodniopomorskie. Jesteś mobilnym pracownikiem. Możesz pracować z domu (Gdańsk), choć głównie spędzasz go w biurze i u Klientów. Pracujesz etatowo, więc czas pracy w tygodniu to 40 godzin. Oczywiście zdarzają się różne okoliczności wydłużające dzień pracy. Firma patrzy na to dość elastycznie. Chodzi o to, aby Twoje zadania były odpowiednio zrealizowane. Poniżej znajdziesz listę zadań, które spisałeś sobie w piątek popołudniu. **Dziś jest poniedziałek – 8.00. Twoim zadaniem jest opisanie jak będzie wyglądał Twój tydzień pracy uwzględniając poniższe informacje.** Dokonaj wyboru kiedy i co zrobisz (**stwórz harmonogram tygodniowej pracy**). Opisując poszczególne dni podaj czas rozpoczęcia i zakończenia pracy. Planując swój tydzień pracy **krótko wyjaśnij przyczyny dokonania takiego wyboru.**

W trakcie planowania możesz się posługiwać numerami zadań. Realizując zadanie określ ważność i pilność poniższych zadań na skali od 1 (mało ważne lub mało pilne) do 6 (bardzo ważne lub bardzo pilne). Możesz również posługiwać się poniższymi symbolami:

S – samodzielnie,

R – razem z innymi,

O – odłożenie na kolejny tydzień,

R – rezygnacja z zadania.

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
1	Pojawiła się szansa wystąpienia w przetargu. Potrzebne jest przygotowanie oferty i wyceny. Sam będziesz to robił około 5 godzin. Jeśli zaprosisz kolegę – razem się uporacie pewnie w 3 godziny.	<p>Ważność 1 2 3 4 5 6</p> <p>Pilność 1 2 3 4 5 6</p>
2	Na ten tydzień chcesz umówić 3 spotkania z klientami. W zależności, jak się z nimi umówisz, to będziesz musiał zaplanować tak cały tydzień. Sam oszacuj czas potrzebny na spotkania. Standardowo spotykasz się z klientami około 45 minut.	<p>Ważność 1 2 3 4 5 6</p> <p>Pilność 1 2 3 4 5 6</p>
3	Zostałeś zaproszony na spotkanie w sprawie prezentacji nowej bazy do zarządzania kontaktami. Potrzebujesz na to 2 godziny.	<p>Ważność 1 2 3 4 5 6</p> <p>Pilność 1 2 3 4 5 6</p>
4	Prowadzisz obecnie rekrutację na młodszego handlowca. Otrzymałeś od działu HR jedynie 4 życiorysy. Sam musisz obdzwonić kandydatów. Być może masz zaplanować też wstępne rozmowy telefoniczne. Standardowo na rozmowę osobistą potrzebujesz około 30 minut. Do końca tygodnia chciałbyś wyłonić kandydata.	<p>Ważność 1 2 3 4 5 6</p> <p>Pilność 1 2 3 4 5 6</p>
5	Jak co tydzień rozliczasz się ze swoich wizyt, podróży, rachunków. Musisz uzupełnić bazę danych. Czas potrzebny to 30 minut. Musisz to zrobić do środy.	<p>Ważność 1 2 3 4 5 6</p> <p>Pilność 1 2 3 4 5 6</p>
6	Dostałeś zaproszenie na spotkanie w sprawie nowych projektów dofinansowanych z funduszy unijnych. Nigdy nie trwa to krócej niż godzinę.	<p>Ważność 1 2 3 4 5 6</p> <p>Pilność 1 2 3 4 5 6</p>
7	Z uwagi na zbliżające się problemy z płynnością finansową firmy Twój szef poprosił Cię o szczegółową miesięczną rozpiskę kosztów pracy na kolejne trzy miesiące. Czas niezbędny do pracy to 1 godzinę.	<p>Ważność 1 2 3 4 5 6</p> <p>Pilność 1 2 3 4 5 6</p>
8	Zostałeś zaproszony na szkolenie ze sprzedaży. Będzie realizowane w okolicach Kołobrzegu. Potrwa dwa dni.	<p>Ważność 1 2 3 4 5 6</p> <p>Pilność 1 2 3 4 5 6</p>

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
9	Inspektor bezpieczeństwa informacji chce Twojej opinii w sprawie jakości raportów generowanych z systemu. Czas potrzebny to 30 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
10	W celach masz zaplanowane 10 rozmów telefonicznych ze swoimi klientami.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
11	Musisz serwisować swój samochód. Zajmuje to zazwyczaj od 1 do 3 godzin. Serwis jest w Gdyni.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
12	Dostałeś do wdrożenia nowego pracownika. Musisz mu poświęcić regularnie 30 minut dziennie, aby przekazać mu wytyczne na dany dzień pracy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
13	Dzwoni Twoja żona z prośbą, abyś dzisiaj odebrał dziecko ze szkoły o 16.00, bo ona nie może – zostaje dłużej w pracy (czwartek).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
14	Przedstawiciel Handlowy jednego z poddostawców chce się spotkać, aby przekonać do swoich opakowań. Ty masz o tym zdecydować, czy wykorzystacie nowego poddostawcę do produkcji Waszych produktów. (niezbędny czas – 60 minut).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
15	Masz wewnętrzną prezentację przed członkami zarządu. Musisz się przygotować na wystąpienie około 30 minutowe, które jest w piątek z rana. Przygotowanie zajmie Ci drugie tyle.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
16	Przygotowujesz nowy wzór umowy pod względem merytorycznym. Masz to przekazać prawnikowi najpóźniej w środę o 10.00.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
17	Twój stały klient zadzwonił z niespodziewanym problemem. Musisz do niego pojechać przed jego urlopem, na który idzie w czwartek. Na szczęście masz niedaleko – tylko godzina jazdy od domu.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
18	Dzwoni Twój agent ubezpieczeniowy, pytając, czy chciałbyś podwyższyć sumę swego ubezpieczenia na życie. Rozmowa z nim zajmuje Ci 15 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
19	We środę masz zajęcia z angielskiego w biurze. Lekcja trwa 60 minut. Lektor przychodzi o 8.00.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
20	Twój kolega prosi Cię, abyś pojechał w zastępstwie do jego klienta, czeka cię upojna podróż do Łodzi.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
21	Dzwoni do Ciebie konsultant z sieci komórkowej. Chce porozmawiać o przedłużeniu umowy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
22	Jeszcze dziś (wtorek) musisz wysłać 2 standardowe oferty do klientów. Zabierze Ci to do 2 godzin.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
23	Jacek wrócił z wakacji. Zaprasza Cię na obiad, aby spotkać się i porozmawiać, co się działo pod jego nieobecność.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
24	Bank zadzwonił do Ciebie w sprawie Twojego osobistego kredytu, Informacja jest pilna, jeśli chcesz uzyskać zgodę na kredyt na czas. Potrzebujesz 30 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
25	Młodszy kolega poprosił o pomoc w rozwiązaniu problemu. Poświęcasz mu 30 minut	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
26	Właśnie otrzymałeś egzemplarz kwartalnika branżowego i chciałbyś go przejrzeć, choćby przez kwadrans.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
27	Szukasz nowych klientów w województwie kujawsko – pomorskim. Przejładasz bazy danych. Mija godzina.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
28	Dział HR zaprosił Cię do wypełnienia ankiety oceny okresowej. Sama ankieta zajmie Ci pewnie 30 minut. Potem musisz spotkać się z szefem na godzinę, aby wyniki omówić. Ale nie musisz robić tego samego dnia. Szef mówił o piątku, że ma po 12.00 czas.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
29	Twój stażysta chce porozmawiać o urlopie. Zajmuje Ci 15 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
30	Masz przygotować raporty sprzedażowe z ostatniego kwartału – zajmuje to kolejne 90 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
31	Idziesz na spotkanie z Zarządem (czwartek). Nie wiesz ile to potrwa....	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
32	Dostałeś dwa zapytania od tego samego klienta. Zna Waszą ofertę, ale chce porozmawiać telefonicznie. Zabierze pewnie ze 30 minut + przygotowanie potem każdej z ofert (30 minut każda).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
33	Masz telekonferencję z kolegami z Centrali. Rezerwujesz 90 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
34	Dział Marketingu chce spotkać się na warsztacie, aby uzgodnić kierunki nowej kampanii dla produktów. Potrzebna godzina	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
35	Szukasz dobrego miejsca na kolację z klientem we wtorek. Kolacja ma być po 18.00. Możesz sobie odebrać godzinę z kolejnych dni pracy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

Wskazówki do oceny:

Priorytety:

Najważniejsze: zadania związane ze sprzedażą

Najbardziej pilne: zadania na poniedziałek, lub do przygotowania w poniedziałek na kolejne dni. Z każdym dniem pilność zadań powinna maleć.

W ocenie należy uwzględnić czy uczestnik różnicował pilność i ważność poszczególnych zadań.

Poziom E

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami i z uzasadnieniami. Zgodnie z reguła 60/40 zaplanował jedynie 60 % czasu na zadania wskazane w arkuszu. Stąd część zadań przeniósł na kolejny tydzień np. zadanie 21, 26, 34.

Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zadanie 31 (spotkanie z Zarządem) powinno być zaplanowane w taki sposób, żeby nie wykonanie innych zadań tego dnia nie wpływały na efektywność realizowanych celów szczególnie sprzedażowych.

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień

Zaplanował 30 min na stworzenie planu tygodniowego w poniedziałek o 8.00.

Poziom D

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami i z uzasadnieniami. Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zadanie 31 (spotkanie z Zarządem) powinno być zaplanowane w taki sposób, żeby nie wykonanie innych zadań tego dnia nie wpływały na efektywność realizowanych celów szczególnie sprzedażowych.

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień

Poziom C

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie niektórych zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35 . Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami. Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień.

Poziom B

Zdarzyło się, że prawidłowo określił priorytety. Zdarzyło się, że różnicował ważność i pilność zadań. Zdarzyło się, że nie różnicował ważności i pilności zadań. Nie planował czasu na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35 . Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami lub przypisał godziny do zadań nie tworząc planu tygodniowego. Zaplanował zadanie 12 jako zadanie do wykonania, jednak np. nie na każdy dzień.

Poziom A

Nieprawidłowo określone priorytety zadań. Brak różnicowania ważności i pilności zadań. Brak harmonogramu, lub brak przypisania godzin i dni do poszczególnych zadań.



4. Zestaw nr 2 zadań diagnozujących kompetencje miękkie – profil przedstawiciela handlowego

[Pobierz wersję MS-Word](#) 

Zdobądź klienta – Biuro Podróży „Studio przygoda”

Instrukcja dla Przedstawiciela handlowego – Uczestnika:

Pracujesz jako przedstawiciel handlowy biura podróży „Studio przygoda”. Biuro ma w swojej ofercie wyjazdy zorganizowane dla pracowników firm. Z tego rodzaju usług korzystają przede wszystkim klienci korporacyjni. Program wyjazdów jest zróżnicowany, zależy od preferencji klienta. Swoim klientom oferujecie:

- Pełną logistykę – zakwaterowanie, ubezpieczenie, transport, wyżywienie, atrakcje wieczorne np.: występy znanych artystów, zespołów lub grup tanecznych.
- Dokumentację w formie 30 min. filmu na DVD lub w formie zdjęć na CD.
- Różną aktywność fizyczną: paintball, quady, park linowy
- Gadżety np.: koszulki, czapeczki lub plecaki z logo firm.

Twoje zadanie jako przedstawiciela handlowego polega na pozyskiwaniu nowych klientów jak i na obsłudze stałych.

Postanowiłeś obdzwonić swoich „starych” klientów. Niektórzy z nich dawno już się do was nie odzywali.

Właśnie przyjechałeś do Gdańska na spotkanie z nowym klientem. Tu też mieści się siedziba twojego stałego klienta – firmy Otkerx. Doszedłeś, więc do wniosku, że zamiast dzwonić spotkasz się z przedstawicielem firmy, z którym do tej pory się kontaktowałeś. Przed chwilą wszedłeś do jego/jej gabinetu, wiesz, że na rozmowę z tobą jest on/ona skłonny/ a poświęcić nie więcej niż 20 min.

Masz **10 minut** na przygotowanie się do spotkania oraz **20 minut** na rozmowę.

Zdobądź klienta – Biuro Podróży „Studio przygoda”

Instrukcja dla Klienta – Asesora

Jesteś pracownikiem firmy Otkerx. Zajmujecie się sprzedażą sprzętu komputerowego i oprogramowania. Często dla swoich przedstawicieli handlowych organizujecie różnego rodzaju szkolenia. Raz do roku organizujecie również wyjazd integracyjny dla wszystkich pracowników firmy.

Jednym z twoich zadań w firmie jest zabezpieczanie wyjazdów integracyjnych od strony organizacyjnej. Właśnie musisz się zatroszczyć o zorganizowanie wyjazdu integracyjnego dla grupy 70 pracowników.

Jak do tej pory organizując wszelkiego rodzaju imprezy korzystałeś z usług Biura Podróży „Studio przygoda”. Jednak po ostatnim wyjeździe byłeś niezadowolony ze współpracy. Biuro dopuściło się poważnych, Twoim zdaniem, uchybień.

Między innymi:

- Podczas zajęć w terenie ciągle brakowało napojów (wody, soków), nie wspominając już o kawie,
- Podczas wycieczki rowerowej – objazdu jeziora okazało się, że organizator nie przygotował właściwie rowerów, które ciągle się psuły, co szczególnie cię zdenerwowało. Dodatkowo nie było narzędzi, którymi można byłoby naprawić drobne usterki podczas wycieczki.
- Organizator przesłał filmy i zdjęcia z wyjazdu z 2-tygodniowym opóźnieniem. Ponieważ już zapłaciłeś fakturę miałeś wrażenie, że teraz im kompletnie nie zależy na wypełnieniu tego zobowiązania.

Poza tym niedorzeczne jest to, że już od tylu lat korzystacie z usług tego biura, a oni nie dość że nie proponują wam niczego atrakcyjnego to jeszcze z roku na rok wystawiają faktury opiewające na coraz wyższe sumy!

Właśnie pojawił się u Ciebie przedstawiciel handlowy Biura Podróży „Studio przygoda”. Zastanawiasz się nad decyzją o zerwaniu z nimi współpracy. Ostatnie doświadczenia kosztowały Cię dużo nerwów i naprawdę bardzo Cię rozłościły, ale... z ciekawości postanowiłeś mu poświęcić kilka minut.

Na rozmowę nie możesz mu poświęcić więcej niż 20 minut. Spieszysz się na inne spotkanie.

Wskazówki do odegrania scenki:

W trakcie rozmowy bądź reaktywny. Słuchaj pytań, jakie zadaje przedstawiciel handlowy, odpowiadaj na nie, ale tak, aby prowokowały do kolejnych pytań. Bądź wybredny, niezdecydowany, mów nieprecyzyjnie, aby można było zdiagnozować umiejętność klaryfikowania. Powątpiewaj w możliwości złożenia dobrej oferty przez przedstawiciela handlowego. Zagaduj go. W celu wzmocnienia swojego przekazu używaj sformułowań typu:

1. Wejdę sobie na Państwa stronę i sprawdzę ofertę.
2. Nie wydaje mi się, żeby to było dobre rozwiązanie dla naszej firmy.
3. Co może mi Pan/Pani jeszcze zaoferować?
4. Słaba ta oferta.
5. Czym mnie chce Pan/Pani przekonać, żebym zrezygnował z innych firm?
6. Czym mnie chce Pan/Pani przekonać, że warto z Państwem dalej współpracować?

Sprzedaj mi – Karta benefitowa

Instrukcja dla Przedstawiciela handlowego – Uczestnika

Pracujesz w firmie zajmującą się pozapłacowymi systemami motywacyjnymi z segmentu zdrowia i sportu. Jesteście jedną z pierwszych tego typu firm na rynku. Podstawą waszego Modelu biznesowego jest sprzedaż kart sportowych, dzięki którym posiadacz takiej karty może korzystać z określonego zakresu usług w różnych miejscach. Aby zapewnić jak najszerszy dostęp do produktów stale powiększacie bazę Partnerów. Zazwyczaj są to ośrodki sportowe, baseny, siłownie. Ostatnio pojawiły się również salony piękności i SPA. Liczba Partnerów przekroczyła w roku 2012 liczbę 3000 w skali całego kraju. Sprzedaż prowadzicie głównie dla firm, choć segment kart prywatnych (rodziny) stale rośnie. Sposób pozyskania klientów jest różny w zależności od regionu kraju. W Gdańsku bardzo często otrzymujecie propozycję nawiązania współpracy. Wtedy wystarczy spotkać się z takim potencjalnym klientem, aby omówić warunki.

Obecna Wasza oferta wygląda następująco.

	koszt miesięczny abonamentu (w pln)	Oferta
Karta Sportowa	130	Posiadacz karty ma dostęp do wybranych usług sportowych w całej sieci partnerskiej (ponad 3000 ośrodków). Karta nie uprawnia do korzystania z bezpłatnych usług fizjoterapeutycznych.
Karta Sportowa Plus	300	Posiadacz karty ma nieograniczony wstęp do sieci ponad 3000 ośrodków sportowych na terenie całego kraju. Karta uprawnia do nielimitowanego korzystania ze wszelkich usług łącznie z usługami fizjoterapeuty.
Karta Lunch	99	Posiadacz karty może korzystać z ofert restauracji punktów gastronomicznych, które są Partnerami firmy GiftKarta. Wartość miesięczna Karty to 99 pln. Niewykorzystane złotówki z poprzedniego miesiąca nie kumulują się. Szczegółowa lista restauracji i punktów gastronomicznych znajduje się na stronie internetowej.
Karta Rozrywkowa	99	Posiadacz karty może korzystać z oferty kin i teatrów, które są w Partnerami firmy GiftKarta. Wartość miesięczna Karty to 99 pln. Niewykorzystane karnety z poprzedniego miesiąca nie kumulują się. Szczegółowa lista kin i teatrów jest na stronie internetowej.
Karta Kafeteryjna	250	Możliwość skorzystania z usług, produktów ponad 300 firm. Posiadacz karty wybiera raz na rok części składowe swojej karty do wartości 250 pln. Mogą to być kina, teatry, sklepy internetowe, księgarnie. Szczegółowa lista znajduje się na stronie internetowej.

Twoim zadaniem jest w czasie rozmowy rozpoznać potrzeby Klienta i zaproponować odpowiednie rozwiązania. Czas na przygotowanie to **20 minut**, a na rozmowę **30 minut**.

Sprzedaj mi – Karta benefitowa

Instrukcja dla Klienta – Asesora

Jesteś potencjalnie zainteresowany zakupieniem różnych kart benefitowych dla swoich pracowników. Jesteście niewielką firmą szkoleniową. Zatrudniacie 15 osób w biurze w Gdańsku oraz 20 konsultantów i trenerów na terenie całego kraju. Zastanawiasz się w jaki sposób możesz wykorzystać usługi kart benefitowych. Osoby z biura pracują stacjonarnie. Są to osoby w każdym przedziale wiekowym. Nawet jest jeden student III roku. Najstarsza osoba w tym gronie to Pani Bożena. Ma już dorosłe dzieci. Na ostatnim spotkaniu firmowym urządziliście konkurs wiedzy filmowej i okazało się, że wśród pracowników jest sporo osób interesujących się filmami. Dzięki popularnej usłudze w jednej z sieci komórkowych można oglądać filmy w niskich cenach. Czasem kupujesz pakiet biletów dla pracowników. Zawsze cieszyły się powodzeniem. Innym razem, w ramach podziękowania za dobry rok pracy zaprosiłeś wszystkich do lokalnej bardzo słynnej restauracji, gdzie każdy mógł nie tylko konsumować, ale też i przyrządzać pod okiem Mistrzów Kuchni swoje potrawy. Masz naprawdę fajny i zgrany zespół. Niestety nie wszyscy pracownicy mogą korzystać z działań integracyjnych organizowanych w miejscu gdzie znajduje się siedziba firmy. Twój trenerzy bardzo dużo czasu spędzają w podróży. Szkolenia są realizowane w wielu miejscach w kraju. Często widujecie się raz na kilka dni. Komunikujecie się przez komórki i Internet. Większość trenerów i konsultantów to młodzi ludzie, choć są 4 osoby, które z racji swojego wieku, doświadczenia można spokojnie nazwać mentorami i koneserami różnych pasji. Wielu z nich bardzo dba o swoje zdrowie, dobrze się odżywia, śledzi trendy światowej kuchni. Trudno takich dopieścić. Mimo wszystko chcesz to zrobić. Umówiłeś się przez telefon z Handlowcem firmy GiftKarta. Ma on do zaproponowania ciekawą ofertę. Chcesz się rozejrzeć w temacie. Poniżej znajdziesz dane, które może będą ważne dla Ciebie i dla Handlowca.

Chcesz wydać nie więcej niż 25 tysięcy złotych rocznie na taki system (około 70 zł na pracownika). Nie znasz obecnych cen, nie wiesz co rynek oferuje. Wszystko zależy od Handlowca. Dziś chcesz poznać wstępną kalkulację.

Podążaj za handlowcem, nie pomagaj Mu, nie mów zbyt dużo, aby to on prowadził rozmowę i zadawał pytania. W celu utrudnienia możesz postugiwać się takimi pytaniami jak:

- *Znam wady tego produktu, jak Pani/ Pan mnie przekona?*
- *Nie zgadzam się z argumentami*
- *Nie zgadzam się na takie warunki, konkurencja na pewno daje lepsze.?*
- *Jakie są moje korzyści po zakupie, bo ja ich nie widzę?*
- *Co więcej dostanę od firmy?*

Na rozmowę masz **30 minut**.

Zaplanuj swój tydzień pracy

(zadanie pisemne papier-ołówek)

Imię i nazwisko.....

Instrukcja dla Uczestnika

Jesteś pracownikiem firmy handlowej. Sprzedajesz słodczyce znanej marki istniejącej w Polsce od ponad 100 lat. Odpowiadasz ze region północny – pokrywa się on z obszarem województw: pomorskie, kujawsko – pomorskie, zachodniopomorskie. Jesteś mobilnym pracownikiem. Możesz pracować z domu (Gdańsk), choć głównie spędzasz go w biurze i u Klientów. Pracujesz etatowo, więc czas pracy w tygodniu to 40 godzin. Oczywiście zdarzają się różne okoliczności wydłużające dzień pracy. Firma patrzy na to dość elastycznie. Chodzi o to, aby Twoje zadania były odpowiednio zrealizowane. Poniżej znajdziesz listę zadań, które spisałeś sobie w piątek popołudniu. Dziś jest poniedziałek – 8.00. Twoim zadaniem jest opisanie jak będzie wyglądał Twój tydzień pracy uwzględniając poniższe informacje. Dokonaj wyboru kiedy i co zrobisz (stwórz harmonogram tygodniowej pracy). Opisuując poszczególne dni podaj czas rozpoczęcia i zakończenia pracy. Planując swój tydzień pracy krótko wyjaśnij przyczyny dokonania takiego wyboru.

W trakcie planowania możesz się posługiwać numerami zadań. Realizując zadanie określ ważność i pilność poniższych zadań na skali od 1 (mało ważne lub mało pilne) do 6 (bardzo ważne lub bardzo pilne). Możesz również posługiwać się poniższymi symbolami:

S – samodzielnie,

R – razem z innymi,

O – odłożenie na kolejny tydzień,

R – rezygnacja z zadania.

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
1	Pojawiła się szansa wystąpienia w przetargu. Potrzebne jest przygotowanie oferty i wyceny. Sam będziesz to robił około 5 godzin. Jeśli zaprosisz kolegę – razem się uporacie pewnie w 3 godziny.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
2	Na ten tydzień chcesz umówić 3 spotkania z klientami. W zależności, jak się z nimi umówisz, to będziesz musiał zaplanować tak cały tydzień. Sam oszacuj czas potrzebny na spotkania. Standardowo spotykasz się z klientami około 45 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
3	Zostałeś zaproszony na spotkanie w sprawie prezentacji nowej bazy do zarządzania kontaktami. Potrzebujesz na to 2 godziny.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
4	Prowadzisz obecnie rekrutację na młodszego handlowca. Otrzymałeś od działu HR jedynie 4 życiorysy. Sam musisz obdzwonić kandydatów. Być może masz zaplanować też wstępne rozmowy telefoniczne. Standardowo na rozmowę osobistą potrzebujesz około 30 minut. Do końca tygodnia chciałbyś wyłonić kandydata.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
5	Jak co tydzień rozliczasz się ze swoich wizyt, podróży, rachunków. Musisz uzupełnić bazę danych. Czas potrzebny to 30 minut. Musisz to zrobić do środy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
6	Dostałeś zaproszenie na spotkanie w sprawie nowych projektów dofinansowanych z funduszy unijnych. Nigdy nie trwa to krócej niż godzinę.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
7	Z uwagi na zbliżające się problemy z płynnością finansową firmy Twój szef poprosił Cię o szczegółową miesięczną rozpiskę kosztów pracy na kolejne trzy miesiące. Czas niezbędny do pracy to 1 godzinę.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
8	Zostałeś zaproszony na szkolenie ze sprzedaży. Będzie realizowane w okolicach Kołobrzegu. Potrwa dwa dni.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
9	Inspektor bezpieczeństwa informacji chce Twojej opinii w sprawie jakości raportów generowanych z systemu. Czas potrzebny to 30 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
10	W celach masz zaplanowane 10 rozmów telefonicznych ze swoimi klientami.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
11	Musisz serwisować swój samochód. Zajmuje to zazwyczaj od 1 do 3 godzin. Serwis jest w Gdyni.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
12	Dostałeś do wdrożenia nowego pracownika. Musisz mu poświęcić regularnie 30 minut dziennie, aby przekazać mu wytyczne na dany dzień pracy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
13	Dzwoni Twoja żona z prośbą, abyś dzisiaj odebrał dziecko ze szkoły o 16.00, bo ona nie może – zostaje dłużej w pracy (czwartek).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
14	Przedstawiciel Handlowy jednego z poddostawców chce się spotkać, aby przekonać do swoich opakowań. Ty masz o tym zdecydować, czy wykorzystacie nowego poddostawcę do produkcji Waszych produktów. (niezbędny czas – 60 minut).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
15	Masz wewnętrzną prezentację przed członkami zarządu. Musisz się przygotować na wystąpienie około 30 minutowe, które jest w piątek z rana. Przygotowanie zajmie Ci drugie tyle.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
16	Przygotowujesz nowy wzór umowy pod względem merytorycznym. Masz to przekazać prawnikowi najpóźniej w środę o 10.00.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
17	Twój stały klient zadzwonił z niespodziewanym problemem. Musisz do niego pojechać przed jego urlopem, na który idzie w czwartek. Na szczęście masz niedaleko – tylko godzina jazdy od domu.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
18	Dzwoni Twój agent ubezpieczeniowy, pytając, czy chciałbyś podwyższyć sumę swego ubezpieczenia na życie. Rozmowa z nim zajmuje Ci 15 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
19	We środę masz zajęcia z angielskiego w biurze. Lekcja trwa 60 minut. Lektor przychodzi o 8.00.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
20	Twój kolega prosi Cię, abyś pojechał w zastępstwie do jego klienta, czeka cię upojna podróż do Łodzi.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
21	Dzwoni do Ciebie konsultant z sieci komórkowej. Chce porozmawiać o przedłużeniu umowy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
22	Jeszcze dziś (wtorek) musisz wysłać 2 standardowe oferty do klientów. Zabierze Ci to do 2 godzin.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
23	Jacek wrócił z wakacji. Zaprasza Cię na obiad, aby spotkać się i porozmawiać, co się działo pod jego nieobecność.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
24	Bank zadzwonił do Ciebie w sprawie Twojego osobistego kredytu, Informacja jest pilna, jeśli chcesz uzyskać zgodę na kredyt na czas. Potrzebujesz 30 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
25	Młodszy kolega poprosił o pomoc w rozwiązaniu problemu. Poświęcasz mu 30 minut	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
26	Właśnie otrzymałeś egzemplarz kwartalnika branżowego i chciałbyś go przejrzeć, choćby przez kwadrans.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
27	Szukasz nowych klientów w województwie kujawsko – pomorskim. Przeglądasz bazy danych. Mija godzina.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
28	Dział HR zaprosił Cię do wypełnienia ankiety oceny okresowej. Sama ankieta zajmie Ci pewnie 30 minut. Potem musisz spotkać się z szefem na godzinę, aby wyniki omówić. Ale nie musisz robić tego samego dnia. Szef mówił o piątku, że ma po 12.00 czas.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
29	Twój stażysta chce porozmawiać o urlopie. Zajmuje Ci 15 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
30	Masz przygotować raporty sprzedażowe z ostatniego kwartału – zajmuje to kolejne 90 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
31	Idziesz na spotkanie z Zarządem (czwartek). Nie wiesz ile to potrwa....	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
32	Dostałeś dwa zapytania od tego samego klienta. Zna Waszą ofertę, ale chce porozmawiać telefonicznie. Zabierze pewnie ze 30 minut + przygotowanie potem każdej z ofert (30 minut każda).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
33	Masz telekonferencję z kolegami z Centrali. Rezerwujesz 90 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
34	Dział Marketingu chce spotkać się na warsztacie, aby uzgodnić kierunki nowej kampanii dla produktów. Potrzebna godzina	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
35	Szukasz dobrego miejsca na kolację z klientem we wtorek. Kolacja ma być po 18.00. Możesz sobie odebrać godzinę z kolejnych dni pracy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

Wskazówki do oceny:

Priorytety:

Najważniejsze: zadania związane ze sprzedażą

Najbardziej pilne: zadania na poniedziałek, lub do przygotowania w poniedziałek na kolejne dni. Z każdym dniem pilność zadań powinna maleć.

W ocenie należy uwzględnić czy uczestnik różnicował pilność i ważność poszczególnych zadań.

Poziom E

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami i z uzasadnieniami. Zgodnie z reguła 60/40 zaplanował jedynie 60 % czasu na zadania wskazane w arkuszu. Stąd część zadań przeniósł na kolejny tydzień np. zadanie 21, 26, 34.

Przewidział czas na realizację zadania 35(kolacja).

Zadanie 31 (spotkanie z Zarządem) powinno być zaplanowane w taki sposób, żeby nie wykonanie innych zadań tego dnia nie wpływały na efektywność realizowanych celów szczególnie sprzedażowych.

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień

Zaplanował 30 min na stworzenie planu tygodniowego w poniedziałek o 8.00.

Poziom D

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami i z uzasadnieniami. Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zadanie 31 (spotkanie z Zarządem) powinno być zaplanowane w taki sposób, żeby nie wykonanie innych zadań tego dnia nie wpływały na efektywność realizowanych celów szczególnie sprzedażowych.

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień

Poziom C

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie niektórych zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35 . Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami. Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień.

Poziom B

Zdarzyło się, że prawidłowo określił priorytety. Zdarzyło się, że różnicował ważność i pilność zadań. Zdarzyło się, że nie różnicował ważności i pilności zadań. Nie planował czasu na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35 . Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami lub przypisał godziny do zadań nie tworząc planu tygodniowego. Zaplanował zadanie 12 jako zadanie do wykonania, jednak np. nie na każdy dzień.

Poziom A

Nieprawidłowo określone priorytety zadań. Brak różnicowania ważności i pilności zadań. Brak harmonogramu, lub brak przypisania godzin i dni do poszczególnych zadań.

Spotkanie uczestników Akademii Handlowej

(zadanie grupowe)

Imię i nazwisko.....

Imię i nazwisko.....

Imię i nazwisko.....

Imię i nazwisko.....

Imię i nazwisko.....

Instrukcja dla Uczestnika

Jesteś pracownikiem firmy handlowej. Sprzedajesz słodczyce znanej marki istniejącej w Polsce od ponad 100 lat. Odpowiadasz ze region północny – pokrywa się on z obszarem województw: pomorskie, kujawsko – pomorskie, zachodniopomorskie. Jesteś mobilnym pracownikiem. Możesz pracować z domu (Gdańsk), choć głównie spędzasz go w biurze i u Klientów. Pracujesz etatowo, więc czas pracy w tygodniu to 40 godzin. Oczywiście zdarzają się różne okoliczności wydłużające dzień pracy. Firma patrzy na to dość elastycznie. Chodzi o to, aby Twoje zadania były odpowiednio zrealizowane. Poniżej znajdziesz listę zadań, które spisałeś sobie w piątek popołudniu. Dziś jest poniedziałek – 8.00. Twoim zadaniem jest opisanie jak będzie wyglądał Twój tydzień pracy uwzględniając poniższe informacje. Dokonaj wyboru kiedy i co zrobisz (stwórz harmonogram tygodniowej pracy). Opisując poszczególne dni podaj czas rozpoczęcia i zakończenia pracy. Planując swój tydzień pracy krótko wyjaśnij przyczyny dokonania takiego wyboru.

W trakcie planowania możesz się posługiwać numerami zadań. Realizując zadanie określ ważność i pilność poniższych zadań na skali od 1 (mało ważne lub mało pilne) do 6 (bardzo ważne lub bardzo pilne). Możesz również posługiwać się poniższymi symbolami:

S – samodzielnie,

R – razem z innymi,

O – odłożenie na kolejny tydzień,

R – rezygnacja z zadania.

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
1	Pojawiła się szansa wystąpienia w przetargu. Potrzebne jest przygotowanie oferty i wyceny. Sam będziesz to robił około 5 godzin. Jeśli zaprosisz kolegę – razem się uporacie pewnie w 3 godziny.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
2	Na ten tydzień chcesz umówić 3 spotkania z klientami. W zależności, jak się z nimi umówisz, to będziesz musiał zaplanować tak cały tydzień. Sam oszacuj czas potrzebny na spotkania. Standardowo spotykasz się z klientami około 45 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
3	Zostałeś zaproszony na spotkanie w sprawie prezentacji nowej bazy do zarządzania kontaktami. Potrzebujesz na to 2 godziny.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
4	Prowadzisz obecnie rekrutację na młodszego handlowca. Otrzymałeś od działu HR jedynie 4 życiorysy. Sam musisz obdzwonić kandydatów. Być może masz zaplanować też wstępne rozmowy telefoniczne. Standardowo na rozmowę osobistą potrzebujesz około 30 minut. Do końca tygodnia chciałbyś wyłonić kandydata.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
5	Jak co tydzień rozliczasz się ze swoich wizyt, podróży, rachunków. Musisz uzupełnić bazę danych. Czas potrzebny to 30 minut. Musisz to zrobić do środy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
6	Dostałeś zaproszenie na spotkanie w sprawie nowych projektów dofinansowanych z funduszy unijnych. Nigdy nie trwa to krócej niż godzinę.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
7	Z uwagi na zbliżające się problemy z płynnością finansową firmy Twój szef poprosił Cię o szczegółową miesięczną rozpiskę kosztów pracy na kolejne trzy miesiące. Czas niezbędny do pracy to 1 godzinę.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
8	Zostałeś zaproszony na szkolenie ze sprzedaży. Będzie realizowane w okolicach Kołobrzegu. Potrwa dwa dni.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
9	Inspektor bezpieczeństwa informacji chce Twojej opinii w sprawie jakości raportów generowanych z systemu. Czas potrzebny to 30 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
10	W celach masz zaplanowane 10 rozmów telefonicznych ze swoimi klientami.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
11	Musisz serwisować swój samochód. Zajmuje to zazwyczaj od 1 do 3 godzin. Serwis jest w Gdyni.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
12	Dostałeś do wdrożenia nowego pracownika. Musisz mu poświęcić regularnie 30 minut dziennie, aby przekazać mu wytyczne na dany dzień pracy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
13	Dzwoni Twoja żona z prośbą, abyś dzisiaj odebrał dziecko ze szkoły o 16.00, bo ona nie może – zostaje dłużej w pracy (czwartek).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
14	Przedstawiciel Handlowy jednego z poddostawców chce się spotkać, aby przekonać do swoich opakowań. Ty masz o tym zdecydować, czy wykorzystacie nowego poddostawcę do produkcji Waszych produktów. (niezbędny czas – 60 minut).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
15	Masz wewnętrzną prezentację przed członkami zarządu. Musisz się przygotować na wystąpienie około 30 minutowe, które jest w piątek z rana. Przygotowanie zajmie Ci drugie tyle.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
16	Przygotowujesz nowy wzór umowy pod względem merytorycznym. Masz to przekazać prawnikowi najpóźniej w środę o 10.00.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
17	Twój stały klient zadzwonił z niespodziewanym problemem. Musisz do niego pojechać przed jego urlopem, na który idzie w czwartek. Na szczęście masz niedaleko – tylko godzina jazdy od domu.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
18	Dzwoni Twój agent ubezpieczeniowy, pytając, czy chciałbyś podwyższyć sumę swego ubezpieczenia na życie. Rozmowa z nim zajmuje Ci 15 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
19	We środę masz zajęcia z angielskiego w biurze. Lekcja trwa 60 minut. Lektor przychodzi o 8.00.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
20	Twój kolega prosi Cię, abyś pojechał w zastępstwie do jego klienta, czeka cię upojna podróż do Łodzi.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
21	Dzwoni do Ciebie konsultant z sieci komórkowej. Chce porozmawiać o przedłużeniu umowy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
22	Jeszcze dziś (wtorek) musisz wysłać 2 standardowe oferty do klientów. Zabierze Ci to do 2 godzin.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
23	Jacek wrócił z wakacji. Zaprasza Cię na obiad, aby spotkać się i porozmawiać, co się działo pod jego nieobecność.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
24	Bank zadzwonił do Ciebie w sprawie Twojego osobistego kredytu, Informacja jest pilna, jeśli chcesz uzyskać zgodę na kredyt na czas. Potrzebujesz 30 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
25	Młodszy kolega poprosił o pomoc w rozwiązaniu problemu. Poświęcasz mu 30 minut	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
26	Właśnie otrzymałeś egzemplarz kwartalnika branżowego i chciałbyś go przejrzeć, choćby przez kwadrans.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
27	Szukasz nowych klientów w województwie kujawsko – pomorskim. Przeglądasz bazy danych. Mija godzina.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
28	Dział HR zaprosił Cię do wypełnienia ankiety oceny okresowej. Sama ankieta zajmie Ci pewnie 30 minut. Potem musisz spotkać się z szefem na godzinę, aby wyniki omówić. Ale nie musisz robić tego samego dnia. Szef mówił o piątku, że ma po 12.00 czas.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
29	Twój stażysta chce porozmawiać o urlopie. Zajmuje Ci 15 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
30	Masz przygotować raporty sprzedażowe z ostatniego kwartału – zajmuje to kolejne 90 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
31	Idziesz na spotkanie z Zarządem (czwartek). Nie wiesz ile to potrwa....	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
32	Dostałeś dwa zapytania od tego samego klienta. Zna Waszą ofertę, ale chce porozmawiać telefonicznie. Zabierze pewnie ze 30 minut + przygotowanie potem każdej z ofert (30 minut każda).	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

l.p	Zadanie	Priorytetyzacja
33	Masz telekonferencję z kolegami z Centrali. Rezerwujesz 90 minut.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
34	Dział Marketingu chce spotkać się na warsztacie, aby uzgodnić kierunki nowej kampanii dla produktów. Potrzebna godzina	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6
35	Szukasz dobrego miejsca na kolację z klientem we wtorek. Kolacja ma być po 18.00. Możesz sobie odebrać godzinę z kolejnych dni pracy.	Ważność 1 2 3 4 5 6 Pilność 1 2 3 4 5 6

Wskazówki do oceny:

Priorytety:

Najważniejsze: zadania związane ze sprzedażą

Najbardziej pilne: zadania na poniedziałek, lub do przygotowania w poniedziałek na kolejne dni. Z każdym dniem pilność zadań powinna maleć.

W ocenie należy uwzględnić czy uczestnik różnicował pilność i ważność poszczególnych zadań.

Poziom E

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami i z uzasadnieniami. Zgodnie z reguła 60/40 zaplanował jedynie 60 % czasu na zadania wskazane w arkuszu. Stąd część zadań przeniósł na kolejny tydzień np. zadanie 21, 26, 34.

Przewidział czas na realizację zadania 35(kolacja).

Zadanie 31 (spotkanie z Zarządem) powinno być zaplanowane w taki sposób, żeby nie wykonanie innych zadań tego dnia nie wpływały na efektywność realizowanych celów szczególnie sprzedażowych.

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień

Zaplanował 30 min na stworzenie planu tygodniowego w poniedziałek o 8.00.

Poziom D

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35. Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami i z uzasadnieniami. Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zadanie 31 (spotkanie z Zarządem) powinno być zaplanowane w taki sposób, żeby nie wykonanie innych zadań tego dnia nie wpływały na efektywność realizowanych celów szczególnie sprzedażowych.

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień.

Poziom C

Prawidłowo określił priorytety. Różnicował ważność i pilność zadań. Zaplanował czas na przygotowanie niektórych zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35 . Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami. Przewidział czas na realizację zadania 35 (kolacja).

Zaplanował zadanie 12 jako zadanie na każdy dzień.

Poziom B

Zdarzyło się, że prawidłowo określił priorytety. Zdarzyło się, że różnicował ważność i pilność zadań. Zdarzyło się, że nie różnicował ważności i pilności zadań. Nie planował czasu na przygotowanie zadań np. na zadanie 15, 28, 4, 16, 35 . Stworzył harmonogram z opisem godzin oraz przypisanymi zadaniami lub przypisał godziny do zadań nie tworząc planu tygodniowego. Zaplanował zadanie 12 jako zadanie do wykonania, jednak np. nie na każdy dzień.

Poziom A

Nieprawidłowo określone priorytety zadań. Brak różnicowania ważności i pilności zadań. Brak harmonogramu, lub brak przypisania godzin i dni do poszczególnych zadań.



5. Zestaw zadań diagnozujących kompetencje twarde – profil przedstawiciela handlowego

Pobierz wersję MS-Word 

Zadanie nr 1

Kto siedział przy moim komputerze?

Instrukcja dla Uczestnika

Za chwilę wcielisz się w rolę Handlowca średniej firmy „SlowFood” zajmującej się dystrybucją ekologicznych produktów spożywczych. Każdy handlowiec w firmie odpowiada za poszukiwanie nowych klientów w postaci sklepów spożywczych. Przychodzisz do pracy po 3 tygodniowym urlopie, na którym przebywałeś bez dostępu do Internetu i z wyłączonym służbowym telefonem komórkowym. Po przyjsciu do pracy odkrywasz, że Twoje stanowisko pracy zostało lekko „przeorganizowane”. Od Twojego laptopa są odłączone przewody: zasilający i myszy.

Na biurku znajdujesz pen-drive oraz kartkę od kierownika:

„Witaj z powrotem! Jak tylko się ogarniesz – mam prośbę o sprawdzenie, czy na Twoim komputerze można zainstalować program Adobe Reader 11 – do obsługi plików PDF.

Na pendrive w folderze \Adobe Reader znajdziesz potrzebne pliki”.

Zadanie nr 1 składać się będzie z części:

1. Rozpoczęcie pracy na komputerze:
 - a. Podłączenie kabla zasilającego i myszy
 - b. Zalogowanie się do komputera
 - i. Nazwa użytkownika (login): zegarek,
 - ii. Hasło: 11aa22bb33ccABC
2. Przygotowanie komputera do pracy:
 - a. Ustawienie rozdzielczości ekranu na natywną (zalecaną).
Rozdzielczość przed zmianą to
Rozdzielczość po zmianie to
 - b. Ustawienie głośności dźwięków na maksymalną
 - c. Podłączenie się do sieci Internet za pomocą sieciowej karty bezprzewodowej
(*hasło do sieci bezprzewodowej otrzymasz od prowadzącego*)
 - d. Ustawienie układu klawiatury na „polski-programisty”
3. Wypełnienie **karty sprawdzenia wymagań** (na następnej stronie).
Potrzebne dane znajdziesz w na Pendrive w folderze \AdobeReader. Konieczne będzie również sprawdzenie właściwości komputera.

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Karta sprawdzenia wymagań

Wymagania dla programu

Data:

Wypełnił:

Parametr	Wymaganie programu	Właściwości systemu komputera	Komputer spełnia wymagania (tak/nie)
Procesor (prędkość w Ghz)			
Wersja systemu Windows			
Ilość pamięci RAM (w MB)			
Ilość dostępnego wolnego miejsca na dysku twardym (w MB)			
Rozdzielczość ekranu			
Przeglądarki internetowe			

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- A. Zmienić rozdzielczość na 1024x768;
 - a. Prawym przyciskiem na ekran
 - b. „Rozdzielczość”
- B. Wyciszyć głośnik;
 - a. Ikona w prawym dolnym rogu ekranu
- C. Ustaw język klawiatury na polski (214):
 - a. Panel sterowania
 - b. Opcje regionalne – „region i język”
 - c. „Klawiatury i języki”
 - d. „Zmień klawiatury”
 - e. Dodajemy język „polski (214)”
 - f. Ustawiamy język domyślny na „Polski 214”
 - g. Zakładka „Pasek języka”
 - h. Ustawiamy „dokowany na pasku zadań”
- D. Jeżeli hasło na „zegarek” jest inne niż podano – ustawiamy jak poniżej (konto „zegarek: powinno być kontem z uprawnieniami administratora)

Login zegarek

Hasło: **11aa22bb33ccABC**

- a. Panel sterowania
- b. Konta użytkowników
- c. Zmień hasło

WAŻNE: być we właściwym koncie, (jeżeli nie – zmień ustawienia innego konta)

- E. Ustawienia sieci bezprzewodowej – komputer nie loguje się automatycznie do dostępnych w trakcie ćwiczeń sieci, nie istnieją konfigurację połączenia (w szczególności nie jest zapamiętane hasło do żadnej dostępnej sieci)

WINDOWS 7

- a. Ustawienia sieci bezprzewodowych
- b. Centrum sieci i udostępniania
- c. Zarządzaj sieciami
- d. Usuń

WINDOWS 8

- a. Ustawienia sieci bezprzewodowych
- b. Prawym na sieć
- c. „zapomnij tę sieć”

- F. penDrive z folderem \Adobe Reader, w którym znajdują się:

- a. Plik instalatora (pobrany z http://ardownload.adobe.com/pub/adobe/reader/win/11.x/11.0.00/pl_PL/AdbeRdr11000_pl_PL.exe) oraz
- b. Plik wymagania.txt (zawierający informacje nt. wymagań programu Adobe Acrobat w wersji 11 – dane pobrane ze strony producenta: <http://www.adobe.com/pl/products/reader/tech-specs.html#xi>)

UWAGA

Sprawdzenie wymagań komputera:

Procesor itd.

Prawym przyciskiem na „Komputer”
Właściwości

Ilość miejsca na dysku

W „Komputerze”

Wersja przeglądarki IE

Włączamy IE
Kółeczko zębate w prawym górnym rogu
„IE – Informacje”

- G. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest wyłączony, odłączone są kable: myszy i zasilający
- H. Pendrive nie jest podłączony do komputera
- I. W komputerze **nie są zainstalowane programy**: przeglądarka Mozilla Firefox oraz Adobe Reader
- Panel sterowania
 - „programy i funkcje”
 - O ile jest „Mozilla Firefox” _ „Odinstaluj”
 - O ile jest „Adobe Reader” _ „Odinstaluj”

Zadanie nr 2*Ciasnota***Instrukcja dla Uczestnika**

Pracujesz na stanowisku Handlowca w średniej firmie „SlowFood” zajmującej się dystrybucją ekologicznych produktów spożywczych. Każdy handlowiec w firmie odpowiada za poszukiwanie nowych klientów w postaci sklepów spożywczych. Zostałeś poproszony o zainstalowanie na swoim komputerze:

- a) aplikacji do obsługi plików PDF (program Adobe Reader 11 wymaga 320 megabajtów [MB] wolnego miejsca).
- b) przeglądarkę internetową (Mozilla FireFox 17 potrzebuje kolejnych 46 megabajtów [MB] wolnego miejsca)

Od administratora otrzymałeś informację, iż powinieneś zwolnić nieco miejsca na dysku twardym.

Zadanie nr 2 składać się będzie z części:

A. Zalogowanie się do komputera i wypełnienie „Załącznika do zadania nr 2”

- a. Zalogowanie się do komputera
 - i. Nazwa użytkownika (login): zegarek,
 - ii. Hasło: 11aa22bb33ccABC
- b. Wypełnienie formularza

Data:

Wypełnił:

Chcę zainstalować programy:

Program 1:

Program 2:

Programy potrzebują następującej ilości wolnego miejsca na dysku twardym:

X = (Program 1)

Y = (Program 2)

Pliki programów do instalacji znajdujące się na Pendrive mają rozmiar:

x = (Program 1)

y = (Program 2)

Ilość wolnego miejsca na dysku wymaganego do poprawnej pracy systemu z = 300 MB

Obecna ilość wolnego miejsca na dysku a =

Minimum wolnej przestrzeni na dysku

$x + X + y + Y + z = \dots$ jest zapewnione/niezapewnione (niepotrzebne skreślić)

B. Zwolnienie miejsca na dysku C w komputerze:

a. Opróżnij kosz

Po opróżnieniu kosza ilość wolnego miejsca na dysku C wynosi:

b. W komputerze na dysku C w folderze \Starocie znajdź pliki starsze niż 1 miesiąc

c. W komputerze na dysku C w folderze \Starocie wyślij pliki starsze niż 1 miesiąc do folderu skompresowanego ZIP

d. W komputerze na dysku C w folderze \Starocie usuń pliki starsze niż 1 miesiąc

e. Wytnij plik archiwum (folder skompresowany ZIP) i wklej go na płytę CD-R/DVD-R a następnie nagraj płytę.

f. Usuń plik archiwum (folder skompresowany ZIP) z komputera z dysku C z folderu \Starocie

g. Ponownie opróżnij kosz

h. Po opróżnieniu kosza ilość wolnego miejsca na dysku C wynosi:

C. Zainstalowanie aplikacji Adobe Reader 11 oraz Mozilla FireFox 17

a. Programy do instalacji obu wymaganych aplikacji znajdują się na dysku wymiennym pen-drive

Adobe Reader 11 w folderze \Adobe Reader

Mozilla FireFox 17 w folderze \Mozilla FireFox

b. Zlokalizuj na pulpicie komputera skrót o nazwie \Instalki

c. Popraw jego nazwę na \Instalki (w nazwie powinna występować mała litera „n”)

d. Skopiuj programy do instalacji z dysku wymiennego pen-drive i wklej je na dysk twardy C komputera do folderu wskazywanego przez skrót \Instalki umiejscowiony na pulpicie

e. Odłącz dysk wymienny pen-drive od komputera

f. Zainstaluj aplikację Adobe Reader 11

g. Zainstaluj aplikację Mozilla FireFox 17

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

A. Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora

Login: zegarek

Hasło: **11aa22bb33ccABC**

B. Pendrive z folderami:

a. \Adobe Reader, w którym znajdują się:

i. Plik instalatora (pobraną z http://ardownload.adobe.com/pub/adobe/reader/win/11.x/11.0.00/pl_PL/AdbeRdr11000_pl_PL.exe) oraz

ii. Plik wymagania.txt (zawierający informacje nt. wymagań programu Adobe Acrobat w wersji 11 – dane pobrane ze strony producenta: <http://www.adobe.com/pl/products/reader/tech-specs.html#xi>)

b. \Mozilla FireFox, w którym znajduje się plik instalatora (pobraną z <https://download.mozilla.org/?product=firefox-17.0&os=win&lang=pl>)

C. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany

- D. Pendrive nie jest podłączony do komputera
- E. W koszu znajdują się pliki do usunięcia
- Z „naszego” pendrive przegrywamy na pulpit plik do_skasowania
 - Usuujemy plik z pulpitu (plik powinien trafić do kosza)
- F. Na dysku twardym C w folderze \Starocie znajdują się pliki:
- Plik001 wielkości 50 MB starszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
 - Plik002 wielkości 50 MB starszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
 - Plik003 wielkości 50 MB starszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
 - Plik004 wielkości 50 MB starszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
 - Plik005 wielkości 50 MB młodszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
 - Plik006 wielkości 50 MB młodszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
- Należy utworzyć katalog C:\Starocie i przegrać do niego 6 plików j.w. z pendrive asesora.
- G. Na dysku twardym komputera C: należy utworzyć folder \Instalatory – powinien być on pusty (wyczyścić jego zawartość)
- H. na pulpicie istnieje skrót do folderu C:\Instalatory o nazwie „INstalki” (należy utworzyć)
- I. Dostępne są dwie puste płyty CD-R\DVD-R

Zadanie nr 3

Zaopiekuj się mną

Instrukcja dla Uczestnika

Pracujesz na stanowisku Handlowca w średniej firmie „SlowFood” zajmującej się dystrybucją ekologicznych produktów spożywczych. Każdy handlowiec w firmie odpowiada za poszukiwanie nowych klientów w postaci sklepów spożywczych.

Dziś po przyjściu do pracy znalazłeś na swoim służbowym telefonie komórkowym informację SMS od szefa:

Cześć. Sprawdź wiadomość od Farmer.pl na skrzynce. Sprawa pilna!

PS. Popraw podpis – nasz nowy nr faxu to 22 100 20 39

Zadanie nr 3 składać się będzie z części:

- A. Zalogowanie się do komputera a następnie – do poczty
 - a. Zaloguj się do komputera
Nazwa użytkownika (login): zegarek,
Hasło: **11aa22bb33ccABC**
 - b. Uruchom przeglądarkę internetową
 - c. Zaloguj się na skrzynkę e-mail
Adres URL: poczta.onet.pl
Login: ahpracownik@onet.pl
Hasło: p12owrraccaaaa34m
- B. Poprawienie podpisu
 - a. Przejdź do ustawień poczty e-mail dotyczących pisania i wysyłania wiadomości
 - b. Popraw podpis tak, aby zawierał nowy nr faksu.
- C. Obsługa korespondencji poczty od klienta:
 - a. Odbierz wiadomość e-mail do klienta Farmer.pl o temacie „Prośba o ofertę”
 - b. Zapisz załącznik z wiadomości (plik H_Z3_zapytanie ofertowe _Farmer.pdf)
 - c. W komputerze na dysku twardym C w folderze \Klienci utwórz nowy folder \Farmer.pl
 - d. Otwórz folder, w którym znajdują się pobrane pliki
 - e. Skopiuj plik H_Z3_zapytanie ofertowe _Farmer.PDF i wklej go na dysku C w folderze \Klienci\Farmer.pl
 - f. Odpowiedz na maila klientowi, iż jesteś w stanie przygotować ofertę na wyznaczony przez niego termin
 - g. Wejdź na dysk twardy C i otwórz dokument zapisany w folderze \Klienci\Farmer.pl

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- a) Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora
Login zegarek
Hasło 11aa22bb33ccABC
- b) Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany
- c) Skonfigurowany dostęp do Internetu
- d) Zainstalowana przeglądarka Internet Explorer oraz Mozilla FireFox

- e) Opróżniony folder użytkownika \Pobrane
- f) Skonfigurowane dla uczestnika unikalne konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
- g) Wyczyszczone wszystkie foldery poczty (m.in. wysłane, szkice, odebrane,...)
- h) Wyłączone automatyczne logowanie się do poczty e-mail
- i) Na ww. koncie ustawiony podpis:
Pozdrawiam bardzo serdecznie
Marek Zegarek
Handlowiec
SlowFood
Ul. Owocna 10c, 00-102 Warszawa
Tel: 22 100 20 30,
Fax: 22 100 20 31,
Mob: 600 600 600
- j) Na adres poczty użytkownika wpłynęła od Farmer wiadomość e-mail -
Od: Farmer.pl
Temat: Prośba o ofertę
Załącznik: H_Z3_zapytanie ofertowe _Farmer.PDF
Treść maila:
Zwracam się do Państwa z prośbą o przesłanie w dniu dzisiejszym oferty na asortyment spożywczy – zgodnie z zapytaniem nr ABC\Farmer\1.
Szczegóły wymagań dotyczących ilości towarów znajdziecie Państwo w załączniku do wiadomości.
Proszę o przygotowanie oferty zawierającej kalkulację ceny.
Liczymy na 10% rabat dla stałego klienta:)
--
Pozdrawiam
Halina Grzeszczak
Specjalista ds. zakupów
Farmer.pl
- k) Książka adresowa (kontakty) z adresami:
 - a. szefa – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
- l) Na dysku twardym C komputera znajduje się struktura folderów:
 - \Klienci
 - \Klienci_Szablony
 - \Klienci\ABC
 - \Klienci\Bertels
 - \Klienci\Gogg
 - \Klienci\Zyrafa.pl
- m) Zainstalowany program do otwierania plików PDF

Zadanie nr 4

Liczmany**Instrukcja dla Uczestnika**

Pracujesz na stanowisku Handlowca w średniej firmie „SlowFood” zajmującej się dystrybucją ekologicznych produktów spożywczych. Każdy handlowiec w firmie odpowiada za poszukiwanie nowych klientów w postaci sklepów spożywczych.

Na swoim służbowym telefonie komórkowym odbierasz informację SMS od szefa:

Cześć. Pamiętasz temat Farmer.pl? Nie wiem, czy to zarejestrowałeś, ale sprawa była BARDZO PILNA. Zgadzam się na rabat 10%. Przygotuj kalkulację i wyślij do nich jak najszybciej. Umieść mnie w kopii wiadomości (DW).

Zadanie nr 4 składać się będzie z części:

- A. Zalogowanie się do komputera a następnie
 - a. Zaloguj się do komputera
Nazwa użytkownika (login): zegarek,
Hasło: 11aa22bb33ccABC
- B. Otwarcie pliku Excela i zapisanie go pod inną nazwą
Plik H_Z4_Przygotowanie_kalkulacji_DANE.xlsx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci\Farmer.pl
 - a. Otwórz zapisany plik
 - b. Plik zapisz, jako H_Z4_Przygotowanie_kalkulacji_KALKULACJA.xlsx
- C. Przepisanie zamówienia
 - a. W skoroszycie Excel w pliku kalkulacji zlokalizuj arkusze: „Stan magazynowy” oraz „Cennik”
 - b. Wstaw nowy arkusz „Zapytanie”
 - c. Stwórz w arkuszu Excel tabelę zapytania korzystając z danych z pliku H_Z3_zapytanie ofertowe_Farmer.PDF (znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci\Farmer.pl)
- D. Sprawdzenie stanów magazynowych
 - a. Sprawdzenie dla każdego z produktów z zamówienia, czy posiadamy odpowiednią ilość na stanie magazynowym.
 - b. Opisanie kolumny „E” i wypełnienie arkusza wg wzoru:

	A	B	C	D	E
1	Lp.	Nazwa towaru	Ilość	J.m.	Czy mamy na stanie
2	1	Jaja kurze L - z chowu ściółkowego	100	sztuka	TAK
3	2	Mleko krowie 3,2% - z produkcji ekologicznej	200	litr	TAK
4	3	Ser Gouda	50	kg	
5	4	Śmietana wiejska	30	litr	
6	5	Jabłka McIntosh	400	kg	
7	6	Jabłka Cortland	500	kg	
8	7	Gruszki Klaps	500	kg	
9	8	Śliwki Węgierki	300	kg	

- E. Wykonanie kalkulacji
 - a. W aplikacji Excel w pliku kalkulacji zlokalizuj arkusz „Zapytanie”
 - b. Przygotuj wycenę poszczególnych towarów

- c. Oblicz sumę zamówienia brutto
d. Oblicz wartość rabatu, na jaki zgadza się szef.

U dołu zamówienia powinna znajdować się wartość końcowa „do zapłaty”.

Przykład układu kalkulacji przedstawia rysunek poniżej:

	A	B	C	D	F	G
1	Lp.	Nazwa towaru	Ilość	J.m.	Cena brutto	Wartość brutto
2		1 Jaja kurze L - z chowu ściółkowego		sztuka		
3		2 Mleko krowie 3,2 % - z produkcji ekologicznej		litr		
4		3 Ser Gouda		kg		
5		4 Śmietana wiejska		litr		
6		5 Jabłka McIntosh		kg		
7		6 Jabłka Cortland		kg		
8		7 Gruszki Klaps		kg		
9		8 Śliwki Węgierki		kg		
10					suma	
11					rabat %	10%
12					wartość rabatu	1 242,30 zł
13					do zapłaty	11 180,70 zł

- e. Zapisz plik
F. Zalogowanie się do poczty i wysłanie maila do klienta
- Uruchom przeglądarkę internetową
 - Zaloguj się na skrzynkę e-mail
 - Adres URL: poczta.onet.pl
 - Login: ahpracownik@onet.pl
 - Hasło: p12owrracaaaa34m
 - W aplikacji poczty stwórz nową wiadomość
 - Adresatem wiadomości ma być firma Farmer.pl
 - Kopie DW (do wiadomości) ma otrzymać Twój szef
 - Wyślij im w załączniku plik kalkulacji

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- A. Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora

Login: zegarek

Hasło: **11aa22bb33ccABC**

- B. Na dysku twardym w katalogu \Klienci\Farmer.pl znajdują się pliki:

H_Z3_zapytanie ofertowe _Farmer.PDF

H_Z4_Przygotowanie_kalkulacji_DANE.xlsx

- C. Skonfigurowany dostęp do Internetu

- D. Zainstalowana przeglądarka Internet Explorer oraz Mozilla FireFox

- E. Książka adresowa (kontakty) z adresami:

- szefa – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
- Farmer.pl – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)

- F. Na dysku twardym komputera znajduje się struktura folderów:

\\Klienci

\\Klienci_Szablony

\\Klienci\ABC

\\Klienci\Bertels

\\Klienci\SlowFood

\\Klienci\Gogg

\\Klienci\Zyrafa.pl

G. Zainstalowany program do otwierania plików PDF

H. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany

Zadanie nr 5

Prezentuj broń

Instrukcja dla Uczestnika

Pracujesz na stanowisku Handlowca w średniej firmie „SlowFood” zajmującej się dystrybucją ekologicznych produktów spożywczych. Każdy handlowiec w firmie odpowiada za poszukiwanie nowych klientów w postaci sklepów spożywczych.

Na swoim służbowym telefonie komórkowym odbierasz informację SMS od szefa:

Cześć. Przypominam o umówionym spotkaniu w Farmerze. Przygotuj się do prezentacji na podstawie naszej „starej” prezentacji. Dzięki. PS. Pamiętaj, żeby wziąć do nich rzutnik.

Niestety nie masz najnowszej wersji prezentacji a tylko jej roboczą wersję.

Zachował się wydruk z przynajmniej częścią notatek, co należało w niej poprawić. Będziesz musiał odtworzyć prezentację na podstawie tych notatek.

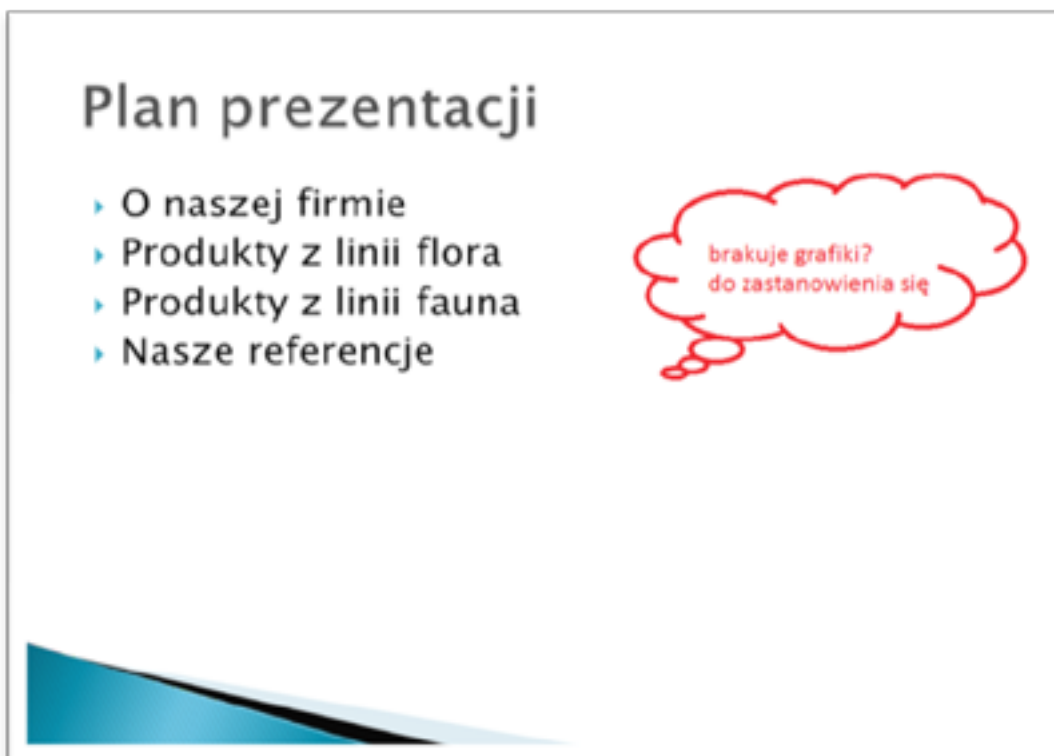
Od Twojego kolegi Marka dowiedziałeś się, że grafiki, które były użyte do przygotowania starej prezentacji cały czas znajdują się na dysku C komputera w folderze \Klienci_Szablony\Grafika

Prezentację sprawdź na rzutniku.

Zadanie nr 5 składać się będzie z części:

- A. Zalogowanie się do komputera
 - a. Zalogowanie się do komputera
 - i. Nazwa użytkownika (login): zegarek
 - ii. Hasło: **11aa22bb33ccABC**
- B. Odtworzenie pliku prezentacji
 - a. Otwarcie pliku prezentacji

Plik H_Z5_Oferta_ROBOCZA.pptx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci_Szablony
 - b. Zmodyfikuj prezentację wg notatek



O naszej firmie

- Założona w 2000 roku
- Firma rodzinna
- 10 ha gospodarstwa rolnego

wejście animacją



O naszej firmie

wyróżnienie elementów



Produkty z linii flora

- ▶ Owoce
- ▶ Najlepsze gatunki ze środkowej Polski
- ▶ Żadnych oprysków!



Produkty z linii flora

- ▶ Warzywa
- ▶ Hodowla bez pestycydów
- ▶ Hodowla w strefie wolnej od GMO



Produkty z linii flora

- Zioła
- Produkcja wyłącznie naturalna
- Gatunki z całego świata



Produkty z linii fauna

- Wieprzowina
- Wołowina

dodać zdjęcie



Produkty z linii fauna

▸ Drób

dodać zdjęcie



Nasze referencje

- Ponad 1000 dostarczonych obiadów gotowych (zdrowy catering ©)
- Ponad 200 zorganizowanych dostaw jedzenia na przyjęcia weselne
- Obsługa 13 szkół – zdrowe stołówki

tu znowu nasze logo - ślimak



C. Sprawdzenie, jak prezentacja działa na rzutniku

- Odłącz kable od laptopa
- Podłącz do niego rzutnik/monitor zewnętrzny, aby sprawdzić jak wyświetla się prezentacja
- Uruchom pokaz slajdów

D. Zapisanie

- Zapisz przygotowaną prezentację na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony jako „H_Z5_Oferta_GOTOWA.pptx”
- Zapisz przygotowaną prezentację, jako typ „Pokaz” na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony jako „H_Z5_Oferta_GOTOWA.ppsx”

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

A. Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora

Login: zegarek

Hasło: **11aa22bb33ccABC**

B. Zainstalowany program do otwierania plików PDF

C. Plik H_Z5_Oferta_ROBOCZA.pptx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony

D. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany

E. Na dysku twardym w katalogu \Klienci\Szablony\Grafika znajduje się lista plików graficznych wg listy:

wielkość nazwa

6'902 jaja.jpg

3'393 mleko.jpg

3'292 ser.jpg

3'795 smietana.jpg

3'690 jablko.jpg

4'741 gruszki.jpg

8'226 sliw.jpg

214'099 drob.png

233'996 gospodarstwo.png

90'140 owoce1.png

168'716 owoce_salatka.png

150'994 warzywka.png

149'701 mieta.png

205'757 swinka_krowa.png

173'206 kura.png

10'544 kalendarz.jpg

57'796 krowa2.jpg

37'398 logo_slimak.jpg

84'618 swinka_krowa_2.jpg

6'053 jajo_kurczak.jpg

Zadanie nr 6

Oferta

Instrukcja dla Uczestnika

Pracujesz na stanowisku Handlowca w średniej firmie „SlowFood” zajmującej się dystrybucją ekologicznych produktów spożywczych. Każdy handlowiec w firmie odpowiada za poszukiwanie nowych klientów w postaci sklepów spożywczych.

Na swoim służbowym telefonie komórkowym odbierasz informację SMS od szefa:

Cześć. Spotkanie w Farmerze było super. Zgodnie z ustaleniami ze spotkania musimy wysłać ofertę jeszcze dziś. Skorzystaj z naszego szablonu. Zerknij, popraw i wyślij do nich z DW do mnie.

PS. Od dziś przez tydzień mnie nie ma – jestem na konferencji w Stambule bez dostępu do Internetu.

Na dysku masz szablon oferty. Uzupełnij dokument, przejrzyj czy wszystkie dane są aktualne i wyślij ją do klienta Farmer.pl pliku PDF.

Od Twojego kolegi Marka dowiedziałeś się, że grafiki, które używacie do przygotowania ofert i prezentacji cały czas znajdują się w folderze \Klienci\Szablony\Grafika.

Zadanie nr 6 składać się będzie z części:

- A. Zalogowanie się do komputera
 - a. Zalogowanie się do komputera
 - i. Nazwa użytkownika (login): zegarek,
 - ii. Hasło: **11aa22bb33ccABC**
- B. Odtworzenie pliku ulotki
 - a. Otwarcie dokumentu
Plik H_Z6_Oferta_ROBOCZA.docx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony
 - b. Zmodyfikuj dokument:
 - i. Wpisz poprawne dane w miejsca zaznaczone na czerwono
 - ii. Zerknij na komentarze, wykonaj niezbędne czynności po czym usuń komentarze
 - iii. Na końcu wklej przygotowaną wycenę
- C. Zapisanie i wysyłka
 - a. Zapisz przygotowany dokument ulotki prezentację na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony jako:
 - i. Dokument WORD „H_Z6_Oferta_GOTOWA.docx”
 - ii. Dokument PDF „H_Z6_Oferta_GOTOWA.pdf”
 - b. W programie poczty utwórz nową wiadomość, w której umieść plik załącznika H_Z6_Oferta_GOTOWA.pdf
 - c. W polu DW (do wiadomości) umieść adres szefa
 - d. Wyślij wiadomość do Farmer.pl

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- A. Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora

Login: zegarek

Hasło: **11aa22bb33ccABC**

- B. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany
- C. Skonfigurowany dostęp do Internetu
- D. Zainstalowana przeglądarka Internet Explorer oraz Mozilla FireFox
- E. Skonfigurowane dla uczestnika unikalne konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
- F. Książka adresowa z adresami:
 - a. Szefa – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
 - b. Farmer.pl – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
- G. Plik H_Z6_Oferta_ROBOCZA.docx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci_Szablony
- H. Na dysku twardym w katalogu \Klienci_Szablony\Grafika znajduje się lista plików graficznych wg listy:

Wielkość	nazwa
6'902	jaja.jpg
3'393	mleko.jpg
3'292	ser.jpg
3'795	smietana.jpg
3'690	jablko.jpg
4'741	gruszki.jpg
8'226	sliw.jpg
214'099	drob.png
233'996	gospodarstwo.png
90'140	owoce1.png
168'716	owoce_salatka.png
150'994	warzywka.png
149'701	mieta.png
205'757	swinka_krowa.png
173'206	kura.png
10'544	kalendarz.jpg
57'796	krowa2.jpg
37'398	logo_slimak.jpg
84'618	swinka_krowa_2.jpg
6'053	jajo_kurczak.jpg

6. Zestaw zadań diagnozujących kompetencje twarde – profil sprzedawcy

Pobierz wersję MS-Word 

Zadanie nr 1

Kto siedział przy moim komputerze?

Instrukcja dla Uczestnika

Za chwilę wcielisz się w rolę Sprzedawcy w sklepie średniej firmy „Farmer” zajmującej się sprzedażą ekologicznych produktów spożywczych. Przychodzisz do pracy po 3 tygodniowym urlopie, na którym przebywałeś bez dostępu do Internetu i z wyłączonym służbowym telefonem komórkowym. Po przyjeździe do pracy odkrywasz, że Twoje stanowisko pracy zostało lekko „przeorganizowane”. Od Twojego laptopa są odłączone przewody: zasilający i myszy. Na biurku znajdują się papiery, których nie zostawiałeś.. Ktoś korzystał z Twojego komputera pod Twoją nieobecność.

Na biurku znajdujesz pen-drive oraz kartkę od kierownika:

„Witaj z powrotem! Jak tylko się ogarniesz – mam prośbę o sprawdzenie, czy na Twoim komputerze można zainstalować program Adobe Reader 11 – do obsługi plików PDF.

Na pendrive w folderze \Adobe Reader znajdziesz potrzebne pliki”.

Zadanie nr 1 składać się będzie z części:

1. Rozpoczęcie pracy na komputerze:
 - a. Podłączenie kabla zasilającego i myszy
 - b. Zalogowanie się do komputera
 - i. Nazwa użytkownika (login): zegarek,
 - ii. Hasło: **11aa22bb33ccABC**
2. Przygotowanie komputera do pracy:
 - a. Ustawienie rozdzielczości ekranu na natywną (zalecaną).
Rozdzielczość przed zmianą to
Rozdzielczość po zmianie to
 - b. Ustawienie głośności dźwięków na maksymalną
 - c. Podłączenie się do sieci Internet za pomocą sieciowej karty bezprzewodowej
(hasło do sieci bezprzewodowej otrzymasz od prowadzącego)
 - d. Ustawienie układu klawiatury na „polski-programisty”
3. Wypełnienie karty sprawdzenia wymagań (na następnej stronie).

Potrzebne dane znajdziesz w na Pendrive w folderze \AdobeReader. Konieczne będzie również sprawdzenie właściwości komputera.

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Karta sprawdzenia wymagań

Wymagania dla programu

Data:

Wypełnił:

Parametr	Wymaganie programu	Właściwości systemu komputera	Komputer spełnia wymagania (tak/nie)
Procesor (prędkość w Ghz)			
Wersja systemu Windows			
Ilość pamięci RAM (w MB)			
Ilość dostępnego wolnego miejsca na dysku twardym (w MB)			
Rozdzielczość ekranu			
Przeglądarki internetowe			

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- A. Zmienić rozdzielczość na 1024x768;
 - a. Prawym przyciskiem na ekran
 - b. „Rozdzielczość”
- B. Wyciszyć głośnik;
 - a. Ikona w prawym dolnym rogu ekranu
- C. Ustaw język klawiatury na polski (214);
 - a. Panel sterowania
 - b. Opcje regionalne – „region i język”

- c. „Klawiatury i języki”
- d. „Zmień klawiatury”
- e. Dodajemy język „polski (214)”
- f. Ustawiamy język domyślny na „Polski 214”
- g. Zakładka „Pasek języka”
- h. Ustawiamy „dokowany na pasku zadań”

D. Jeżeli hasło na „zegarek” jest inne niż podano – ustawiamy jak poniżej (konto „zegarek” powinno być kontem z uprawnieniami administratora)

Login: zegarek

Hasło: **11aa22bb33ccABC**

- a. Panel sterowania
- b. Konta użytkowników
- c. Zmień hasło

WAŻNE: być we właściwym koncie, (jeżeli nie – zmień ustawienia innego konta)

E. Ustawienia sieci bezprzewodowej – komputer nie loguje się automatycznie do dostępnych w trakcie ćwiczeń sieci, nie istnieją konfigurację połączenia (w szczególności nie jest zapamiętane hasło do żadnej dostępnej sieci)

WINDOWS 7

- a. Ustawienia sieci bezprzewodowych
- b. Centrum sieci i udostępniania
- c. Zarządzaj sieciami
- d. Usuń

WINDOWS 8

- a. Ustawienia sieci bezprzewodowych
- b. Prawym na sieć
- c. „zapomnij tę sieć”

F. penDrive z folderem \Adobe Reader, w którym znajdują się:

- a. Plik instalatora (pobrany z http://ardownload.adobe.com/pub/adobe/reader/win/11.x/11.0.00/pl_PL/AdbeRdr11000_pl_PL.exe) oraz
- b. Plik wymagania.txt (zawierający informacje nt. wymagań programu Adobe Acrobat w wersji 11 – dane pobrane ze strony producenta: <http://www.adobe.com/pl/products/reader/tech-specs.html#xi>)

UWAGA

Sprawdzenie wymagań komputera:

Procesor itd.

Prawym przyciskiem na „Komputer”

Właściwości

Ilość miejsca na dysku

W „Komputerze”

Wersja przeglądarki IE

Włączamy IE

Kółeczko zębate w prawym górnym rogu

„IE – Informacje”

G. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest wyłączony, odłączone są kable: myszy i zasilający

H. Pendrive nie jest podłączony do komputera

I. W komputerze **nie są zainstalowane programy**: przeglądarka Mozilla Firefox oraz Adobe Reader

- a. Panel sterowania
- b. „programy i funkcje”
- c. O ile jest „Mozilla Firefox” _ „Odinstaluj”
- d. O ile jest „Adobe Reader” _ „Odinstaluj”

Zadanie nr 2

Ciasnota

Instrukcja dla Uczestnika

Za chwilę wcielisz się w rolę Sprzedawcy w sklepie średniej firmy „Farmer” zajmującej się sprzedażą ekologicznych produktów spożywczych.

Zostałeś poproszony o zainstalowanie na swoim komputerze:

- a) aplikacji do obsługi plików PDF (program Adobe Reader 11 wymaga 320 megabajtów [MB] wolnego miejsca).
- b) przeglądarkę internetową (Mozilla FireFox 17 potrzebuje kolejnych 46 megabajtów [MB] wolnego miejsca)

Od administratora otrzymałeś informację, iż powinieneś zwolnić nieco miejsca na dysku twardym.

Zadanie nr 2 składać się będzie z części:

A. Zalogowanie się do komputera i wypełnienie **„Załącznika do zadania nr 2”**

- a. Zalogowanie się do komputera
 - i. Nazwa użytkownika (login): zegarek,
 - ii. Hasło: **11aa22bb33ccABC**

b. Wypełnienie **formularza**

Data:

Wypełnił:

Chcę zainstalować programy:

Program 1:

Program 2:

Programy potrzebują następującej ilości wolnego miejsca na dysku twardym:

X = (Program 1)

Y = (Program 2)

Pliki programów do instalacji znajdujące się na Pendrive mają rozmiar:

x = (Program 1)

y = (Program 2)

Ilość wolnego miejsca na dysku wymaganego do poprawnej pracy systemu z = 300 MB

Obecna ilość wolnego miejsca na dysku a =

Minimum wolnej przestrzeni na dysku

$x + X + y + Y + z =$

Jest zapewnione/niezapewnione (niepotrzebne skreślić)

B. Zwolnienie miejsca na dysku C w komputerze:

a. Opróżnij kosz

Po opróżnieniu kosza ilość wolnego miejsca na dysku C wynosi:

b. W komputerze na dysku C w folderze \Starocie znajdź pliki starsze niż 1 miesiąc

c. W komputerze na dysku C w folderze \Starocie wyślij pliki starsze niż 1 miesiąc do folderu skompresowanego ZIP

- d. W komputerze na dysku C w folderze \Starocie usuń pliki starsze niż 1 miesiąc
 - e. Wytnij plik archiwum (folder skompresowany ZIP) i wklej go na płytę CD-R/DVD-R a następnie nagraj płytę.
 - f. Usuń plik archiwum (folder skompresowany ZIP) z komputera z dysku C z folderu \Starocie
 - g. Ponownie opróżnij kosz
 - h. Po opróżnieniu kosza ilość wolnego miejsca na dysku C wynosi:
- C. Zainstalowanie aplikacji Adobe Reader 11 oraz Mozilla FireFox 17
- a. Programy do instalacji obu wymaganych aplikacji znajdują się na dysku wymiennym pen-drive
Adobe Reader 11 w folderze \Adobe Reader
Mozilla FireFox 17 w folderze \Mozilla FireFox
 - b. Zlokalizuj na pulpicie komputera skrót o nazwie \INstalki
 - c. Popraw jego nazwę na \Instalki (w nazwie powinna występować mała litera „n”)
 - d. Skopiuj programy do instalacji z dysku wymiennego pen-drive i wklej je na dysk twardy C komputera do folderu wskazywanego przez skrót \Instalki umiejscowiony na pulpicie
 - e. Odłącz dysk wymienny pen-drive od komputera
 - f. Zainstaluj aplikację Adobe Reader 11
 - g. Zainstaluj aplikację Mozilla FireFox 17

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- A. Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora
- Login: zegarek
Hasło: **11aa22bb33ccABC**
- B. Pendrive z folderami:
- a. \Adobe Reader, w którym znajdują się:
 - i. Plik instalatora (pobrany z http://ardownload.adobe.com/pub/adobe/reader/win/11.x/11.0.00/pl_PL/AdobeRdr11000_pl_PL.exe) oraz
 - ii. Plik wymagania.txt (zawierający informacje nt. wymagań programu Adobe Acrobat w wersji 11 – dane pobrane ze strony producenta: <http://www.adobe.com/pl/products/reader/tech-specs.html#xi>)
 - b. \Mozilla FireFox, w którym znajduje się plik instalatora (pobrany z <https://download.mozilla.org/?product=firefox-17.0&os=win&lang=pl>)
- C. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany
- D. Pendrive nie jest podłączony do komputera
- E. W koszu znajdują się pliki do usunięcia
- a. Z „naszego” pendrive przegrywamy na pulpit plik do_skasowania
 - b. Usuwamy plik z pulpitu (plik powinien trafić do kosza)
- F. Na dysku twardym C w folderze \Starocie znajdują się pliki:
- a. Plik001 wielkości 50 MB starszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
 - b. Plik002 wielkości 50 MB starszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
 - c. Plik003 wielkości 50 MB starszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)

- d. Plik004 wielkości 50 MB starszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
- e. Plik005 wielkości 50 MB młodszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
- f. Plik006 wielkości 50 MB młodszy niż 1 miesiąc (na dzień przeprowadzania sesji)
należy utworzyć katalog C:\Starocie i przegrać do niego 6 plików j. w. z pendrive asesora
- G. Na dysku twardym komputera C: należy utworzyć folder \Instalatory – powinien być on pusty (wyczyścić jego zawartość)
- H. na pulpicie istnieje skrót do folderu C:\Instalatory o nazwie „INstalki” (należy utworzyć)
- I. Dostępne są dwie puste płyty CD-R\DVD-R

Zadanie nr 3

Potrzeba promocji

Instrukcja dla Uczestnika

Za chwilę wcielisz się w rolę Sprzedawcy w sklepie średniej firmy „Farmer” zajmującej się sprzedażą ekologicznych produktów spożywczych.

Dziś po przyjeździe do pracy znalazłeś na swoim służbowym telefonie komórkowym informację SMS od szefa:

Cześć. Sprawdź wiadomość SlowFood na skrzynce. Sprawa pilna!

PS. Popraw podpis – nasz nowy nr faxu to 22 100 20 39

Zadanie nr 3 składać się będzie z części:

- A. Zalogowanie się do komputera a następnie – do poczty
 - a. Zaloguj się do komputera
Nazwa użytkownika (login): zegarek,
Hasło: **11aa22bb33ccABC**
 - b. Uruchom przeglądarkę internetową
 - c. Zaloguj się na skrzynkę poczty e-mail
Adres URL: poczta.onet.pl
Login: ahpracownik@onet.pl
Hasło: p12owrracaaaa34m
- B. Poprawienie podpisu
 - a. Przejdź do ustawień poczty e-mail dotyczących pisania i wysyłania wiadomości
 - b. Popraw podpis tak, aby zawierał nowy nr faksu.
- C. Obsługa korespondencji poczty od klienta:
 - a. Odbierz wiadomość e-mail do klienta SlowFood o temacie „Rozpoczynamy tydzień promocji”
 - b. Zapisz załącznik z wiadomości (plik S_Z3_promocje_SlowFood.PDF)
 - c. W komputerze na dysku twardym C w folderze \Klienci utwórz nowy folder \SlowFood
 - d. Otwórz folder, w którym znajdują się pobrane z Internetu pliki
 - e. Skopiuj plik S_Z3_promocje_SlowFood.PDF i wklej go na dysku C w folderze \Klienci\SlowFood
 - f. Odpowiedz na maila klientowi, iż jeszcze dziś wyślesz prośbę o ofertę.
 - g. Wejść na dysk twardy C i otwórz dokument zapisany w folderze \Klienci\SlowFood

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- A. Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora
Login: zegarek
Hasło: **11aa22bb33ccABC**
- B. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany
- C. Skonfigurowany dostęp do Internetu
- D. Zainstalowana przeglądarka Internet Explorer oraz Mozilla FireFox

- E. Opróżniony folder użytkownika \Pobrane
- F. Skonfigurowane dla uczestnika unikalne konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet),
- G. Wyczyszczone wszystkie foldery poczty (m.in. wysłane, szkice, odebrane,...)
- H. Wyłączone automatyczne logowanie się do poczty e-mail
- I. Na ww. koncie ustawiony podpis:
 - Pozdrawiam bardzo serdecznie
 - Marek Zegarek
 - Sprzedawca
 - Farmer.pl sp. z o.o.
 - Ul. Owocna 10c, 00-102 Warszawa
 - Tel: 22 100 20 30,
 - Fax: 22 100 20 31,
 - Mob: 600 600 600
- J. Na adres poczty użytkownika wpłynęła od Slowfood wiadomość e-mail –
 - Od: SlowFood
 - Temat: **Rozpoczynamy tydzień promocji**
 - Załącznik: S_Z3_promocje_SlowFood.PDF
 - Treść maila:
 - Witam Państwa serdecznie
 - Rozpoczynamy coroczną promocję naszych artykułów. Chętnych do skorzystania z promocyjnych cen prosimy o wysyłanie maili z zapytaniem ofertowym wskazując asortyment planowany do zakupu.
 -
 - pozdrawiam
 - Adam Borsuk
 - opiekun klienta
 - SlowFood
- K. Książka adresowa (kontakty) z adresami:
 - a. szefa – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
- L. Na dysku twardym C komputera znajduje się struktura folderów:
 - \Klienci
 - \Klienci_Szablony
 - \Klienci\ABC
 - \Klienci\Bertels
 - \Klienci\Gogg
 - \Klienci\Zyrafa.pl
- M. Zainstalowany program do otwierania plików PDF

Zadanie nr 4

Przygotowanie zamówienia

Instrukcja dla Uczestnika

Za chwilę wcielisz się w rolę Sprzedawcy w sklepie średniej firmy „Farmer” zajmującej się sprzedażą ekologicznych produktów spożywczych.

Na swoim służbowym telefonie komórkowym odbierasz informację SMS od szefa:

Cześć. Pamiętasz temat SlowFood? Nie wiem, czy to zarejestrowałeś, ale sprawa jest BARDZO PILNA.

Masz zamówienie i cennik.

Oblicz sumę zamówienia i daj znać, na jaki rabat możemy liczyć na tegorocznej promocji.

Wyślij do SlowFood maila z prośbą rabat o 1% wyższy niż wynika to z wyliczeń.

Umieść mnie w kopii wiadomości (DW).

Zadanie nr 4 składać się będzie z części:

- A. Zalogowanie się do komputera
 - a. Zaloguj się do komputera
Nazwa użytkownika (login): zegarek
Hasło: **11aa22bb33ccABC**
- B. Otwarcie pliku Excela i zapisanie go pod inną nazwą
 - a. Otwarcie pliku S_Z4_Przygotowanie_zamowienia_DANE.xlsx z dysku C z folderu \Klienci\SlowFood
 - b. Plik zapisz, jako S_Z4_Przygotowanie_zamowienia_KALKULACJA.xlsx
- C. Przeniesienie danych z pliku PDF do arkusza Excel
 - a. W aplikacji Excel w pliku kalkulacji zlokalizuj arkusze „Cennik” oraz „Zamówienie”
 - b. Wstaw nowy arkusz „Rabaty”
 - c. Stwórz w arkuszu „Rabaty” tabelę rabatów korzystając z danych z pliku S_Z3_promocje_SlowFood.PDF
- D. Wykonanie kalkulacji
 - a. W aplikacji Excel w pliku kalkulacji zlokalizuj arkusz „Zamówienie”
 - b. Przygotuj wycenę poszczególnych towarów
 - c. Oblicz sumę zamówienia brutto
 - d. Sprawdź rabat, na jaki może liczyć Twoja firma.
U dołu zamówienia powinna znajdować się cena końcowa oraz rabat.
Przykład kalkulacji przedstawia rysunek poniżej:

	A	B	C	D	E	F
1	Lp.	Nazwa towaru	Ilość	J.m.	Cena brutto	Wartość brutto
2	1	Jaja kurze L - z chowu ściółkowego	100	szuka	9,84 zł	984,00 zł
3	2	Mleko krowie 3,2 % - z produkcji ekologicznej	200	litr	2,46 zł	492,00 zł
4	3	Ser Gouda	50	kg	23,37 zł	1 168,50 zł
5	4	Śmietana wiejska	30	litr	3,69 zł	110,70 zł
6	5	Jabłka McIntosh	400	kg	2,95 zł	1 180,80 zł
7	6	Jabłka Cortland	500	kg	3,20 zł	1 599,00 zł
8	7	Gruszki Klaps	500	kg	8,61 zł	4 305,00 zł
9	8	Śliwki Węgierki	300	kg	8,61 zł	2 583,00 zł
10					SUMA	12 423,00 zł
11						
12					Rabat w %	14,5
13					Wartość rabatu	1 801,34 zł
14					Po rabacie	10 621,67 zł

e. Zapisz plik

E. Zalogowanie się do poczty i odpisanie klientowi

a. Uruchom przeglądarkę internetową

b. Zaloguj się na skrzynkę e-mail

Adres URL: poczta.onet.pl

Login: ahpracownik@onet.pl

Hasło: **p12owrraccaaaa34m**

c. W aplikacji poczty stwórz nową wiadomość

d. Adresatem wiadomości ma być firma SlowFood

e. Kopie DW (do wiadomości) ma otrzymać Twój szef

f. Wyślij im pytanie o rabat o 1% większy niż wynika to z obliczeń

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

A. Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora

Login: zegarek

Hasło: **11aa22bb33ccABC**

B. Na dysku C komputera w folderze \Klienci\SlowFood znajdują się dwa pliki:

S_Z3_promocje_SlowFood.PDF

S_Z4_Przygotowanie_zamowienia_DANE.xlsx (posiada 2 wypełnione arkusze „Cennik” oraz „Zamówienie”)

C. Książka adresowa (kontakty) z adresami:

a. szefa – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)

b. SlowFood – konto pocztowe

D. Na dysku twardym komputera znajduje się struktura folderów:

\Klienci

\Klienci\Szablony

\Klienci\ABC

\Klienci\Bertels

\Klienci\SlowFood

\Klienci\Gogg

\Klienci\Zyrafa.pl

E. Zainstalowany program do otwierania plików PDF

F. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany

Zadanie nr 5**Prezentuj TV****Instrukcja dla Uczestnika**

Za chwilę wcielisz się w rolę Sprzedawcy w sklepie średniej firmy „Farmer” zajmującej się sprzedażą ekologicznych produktów spożywczych.

Na swoim służbowym telefonie komórkowym odbierasz informację SMS od szefa:

Cześć. Kupujemy na sklep mały monitor LCD, na którym chcę wyświetlać „w kółko” prezentację oferty firmy. Kiedyś mieliśmy taką prezentację. Znajdź ją proszę i przejrzyj, czy nie trzeba jej uaktualnić, przygotuj prezentację i pokaz. Dzięki.

PS. Pamiętaj, żeby wcześniej sprawdzić jak to wygląda na monitorze zewnętrznym (na próbę)

Niestety nie masz najnowszej wersji prezentacji a tylko jej roboczą wersję.

Zachował się wydruk z przynajmniej częścią notatek, co należało w niej poprawić. Będziesz musiał odtworzyć prezentację na podstawie tych notatek.

Od Twojego kolegi Marka dowiedziałeś się, że grafiki, które były użyte do przygotowania starej prezentacji cały czas znajdują się na dysku C komputera w folderze \Klienci_Szablony\Grafika

Prezentację sprawdź na monitorze zewnętrznym.

Zadanie nr 5 składać się będzie z części:

A. Zalogowanie się do komputera

a. Zalogowanie się do komputera

i. Nazwa użytkownika (login): zegarek,

ii. Hasło: 11aa22bb33ccABC

B. Odtworzenie pliku prezentacji

a. Otwarcie pliku prezentacji

Plik S_Z5_Oferta_ROBOCZY.pptx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci_Szablony

b. Zmodyfikuj prezentację wg notatek

jabłko powinno "spadać"
z góry - animacja

„Farmer”

Prezentacja oferty



O naszej firmie

- Założona w 1997 roku
- Sieć 13 sklepów
- Strategiczny partner – „SlowFood” - 10 ha ekologicznego gospodarstwa rolnego

About our company

po angielsku

O naszej firmie



Produkty z linii flora

- Owoce
- Najlepsze gatunki ze środkowej Polski
- Żadnych oprysków!

grafika wyszła
za slajd



Produkty z linii flora

- Warzywa
- Hodowla bez pestycydów
- Hodowla w strefie wolnej od GMO



Produkty z linii flora

- Zioła
 - Produkcja wyłącznie naturalna
 - Gatunki z całego świata
- dodać animacje
"wlot" lub podobne



Produkty z linii fauna

- Wieprzowina
- Wołowina



Produkty z linii fauna

- Drób



Całość zapętlić tak, żeby było trochę czasu na przeczytanie zawartości slajdu.

- C. Sprawdzenie, jak prezentacja działa na monitorze zewnętrznym
- Odłącz kable od laptopa
 - Podłącz do niego monitor zewnętrzny/rzutnik, aby sprawdzić jak wyświetla się prezentacja
 - Uruchom pokaz slajdów
- D. Zapisanie
- Zapisz przygotowaną prezentację na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony jako „S_Z5_Oferta_GOTOWE.pptx”
 - Zapisz przygotowaną prezentację, jako typ „Pokaz” na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony jako „S_Z5_Oferta_GOTOWE.ppsx”

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.

Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora
Login: zegarek
Hasło: **11aa22bb33ccABC**
- Zainstalowany program do otwierania plików PDF
- Plik S_Z5_Oferta_ROBOCZY.pptx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony
- Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany
- Na dysku twardym w katalogu \Klienci\Szablony\Grafika znajduje się lista plików graficznych wg listy:

wielkość	nazwa
6'902	jaja.jpg
3'393	mleko.jpg
3'292	ser.jpg
3'795	smietana.jpg
3'690	jablko.jpg
4'741	gruszki.jpg
8'226	sliw.jpg
214'099	drob.png
233'996	gospodarstwo.png
90'140	owoce1.png
168'716	owoce_salatka.png
150'994	warzywka.png
149'701	mieta.png
205'757	swinka_krowa.png
173'206	kura.png
10'544	kalendarz.jpg
57'796	krowa2.jpg
37'398	logo_slimak.jpg
84'618	swinka_krowa_2.jpg
6'053	jajo_kurczak.jpg

Zadanie nr 6

Ulotka

Instrukcja dla Uczestnika

Za chwilę wcielisz się w rolę Sprzedawcy w sklepie średniej firmy „Farmer” zajmującej się sprzedażą ekologicznych produktów spożywczych.

Na swoim służbowym telefonie komórkowym odbierasz informację SMS od szefa:

Cześć. Pamiętaj nasz pomysł na jednokartkową dwustronną ulotkę A4? Zerknij czy wszystko z nią OK i wyślij do druku.

PS. Od dziś przez tydzień mnie nie ma – jestem na konferencji w Stambule bez dostępu do Internetu.

Na dysku masz starą wersję ulotki. Masz też odręczne notatki. Uzupełnij dokument, przejrzyj czy wszystkie dane są aktualne i wyślij ją do drukarni postaci pliku PDF.

Od Twojego kolegi Marka dowiedziałeś się, że grafiki, które używacie do przygotowania ofert i prezentacji cały czas znajdują się w folderze \Klienci_Szablony\Grafika.

Zadanie nr 6 składać się będzie z części:

- A. Zalogowanie się do komputera
 - a. Zalogowanie się do komputera
 - i. Nazwa użytkownika (login): zegarek,
 - ii. Hasło: **11aa22bb33ccABC**
- B. Odtworzenie pliku ulotki
 - a. Otwarcie dokumentu

Plik S_Z6_Ulotka_Farmer_ROBOCZA.docx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci_Szablony
 - b. Zmodyfikuj dokument wg notatek

aktualne rabaty

Farmer

WIELKA WYPRZEDAŻ

- Wybrane towary do 10% taniej!
- 20% obniżki na owoce!
- 30% obniżki na wszystkie warzywa!

aktualne rabaty

Farmer

WIELKA WYPRZEDAŻ

- Wybrane towary do 20% taniej!
- 35% obniżki na jajka!

aktualne daty

Wyprzedaż od 23 do 31 marca 2014 roku!

aktualne daty

Farmer

Ul. Owocna 10c,
00-102 Warszawa
Tel: 22 100 20 30,
Fax: 22 200 20 20

Farmer

Ul. Owocna 10c,
00-102 Warszawa
Tel: 22 100 20 30,
Fax: 22 200 20 20

nr faksu

nowy nr faksu to 22 100 20 39

C. Zapisanie i wysyłka

- a. Zapisz przygotowany dokument ulotki prezentację na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony jako:
 - i. Dokument WORD „S_Z6_Ulotka_Farmer_GOTOWA.docx”
 - ii. Dokument PDF „S_Z6_Ulotka_Farmer_GOTOWA.pdf”
- b. W programie poczty utwórz nową wiadomość, w której umieść plik załącznika S_Z6_Ulotka_Farmer_GOTOWA.pdf (adres drukarni znajdziesz w kontaktach)
- c. W polu DW (do wiadomości) umieść adres szefa
- d. Wyślij wiadomość, w której treści poproś o wydrukowanie 100 sztuk ulotki

Masz **50 minut** na wykonanie całego zadania.



Instrukcja dla przygotowującego infrastrukturę zadania

Komputer należy skonfigurować wg checklisty:

- A. Dane do logowania na lokalne konto z uprawnieniami administratora
 - Login zegarek
 - Hasło 11aa22bb33ccABC
- B. Na rozpoczęcie ćwiczenia komputer jest włączony i zablokowany
- C. Skonfigurowany dostęp do Internetu
- D. Zainstalowana przeglądarka Internet Explorer oraz Mozilla FireFox
- E. Skonfigurowane dla uczestnika unikalne konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
- E. Książka adresowa z adresami:
 - a. Szefa – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
 - b. Drukarni – konto pocztowe dostępne przez darmową usługę (np. onet)
- F. Plik S_Z6_Ulotka_Farmer_ROBOCZA.docx znajduje się na dysku C komputera w folderze \Klienci\Szablony
- G. Na dysku twardym w katalogu \Klienci\Szablony\Grafika znajduje się lista plików graficznych wg listy:

Wielkość	nazwa
6'902	jaja.jpg
3'393	mleko.jpg
3'292	ser.jpg
3'795	smietana.jpg
3'690	jablko.jpg
4'741	gruszki.jpg
8'226	sliw.jpg
214'099	drob.png
233'996	gospodarstwo.png
90'140	owoce1.png
168'716	owoce_salatka.png
150'994	warzywka.png
149'701	mieta.png
205'757	swinka_krowa.png
173'206	kura.png
10'544	kalendarz.jpg
57'796	krowa2.jpg
37'398	logo_slimak.jpg
84'618	swinka_krowa_2.jpg
6'053	jajo_kurczak.jpg

Dodatek C

Zestaw narzędzi do wykorzystania w trakcie indywidualnych sesji rozwojowych



Kwestionariusz Precoachingowy

Kwestionariusz Precoachingowy może służyć do tworzenia wizji, wyznaczenia celu, sprawdzenia motywacji potencjalnego uczestnika do podjęcia współpracy, pozyskania informacji na temat preferowanego stylu prowadzenia sesji. Może być narzędziem refleksji.

Kwestionariusz wypełniany przed procesem coachingu jest najbardziej użytecznym narzędziem w fazie nawiązywania współpracy z uczestnikiem/klientem. Rekomenduje się używanie go, jako pierwszego narzędzia, z jakim kontakt ma klient. Wypełniając go uczestnik może określić precyzyjny kierunek pracy. Dzięki niemu uczestnik może wyznaczyć:

- osobiste wizje, główne zadania, jakich chciałby się podjąć podczas coachingu, rezultaty jakich się spodziewa;
- swoje mocne strony, obszary rozwojowe;
- warunki zachowania równowagi życiowej, inspirujące wartości i postawy pozwalające tę równowagę utrzymać;
- preferowany sposób pracy podczas sesji;
- informacje o trudnościach w nawiązaniu współpracy coachingowej oraz o formach rozwoju z jakich wcześniej korzystał.

Kwestionariusz rekomenduje się udostępnić uczestnikowi /klientowi przed rozpoczęciem spotkań. Dobrze, jeżeli na jego wypełnienie uczestnik ma co najmniej tydzień. Po wypełnieniu powinien go odesłać po wypełnieniu – tak, żeby specjalista/coach mógł się zapoznać z odpowiedziami. Podczas pierwszego spotkania/sesji specjalista/coach omawia z uczestnikiem wszystkie części kwestionariusza. Efektem rozmowy może być podpisanie umowy lub zawarcie kontraktu. Wypełniony kwestionariusz to punkt wyjścia do zawarcia kontraktu na współpracę, ustalenia ostatecznych celów coachingu (innej techniki wsparcia, np. mentoringu, konsultingu, doradztwa, indywidualnego procesu edukacyjnego) i oczekiwanego rezultatu. Plik może być wysłany mailem w przypadku nowego klienta/uczestnika. Można go użyć do zawarcia kontraktu trójstronnego (sponsor-specjalista/coach-uczestnik/klient).

Rekomenduje się zastosowanie Kwestionariusza w niniejszym Modelu na etapie rozszerzania usługi oceny kompetencji o ich uzupełnienie, z wykorzystaniem np. bonu szkoleniowego (instrument publicznych Instytucji Rynku Pracy).

Kwestionariusz pozwala uczestnikowi na wyrażenie wizji samego siebie.

Kwestionariusz Precoachingowy (za Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2013)

Proszę opowiedz mi o sobie.

Znajdź chwilę, żeby odpowiedzieć na kilka pytań przed pierwszą sesją.

Wypełniony Kwestionariusz odeślij na mój e-mail:

Wizja

Lista twoich najważniejszych celów podczas sesji indywidualnego procesu rozwojowego (np. coachingu):

1.
2.
3.

Lista innych celów, które są dla ciebie na ten moment ważne:

1.
2.
3.

Jaki jest najważniejszy REZULTAT, jaki chcesz osiągnąć dzięki temu wsparciu (coachingowi)?

Kim chcesz być za 5, 10, 15 lat? Co chcesz osiągnąć w tym czasie?

Gdzie chcesz być za 5, 10, 15 lat?

Kto będzie z tobą?

Mocne strony i wyzwania

Jakie są twoje zawodowe i osobiste mocne strony?

1.
2.
3.
4.
5.

Co takiego jest w tobie, co utrudnia ci osiągnięcie celów?

W kontekście obecnej współpracy i twoich celów, wymień 10 najważniejszych rzeczy, które powinienem wiedzieć o tobie?

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

Równowaga życiowa

Jakimi wartościami kierujesz się w życiu? Co jest dla ciebie naprawdę ważne?

1.
2.
3.

Jakie są dobre praktyki, pozwalające na utrzymanie fizycznej, psychicznej, emocjonalnej czy duchowej równowagi stosujesz regularnie w swoim życiu?

1.
2.
3.
4.

Co pomogłoby ci być w większej równowadze fizycznie, psychicznie, emocjonalnie i duchowo?

1.
2.
3.
4.

Sesja wsparcia indywidualnego (coachingowa)

Różni ludzie chcą być coachowani w różny sposób. Określ proszę swoje preferencje.

Doskonała sesja wsparcia indywidualnego (coachingowa):

Jak ma wyglądać taka sesja? Czego się po niej spodziewasz? Czego najbardziej potrzebujesz?

Struktura

Wolisz, aby sesja miała swoją strukturę, procedury czy też aby była bardziej elastyczna?

Ważniejsze dla ciebie jest, aby podczas spotkania istniał linearny przepływ informacji wskazujący na dążenie do określonego celu, czy jesteś zwolennikiem twórczej i ekspresyjnej pracy?

Sposób działania

Wolisz podejmować szybkie działanie? Preferujesz zastanawianie się i sprawdzanie kilku opcji aż do momentu kiedy będziesz absolutnie pewien? Wolisz wolne, średnie czy szybkie tempo pracy?

Podejmowanie decyzji

Podejmujesz decyzje na podstawie swoich poglądów, czy sprawdzasz opinie innych osób? Jeżeli uwzględniasz opinie innych osób, kim te osoby są dla ciebie?

Koncentracja w coachingu

Na czym chcesz się szczególnie skupić podczas indywidualnych spotkań (sesji)?

Jaki byłby najlepszy rezultat tych spotkań (sesji)?

Czego oczekujesz ode mnie jako twojego coacha?

Coaching dotyczy efektywnego rozwoju od chwili obecnej. Jednocześnie historia życia ma kluczowe znaczenie dla tego, kim jesteśmy, dokąd zmierzamy. Definiuje nasze mocne strony jak i wzorce, które sabotują nasze działania. Czy jest coś, czym chcesz się podzielić, co dotyczy twojej przeszłości i ma silny wpływ na ciebie, co może okazać się użyteczną informacją dla mnie jako twojego coacha?

Z jakich form wsparcia rozwoju osobistego korzystałeś w przeszłości. Opisz je krótko, podaj rezultat jaki osiągnąłeś.

2. Narzędzie podejmowania działań i rozwiązywania problemów przez uczestnika/klienta, zdiagnozowania poziomu motywacji, sposobu postrzegania rzeczywistości, dobrania sposobu komunikacji z uczestnikiem/klientem.

[Pobierz wersję MS-Word](#) 

Kwestionariusz indywidualnych strategii działania

Informacje zawarte w Kwestionariuszu indywidualnych strategii działania uczestnika służą lepszemu rozumieniu strategii działania uczestnika/klienta przez specjalistę (np. coacha).

Rekomenduje się stosowanie narzędzia w pracy z osobami w wieku 50+. Uzyskane w wyniku zastosowania narzędzia informacje, pozwolą na dostosowanie stylu komunikacji i sposobu zadawania pytań do (pojęcie NLP, pozwalające pojąć różnice między ludźmi, więcej: M. Hall, Figuring Out People: Reading People Using Metaprograms, 2006).

Pytanie 1 dotyczy metaprogramu „JA – INNI”, który pokazuje na kogo zwracamy uwagę w świadomych procesach podejmowania decyzji. Osoba skierowana na siebie podejmuje decyzje mając na uwadze swoje korzyści. Osoba skierowana na innych, koncentruje się na potrzebach ludzi, którzy ją otaczają, wykazuje duży stopień empatii ale może mieć trudność z definiowaniem celów, wartości, przekonań;

Pytanie 2 dotyczy metaprogramu „WEWNĘTRZNY-ZEWNĘTRZNY” mówi o autorytetach, do których się odwołujemy przy podejmowaniu decyzji i ocenie efektów. Osoba o mataprogramie Wewnętrznym podejmuje decyzje w oparciu o swoje przekonania, sama dla siebie jest źródłem silnej motywacji, a przekonać ją można tylko poprzez odwołanie się do jej doświadczeń.

Osoba o Zewnętrznym metaprogramie potrzebuje dopytywać, zasięgać informacji innych do podjęcia decyzji i oprzeć je na opiniach innych. Osoba taka odwoła się do informacji zewnętrznych, np. było to napisane w prasie.

Pytanie 3 dotyczy metaprogramu „UNIKANIE(CZEGO) – DAŻENIE (DO) i obrazuje motywację „we wszystkich życiowych działaniach. Osoby nastawiona na unikanie doskonale wiedza czego nie chcą, mają trudność z określeniem celu, bywają niezdecydowane, do działania motywuje je możliwość uniknięcia problemu. Osoby o metaprogramie „dążenia do” żyją w świecie marzeń, pragnień. Krystalicznie widzą wizję swojego rozwoju i sama świadomość tego jest czynnikiem silnej wewnętrznej motywacji. Mogą być obojętne wobec tego co się nie udało lub nie może udać – istnieje dla nich ciągłe dążenie.

Pytanie 4 dotyczy metaprogramu „PROAKTYWNY-REFLEKSYJNY” i obrazuje, w jaki sposób ludzie podejmują decyzje i rozpoczynają działania. Osoby proaktywne mówią zwięźle, nastawione są na natychmiastowe działania i rozwiązania. Może im brakować umiejętności delegowania zadań. Działają na zasadzie: problem-zlokalizować-rozwiązać. Frustruje je brak szybkich rezultatów. Osoby refleksyjne nigdy nie podejmą natychmiastowej decyzji. Rozwodzą się na temat aspektów problemu. Działania podejmują w wyniku bodźców zewnętrznych. Skupiają się na analizie, na przemyśleniu spraw od każdej strony.

Pytanie 5 dotyczy metaprogramu „PROCEDURY-OPCJE”, który pokazuje sposób realizacji zadań.

Osoby „proceduralne” podejmą działanie wtedy, kiedy będą mieć dokładne zalecenia i instrukcje. To daje poczucie bezpieczeństwa i dobrego przygotowania. Chcą żeby życie biegło zgodnie z ich zamysłem, krok po kroku, zgodnie z planem działania. Metaprogram „Opcje” mają ludzie, którzy w każdej sytuacji starają się doszukać jak największej liczby opcji działania. Potrafią kreować procedury ale nie chcą w zgodzie z nimi żyć. Robią rzeczy po swojemu nawet jeśli znane są im sprawdzone rozwiązania.

Pytanie 6 dotyczy metaprogramu „SZCZEGÓŁOWY-GLOBALNY”, który pokazuje jak ludzie odbierają i przyswajają informacje oraz co jest dla nich w tym procesie ważne. Ludzie nastawieni na szczegóły, potrzebują podziału informacji na drobne elementy. Do podjęcia decyzji potrzebują wykresów, analiz, konkretnych przykładów, wyliczeń. Skupiają się na detalach. Osoby funkcjonujące w metaprogramie „Globalne” mówią

o sprawach ogólnych. Koncentrują się na ogólnym kierunku działania, nie wdając się w szczegóły, które są nudne i mogą wywoływać irytację. Detale nie są ich mocną stroną. Bywa, że się w nich gubią.

Kwestionariusz indywidualnych strategii działania zawiera 12 zdań o charakterze ogólnym.

Przed rozpoczęciem należy określić z uczestnikiem do jakiego kontekstu będą odnosiły się odpowiedzi, np. życie zawodowe, kariera, relacje partnerskie. Bez tego uczestnik nie będzie wiedział, jak rozumieć kolejne zadania. W każdym z sześciu punktów są dwa zdania (a i b). Uczestnik wybiera to, które do niego najbardziej pasuje.

Należy uprzedzić, że nie ma dobrych i złych odpowiedzi. W przypadku trudności z udzieleniem odpowiedzi należy naprowadzić uczestnika np. pomyśl o czekającym cie urlopie. Wolisz zaplanować go w szczegółach, dokąd dojechać, co zwiedzać czy wolisz wybrać się w nieznaną, mając do wyboru wiele możliwości? Rekomenduje się ogólne omówienie wyników z uczestnikiem/klientem, aby w dalszej kolejności wykorzystać je do zaplanowania strategii pracy/działania. Kwestionariusz pomaga zrozumieć sposoby działania innych a osobom wykonującym zawody handlowe, dopasować system komunikacji do klienta. Metaprogramy są silniejsze od przekonań, często wpływają na nie. NA aktualny metaprogram ma wpływ stan emocjonalny.

Kwestionariusz indywidualnych strategii działania

(za Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2013).

Postaraj się wybrać jedną z poniżej podanych odpowiedzi:

Z pary zdań w każdym punkcie wybierz jedno, które najbardziej pasuje do ciebie.

1.

- a. W sytuacji , w której muszę podjąć ważną decyzję o znacznych skutkach na przyszłość podejmuję ją najpierw zwracając uwagę na siebie, dopiero potem na innych ludzi.
- b. W sytuacji , w której muszę podjąć ważną decyzję o znacznych skutkach na przyszłość podejmuję ją najpierw zwracając uwagę na innych, dopiero potem na siebie.

2.

- a. Przy podejmowaniu ważnych działań opieram się przede wszystkim na własnych przekonaniach, a opinie innych mają dla mnie drugorzędne znaczenie, nawet jeśli im ufam i wierzę w ich wiedzę czy doświadczenie.
- b. Przy podejmowaniu ważnych działań opieram się przede wszystkim na przekonaniach innych ludzi, do których mam zaufanie, wierząc w ich wiedzę czy doświadczenie i przedkładając je ponad własne przekonania.

3.

- a. Staram się zawsze działać tak, aby uniknąć trudności i nie musieć konfrontować się z problemami.
- b. Poszukuję wyzwań, które mają służyć lepszej przyszłości, nawet jeżeli wiąże się to z ryzykiem.

4.

- a. Jeśli jest jakiś pomysł do zrealizowania, wolę jak najszybciej przystąpić do działania i wdrożenia go w życie, a ewentualne poprawki wprowadzać w trakcie jego realizacji.
- b. Jeśli jest jakiś pomysł do zrealizowania, najpierw wole go przeanalizować i zastanowić się czy na pewno jest dobry i jak najlepiej to zrobić, a dopiero po uzyskaniu odpowiedzi przejść do działania.

5.

- a. Lepiej działam, kiedy mam dokładne wytyczne, instrukcje, plan lub zalecenia, które dają mi jasność celu i sposobu jego osiągnięcia.
- b. Lepiej działam kiedy mam tylko ogólny zarys czy koncepcje tego, co zamierzam osiągnąć, co daje mi poczucie, że mam wiele opcji do wyboru.

- 6.
- a. Lubię, kiedy o sprawach opowiada się ze szczegółami, które dla mnie tworzą obraz całości i są miarodajne.
 - b. Lubię, kiedy o sprawach opowiada się w ogólnych zarysach, nie marnując czasu na zbyteńskie szczegóły.

Model GROW

(za T. Gallwey, G. Alexander, J. Whitmor 2002, 2007, 2011)

Narzędzie stosuje się jednorazowo na początku procesu lub kilkakrotnie na kolejnych etapach pracy. Celem **Modelu GROW** jest stworzenie spójnego planu, uporządkowanie działań wspierających rozwój uczestnika oraz planowanie działań i podejmowanie bieżących decyzji w całym procesie i na poszczególnych sesjach.

Model GROW wskazuje na cztery istotne elementy, które należy uwzględnić w pracy nad rozwojem i doskonaleniem.

Cel (*Goal*) to obraz stanu pożądanego, do którego rozwój powinien zmierzać.

Rzeczywistość (*Reality*) to aktualna sytuacja, potencjał, miejsce w procesie rozwojowym, w którym uczestnik znajduje się obecnie.

Opcje (*Options*) to alternatywne drogi, sposoby, środki, za pomocą których uczestnik może osiągnąć to, co pożądane.

Wola (*Will/Way Forward/What next*) to motywacja, która towarzyszy procesowi. To realne zaangażowanie uczestnika w działanie na rzecz osiągnięcia wyznaczonego celu. Nazwa Modelu to akronim czterech elementów pracy nad rozwojem.

Instrukcja:

Model GROW to mapa podróży, w którą udaje się uczestnik, pracując nad swoim rozwojem. Rolą specjalisty/coacha jest wspomaganie uczestnika w określaniu poszczególnych elementów Modelu i organizowanie procesu.

Rozpoczynamy od pracy nad określeniem celu i opisem rzeczywistości. Rekomenduje się rozpoczęcie pracy od przestrzeni dla uczestnika – jego namysłu nad sytuacją, w której się znajduje – nie od nazywania Celu – jak w klasycznym Modelu. Po analizie swojej sytuacji uczestnicy łatwiej przechodzą do formułowania zamierzeń. Warto mieć graficzny symbol Modelu i pokazując etap na rysunku, zadawać pytania.

Pytania pozwalające ustalić cel:

Co chcesz osiągnąć?

Dokąd chcesz dotrzeć w tym obszarze?

Po co to robisz?

Po czym poznasz, że cel został osiągnięty?

Pytania pozwalające ustalić rzeczywistość:

Co, gdzie i kiedy się to wydarzyło?

Jaki był przebieg zdarzeń

Jak się z tym czujesz, jak to odbierasz?

Po scharakteryzowaniu celu i rzeczywistości należy pokazać uczestnikowi, że dalszy rozwój wymaga połączenia tych dwóch punktów na mapie podróży. Należy określić sposoby, za pomocą których można przejść z sytuacji aktualnej do pożądanej. Wtedy zaczyna się praca nad możliwościami (działania, reakcje, inicjatywy, itp.) a rola specjalisty/coacha to wpieranie odkrywania i tworzenia nowych opcji. Można to zrobić poprzez pytania:

Jak jeszcze możesz to zrobić?

Co możesz zrobić, żeby te ograniczenia zniknęły?

Jak zrobiłby to twój mistrz/autorytet/ktoś z czyją opinią się liczysz?

Na koniec zadaniem specjalisty/coacha jest wzmocnienie woli klienta do działania i podejmowanie nowych prób (sprawdzania opcji) i alternatywnych rozwiązań umożliwiających osiągnięcie celu. Wzmacnianie motywacji uczestnika to proces długotrwały i stały. Można zacząć od pytań:

Od czego zaczniesz teraz?

Dlaczego to jest dla ciebie ważne?

Co może ci to dać, jak na tym skorzystasz?

Model GROW można wykorzystać na pojedynczej sesji, może on posłużyć do organizacji całego procesu, można go wykorzystać wyłącznie do pracy nad tworzeniem wizji uczestnika.

www.akademiahandlowa.pl

Lider:



Partnerzy:

