



Upgrade Your Gameplay

Cursuri Deschise

2023

Cuprins

Coaching Skills	5
Practical Leadership & Virtual Teams	7
Strategic Thinking & Business Innovation	8
Digital Mindset for Leaders	9
Conflict Resolution	10
Change Management	11
Emotional Intelligence	14
Influence & Persuasion	16
Generations in the Digital Workplace	18
Online Business Presence	19
Real Time Feedback	20
Productivity at Work – wherever work is	21
Running Effective Meetings	23
Writing Effective Messages	24
Collaborating Across Cultures	25
Advanced Marketing – Building Iconic Brands	26
Design Thinking	28
Finance for Non-finance	30
Marketing for Non-marketing	31
Problem Solving & Adaptability	33
Process Improvement	34
Project Management	35
Data Driven Decision Making	36
B2B Sales – Help Customers Buy from You	37
Key Account Management	38
Sales Management	39
Value Driven Negotiations	40
Business Presentations	41
Impactful Data Presentations	43
Public Speaking. Advanced	45
Train the Digital Trainer	46

Date si tarife

Denumirea si Tipul Programului	Trainer	Tarif EUR (+ TVA)	Data
Leading Virtual Teams			
Strategic Thinking & Business Innovation	Ciprian Teleman	245	13-14 nov
Practical Leadership & Virtual Teams	Ciprian Teleman	245	20-21 nov
Coaching Skills	Dragos Calin	245	La cerere
Digital Mindset for Leaders	Ciprian Teleman	115	La cerere
Personal & Team Effectiveness			
Productivity at work - wherever work is	Costin Ciora	245	7-8 nov
Influence & Persuasion	George Avram	285	9 nov
Emotional Intelligence	Ciprian Teleman	245	23-24 oct
Effective Communication on Multiple Channels	Alexandru Ionescu	245	27-28 nov
Change Management	Ciprian Teleman	245	4-5 dec
Generations in the Digital Workplace	Costin Ciora	245	La cerere
Online Business Presence	Costin Ciora	115	La cerere
Conflict Resolution	Costin Ciora	115	La cerere
Real Time Feedback	Costin Ciora	115	La cerere
Running Effective Meetings	Costin Ciora	115	La cerere
Writing Effective Messages	Costin Ciora	115	La cerere
Collaborating Across Cultures	Costin Ciora	115	La cerere
Key Business Skills			
Project Management	Adrian Hudulin	245	24-25 oct
Process Improvement	Adrian Hudulin	245	26-27 oct
Problem Solving & Adaptability	Ciprian Teleman	115	30 oct
Finance for non-finance	Costin Ciora	245	11-12 dec
Design Thinking	Costin Ciora	285	La cerere
Advanced Marketing - Building Iconic Brands	Cristina Mosteanu	245	La cerere
Marketing for Non-Marketing	Cristina Mosteanu	245	La cerere
Data Driven Decision Making	Costin Ciora	115	La cerere

Sales & Negotiations			
Value Driven Negotiations	Dragos Calin	245	24-25 oct
Key Account Management	Dragos Calin	245	14-15 nov
B2B Sales – Help Customers Buy from You	Dragos Calin	245	5-6 dec
Sales Management	Dragos Calin	245	La cerere
Online Presentations & Training Skills			
Business Presentations	Alexandru Ionescu	245	23-24 nov
Train the Digital Trainer	Alexandru Ionescu	245	7-8 dec
Impactful Data Presentations	Costin Ciora	245	6-7 dec
Public Speaking. Advanced	Octavian Pantis	245	La cerere
Pachete de cursuri			
Leading Successful Transformation Package	Practical Leadership & Virtual Teams, Strategic Thinking & Business Innovation, Emotional Intelligence, Project Management, Process Improvement		919 fata de 1225
Adapt & Perform Package	Effective Communication Skills, Productivity at Work, Business Presentations in a Digital Setting		551 fata de 735
Business Acumen Package	Strategic Thinking & Business Innovation, Finance for Non-Finance, Process Improvement, Project Management		735 fata de 980
Participi la 4 cursuri si platesti doar 3	4 cursuri la alegere timp de un an		

Tariful afisat reprezinta costul per participant. Datele cursurilor pot suferi modificari.

Tariful cursurilor in sala cuprinde: participarea la programul de training, diploma de participare, materiale de curs, cheltuielile logistice (sala, echipamente) 3 pauze de cafea si masa de pranz in cazul cursurilor in sala.

Tariful cursurilor online cuprinde: participarea la programul de training, diploma de participare materiale de curs in format electronic precum si resurse suplimentare de invatare. La acestea se adauga o sesiune online sustinuta la aproximativ 2 saptamani dupa terminarea cursului (14 days check).

Informatii si inscrieri: office@qualians.com; www.qualians.com

Cursurile prezentate in aceasta brosură, precum si alte tematici, pot fi organizate si in varianta in-company pentru grupe formate exclusiv din angajati ai unei companii. Pentru detalii va rugam sa ne contactati la office@qualians.com.

Leading Virtual Teams

Coaching Skills

Valoarea unui manager poate fi evaluata prin performanta echipei in absenta acestuia.

Pentru a creste aceasta performanta managerul are nevoie nu doar de niste buni executanti ci de niste oameni a caror experienta si pregatire sa fie puse in valoare. Fiind necesar dupa ce oamenii au deja un bun nivel profesional, coaching-ul este procesul prin care acestia isi gasesc propriile solutii la provocarile cu care se confrunta. Contributia managerului presupune multa rabdare, maturitate emoționala si nu in ultimul rand o serie de întrebări bine alese.

Cui se adresează:

Cursul se adreseaza cu precadere managerilor sau tuturor celor care conduc, supervizeaza sau coordoneaza o activitate in care sunt implicati oameni, sau conduc echipe ce lucreaza remote.

Obiective:

In urma acestui curs participantii vor sti mai bine sa:

- Identifice cand e nevoie de coaching si cand e nevoie de alt instrument managerial (feedback, sfaturi etc.);
- Conduca sesiuni valoroase de coaching cu oamenii lor;
- Valorifice din plin potentialul fiecarui om din echipa si sa-i asigure o dezvoltare accelerata;
- Puna intrebarile potrivite la momentul potrivit;
- Li ajute pe oameni sa-si gaseasca raspunsurile de care au nevoie;
- Dezvolte spiritul de echipa si rezultatele echipei.

Programul include:

Introducere

- Scopurile sesiunii
- Asteptarile participantilor, agenda

Coaching in teorie

- Feedback, Advice si Coaching: lucruri in comun si diferite
- Definirea coachingului
- Limitele coachingului - ce nu poate face si în ce situatii nu este potrivit

Coaching in practica

- Reguli de aur in coaching
- Cerinte pentru un coach
- Cerinte pentru un coachee

Modelul GROW

- Tipuri de întrebări
- Goals, Reality, Options, Will

- Întrebări specifice pentru fiecare etapă

Role-plays (de către toți participanții)

- Exersarea punctuală a tipurilor de întrebări
- Exersarea întregului model GROW pe situații prezentate de trainer
- Exersarea întregului model GROW pe situații prezentate de participanți

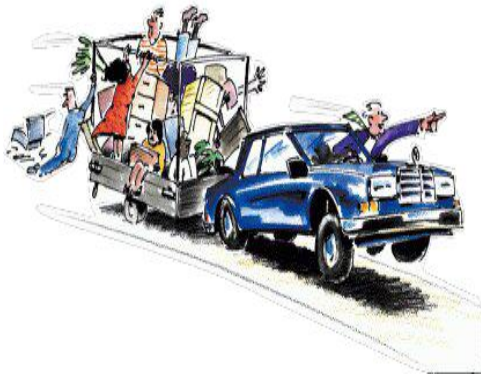
Capitole opționale (în funcție de interesul și nevoile participanților)

- Procesul de comunicare din perspectiva coachingului
- Niveluri de ascultare
- Rapport și reflectare
- Profiluri comunicative

Concluzii și încheiere

- Mesajele principale
- Plan de acțiune

Practical Leadership & Virtual Teams



Leadership este privilegiul de a îmbunătăți viețile și performanțele celorlalți, de a forma noi lideri și de a-i orienta către un scop comun. Un lider eficient și care să inspire încredere trebuie să consolideze o relație specială cu cei din jur, fondată pe respect și corectitudine. Iar rezultatele cele mai bune le poate obține cunoscându-și mai bine echipa și propriile capacități de coordonare. Cursul vine în sprijinul managerilor cu instrumente practice, culese din experiența internațională de peste treizeci de ani a TMI în lucrul cu diferite organizații, instrumente verificate și aplicate cu succes și în România.

Cui se adresează:

Cursul se adresează cu precădere managerilor sau tuturor celor care conduc, supervisează sau coordonează o activitate în care sunt implicați oameni. Nu este necesară o pregătire anterioară specifică pentru înțelegerea conceptelor predate și exemplificate. Experiența în lucrul cu oameni aduce un plus de valoare și relevanță conceptelor prezentate.

Obiective:

Participanții la acest curs vor obține cunoștințele necesare pentru a putea să își cunoască și să-și motiveze mai bine echipa, pentru a putea stabili obiectivele individuale și de grup, pentru a-și supraveghea comportamentul în relație cu diferite tipuri de persoane, pentru a câștiga și păstra angajamentul oamenilor, pentru a delega responsabilitățile potrivite oamenilor potriviți, la momentul potrivit, precum și pentru a optimiza timpul de muncă. Toate acestea sunt subordonate scopului general de obținere a performanței individuale și colective.

Programul include:

- Leadership și management – două sisteme de acțiune complementare
- Stiluri manageriale
- Niveluri de inițiativă
- Cum conduc o echipă ce lucrează remote?
- De la grup la echipă – etapele formării unei echipe;
- Exemple și exerciții de echipă
- Comportamentul potrivit al liderului față de categorii diferite de oameni din echipă – modelul CAN-WILL
- Competența și motivația fiecărui membru al echipei
- Comportamentul potrivit al liderului față de categorii diferite de oameni din echipă
- Delegarea ca instrument de management – sarcini și responsabilități
- Categoriile de sarcini
- Reguli pentru o delegare completă și eficientă
- Motivarea și dezvoltarea oamenilor din echipă: feedback, sfaturi sau coaching
- Sursa motivației și a energiei
- Relațiile interpersonale – recunoaștere, recompense, dezaprobari.
- Recunoaștere, recompense, dezaprobari – reguli de aur
- Importanța detaliilor în relațiile interpersonale
- Reguli pentru feedback negativ

Strategic Thinking & Business Innovation

Punctul de plecare pentru orice discutie, meeting sau workshop de calitate despre inovarea unui model de business este definitia corecta a modelului in sine. Avem nevoie de un model de business pe care oricine sa il poata intelege: unul care faciliteaza desfasurarea discutiilor si descrierea acestuia.

Credem ca modelul de business poate fi cel mai usor descris prin noua puncte ce arata logica din spatele profitabilitatii companiei. Cele noua puncte acopera cele patru domenii esentiale ale unui business: clientii, oferta, infrastructura si viabilitatea financiara. Acesta este modelul ce va sta la baza strategiei si va fi implementat in structurile organizationale, procese si sisteme.

Cui se adresează:

Acest curs este adresat tuturor persoanelor ce doresc sa construiasca sau sa remodeleze un business astfel incat profitabilitatea acestuia si satisfactia clientilor sa fie maxime.

Obiective:

La finalul programului, participantii vor:

- Avea o privire de ansamblu strategica asupra start-up-ului lor sau a companiei actuale;
- Intelege cerintele necesare pentru succes intr-o companie;
- Gasi moduri inovative pentru a remodela business-ul pornind din punctul de vedere al consumatorului;
- Putea decide care sunt cele mai lucrative si nepotrivite investitii pentru business;
- Putea revitaliza compania prin aplicarea de strategii competitive conform mediului de business;
- Dobandi unelte aplicabile oricand;
- Dobandi increderea si gandirea analitca necesare pentru a porni un business propriu.

Programul include:

- Realizarea unui model de business.

Nu este necesara o pregatire anterioara specifica pentru intelegerea conceptelor predate si exemplificate.

Digital Mindset for Leaders

Lumea se schimba iar transformarea digitala devine parte din viata noastra, implicit din modul in care organizatiile creeza produse si servicii. Printre provocarile organizationale, dincolo de implementarea transformarii digitale, este si dezvoltarea atitudinii specifice sau digital mindset. Investitiile in tehnologie au rezultate scazute atunci cand atitudinea angajatilor este de retinere fata de implementarea noilor inovatii. Rezultatele cresc substantial atunci cand transformarea digitala include si dezvoltarea atitudinii corespunzatoare fata de noile tehnologii.

Cui se adresează:

Managerilor care conduc echipe ce au nevoie de dezvoltarea atitudinii fata de tehnologie, echipelor ce utilizeaza si implementeaza tehnologii.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, participantii vor sti mai bine:

- Sa inteleaga barierele principale privind transformarea digitala;
- Sa inteleaga diferentele dintre digitalizare si transformarea digitala;
- Sa aplice principiile unui nou digital mindset la nivelul echipelor si a organizatiei;
- Sa utilizeze instrumente si modele de crestere a atitudinii fata de transformarea digitala.

Programul include:

- Provocarile curente si transformarea digitala;
- Principii si rezistenta la transformarea digitala;
- Instrumente de analiza a pozitionarii echipei fata de transformarea digitala;
- Mesajele principale si alinierea privind pasii urmatari;
- Actiuni de Follow up dupa intalnire;
- Exemple practice si studii de caz.

Nu este necesara o pregatire anterioara specifica pentru intelegerea conceptelor predate si exemplificate.

Personal & Team Effectiveness

Conflict Resolution

Diferentele de paradigme si comunicare contribuie la conflicte care afecteaza rezultatele, consuma timp si afecteaza productivitatea. Identificarea celor mai bune mijloace de rezolvare a conflictelor poate conduce la rapiditate si flexibilitate organizationala dar si focus pe performanta.

Cui se adreseaza:

Cursul se adreseaza tuturor celor care-si doresc sa dobandeasca cunostinte, abilitati si atitudinea potrivite rezolvarii conflictelor.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, cei care participa vor avea un set de metode si instrumente pentru gestionarea conflictelor si atingerea unor rezultate de tip "castig-castig" cu cealalta parte. Mai mult, participantii vor intelege tipologia conflictelor si vor invata sa recunoasca tiparele care conduc la posibile conflicte, pentru a actiona din timp.

Programul include:

- Categoriile de conflicte in viata profesionala
- Perceptia asupra conflictelor si sursele de conflict
- Stiluri de conflict si modele de intelegere a conflictelor
- Abilitati esentiale de rezolvare a conflictelor
- Tehnici de ascultare pentru rezolvarea conflictelor
- Asertivitatea – punct cheie in intelegerea conflictelor si rezolvarea acestora
- 7 reguli de aur pentru gestionarea conflictelor

Change Management

Intr-o lume in transformare profunda, singura constanta e schimbarea. Astfel, managementul schimbarii devine o competenta esentiala pentru fiecare dintre noi. Acest curs este util tuturor celor implicati in schimbari in organizatii: restructurari, fuziuni, schimbari de sisteme, lansari de produse, servicii sau categorii noi, implementarea unor strategii noi.

Cui se adreseaza:

Programul se adreseaza persoanelor care sunt implicate in schimbari in organizatii.

Obiective:

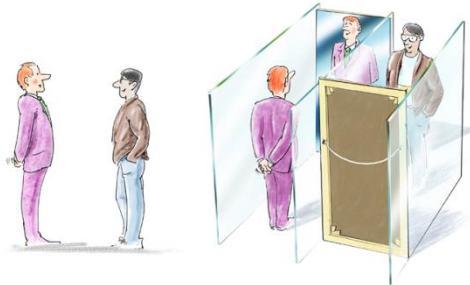
In urma acestui program participantii vor sti mai bine sa:

- Identifice si sa fructifice momentul optim al schimbari
- Isi ajusteze atitudinea proprie si pe a altora in fata schimbarii
- Recunoasca si sa foloseasca mecanismele psihologice pentru a depasi rezistenta la schimbare
- Afiseze o atitudine proactiva in abordarea schimbarii
- Abordeze diferentiat atitudinile celor implicati in schimbare
- Cautе si sa valorifice oportunitati, definind precis rezultatul dorit
- Recunoasca si sa depaseasca barierele mentale si paradigmele ce franeaza schimbarea
- Implementeze cu succes schimbari care implica multe alte persoane
- Promoveze in mod convingator schimbarea
- Obtina acordul celor cu influenta
- Comunice eficient in schimbare cu oameni avand profiluri comportamentale diferite

Programul include:

- Psihologia schimbarii
- Niveluri ale rezistentei la schimbare
- Modele de abordare a schimbarii
- Tehnici de analiza a situatiei prezentate
- Instrumente pentru definirea situatiei dorite
- Promovarea si implementarea schimbarii
- Studii de caz si exercitii
- Plan de actiune

Effective Communication on Multiple Channels



Astazi o foarte mare parte din comunicarea de serviciu nu mai are loc fata in fata ci pe canale care ii reduc eficacitatea si cresc sansele aparitiei interpretarilor gresite. Fie ca e vorba de e-mailul si telefonul cu care ne-am imprietenit in urma cu multi ani sau de mai noile aplicatii pentru mesagerie scrisa sau apeluri video, comunicarea este mai saraca decat atunci cand suntem in fata interlocutorului, astfel ca este nevoie sa fim si mai atenti la fiecare componenta a ei. Altfel pierdem timp cu ping-pong-uri suplimentare de mesaje si in unele cazuri putem genera chiar anumite emotii negative sau conflicte.

De aceea, cursul pleaca de la premisa ca succesul in comunicare necesita adaptarea comportamentului fiecaruia in functie de particularitatile interlocutorului si ale canalelor de comunicare disponibile, deoarece profilul comunicational si paradigmele ne diferentiaza in mod semnificativ. Indiferent ca este vorba de mediul online sau offline, cei care adopta aceste principii vor comunica mai rapid si cu rezultate mai bune.

Cui se adreseaza:

Seminarul se adreseaza oricarei persoane care doreste sa treaca mai bine peste barierele in comunicare si sa-si imbunatateasca abilitatile de a relationa cu oamenii din jur.

Obiective:

Cursul de comunicare isi propune sa ajute participantii sa identifice calea optima de comunicare in relatia cu alte persoane, sa isi exprime nemulțumirea sau critica intr-un mod pozitiv, sa isi faca cunoscute intentiile direct si clar si sa ceara ceea ce doresc, dar fara a-i ofensa pe ceilalti.

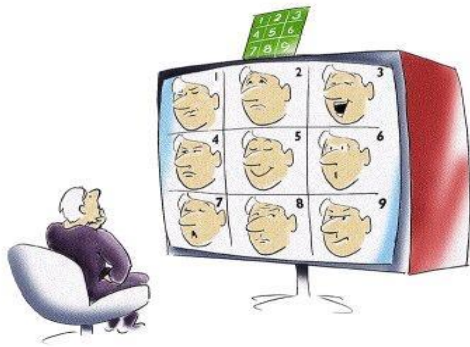
Totodata, cursantii vor intelege care sunt elementele esentiale in comunicare si care sunt capcanele care conduc la esec, isi vor recunoaste propriul profil comunicational, tendintele catre agresivitate sau pasivitate si vor invata sa foloseasca o gama de tehnici pentru depasirea barierele in comunicare, gestionarea conflictelor in mod eficient si evitarea escaladarii acestora.

Programul include:

- Descrierea celor patru profiluri comunicationale;
- Identificarea si abordarea profilurilor comunicationale;
- Tehnici pentru imbunatatirea abilitatilor de comunicare in functie de propriul profil comunicational;
- Principalele bariere de comunicare, tehnici de evitare a acestora;
- Cum putem comunica eficient online?
- Paradigmele – hartile mentale în baza carora interpretam realitatile din jurul nostru;
- Cum pot deveni paradigmele bariere în comunicare?;
- Mecanismul comunicarii, relevanta acestuia în diverse situații (grupuri, departamente, organizatii etc.);

- Body language, rol in comunicarea fata in fata;
- Descrierea de tipuri comportamentale: direct/indirect, agresiv, submisiv, asertiv;
- Cauze si consecinte ale comportamentului agresiv, submisiv si asertiv;
- Cum sa evitam cele doua tipuri de comportamente extreme: comportamentul agresiv si comportamentul submisiv;
- Asertivitatea, modalitate de comunicare in business;
- Tehnici ale comunicarii asertive;
- Feedback negativ prin asertivitate;
- Niveluri de ascultare in comunicarea directa;
- Deschiderea de canale de comunicare prin raport.

Emotional Intelligence



Intr-o epoca in care timpul nu prea mai lasa loc construirii unor relatii personale durabile si in care suntem condusi de tot felul de emotii pe care nu prea stam sa le analizam sau controlam, calitatea vietii emotionale devine o problema pentru persoanele cu o agenda incarcata. Seminarul abordeaza importanta cunoasterii propriei persoane si prezinta o serie de informatii si tehnici care ne folosesc pentru a face ca sentimentele si emotiile sa lucreze pentru noi si nu impotriva noastra.

Cui se adreseaza:

Programul se adreseaza persoanelor care doresc sa-si controleze eficient propriile emotii, pentru a obtine rezultate cat mai bune din interactiunile cu ceilalti si performante profesionale crescute.

Obiective:

Acest program ofera cursantilor o intelegere profunda a conceptului de inteligenta emotionala, ajutandu-i sa il aplice cu succes atat pe plan profesional cat si personal. Ei vor putea astfel sa isi foloseasca inteligent emotiile atat la serviciu cat si in viata personala, vor reusi sa rezolve problemele prin intelegerea empatica a sentimentelor celorlalti, isi vor putea dirija energia in directia pe care o aleg, isi vor intelege mai bine propria persoana, vor reusi sa gestioneze mai bine emotiile distructive, vor intelege ce anume ii motiveaza si vor reusi sa se motiveze intr-o mai mare masura pentru a obtine rezultate mai bune, vor sti cum sa incurajeze sau sa critice un coleg sau prieten astfel incat sa imbunatateasca relatia cu acesta.

Programul include:

- Legatura dintre inteligenta si succesul in viata;
- Noua perspectiva asupra inteligentei: de la IQ la EQ;
- Recunoasterea si constientizarea propriilor emotii si tipuri de emotii;
- Obiectivitatea
- Managementul stresului si calitatea vietii afective
- Stapanirea impulsivitatii
- Gestionarea emotiilor distructive: gelozia, furia, invidia, dezamagirea;
- Încrederea în sine
- Adaptabilitatea
- Rezolvarea problemelor
- Fii responsabil! Fii proactiv!
- Exprimarea gandurilor, sentimentelor si convingerilor in mod asertiv;
- Automotivarea: moduri de a ne identifica si folosi din plin propriile surse de energie;
- Optimismul
- Orientarea spre rezultate
- Multumirea – o atitudine fata de propria viata
- Empatia si ascultarea empatica
- Importanta paradigmelor

- Importanta disponibilitatii spre schimbare
- Recunoasterea emotiilor celorlalti, empatie si abilitatea de a asculta pentru a construi incredere;
- Gestionarea retelei de relatii interpersonale;
- Plan de actiune personal pentru imbunatatirea EQ.

Influence & Persuasion

In fiecare zi exista nevoia de a-i convinge pe ceilalti in legatura cu ideile, propunerile, serviciile sau produsele noastre. Cu toate acestea, oamenii nu sunt atat de usor de influentat si de convinsi. Acestia sunt fiinte complexe, imprezibile si, uneori, chiar incapatanate si refractare.

De aceea, cunostintele legate de psihologia influentarii si persuasiunii sunt necesare oamenilor de succes pentru a-si atinge obiectivele si a castiga acceptarea, increderea si respectul celor cu care interactioneaza.

Pe scurt, a fi persuasiv se refera la a avea atitudinea potrivita si a detine tehnicile utile influentarii si convingerii celorlalti.

Cui se adreseaza:

Programul se adreseaza tuturor celor care vor sa-si dezvolte puterea de convingere, fie ca lucreaza in management, vanzari, marketing, publicitate, politica sau in orice domeniu in care succesul este strans legat de abilitatea de a fi persuasiv.

Obiective:

In urma acestui workshop intensiv si interactiv, participantii vor invata:

- Ce sunt si cum functioneaza influentarea, persuasiunia si manipularea.
- Cum sa identifice oamenii, rolurile acestora si comportamentele de care au nevoie pentru a-si atinge obiectivele.
- Cum sa abordeze procesul persuasiv in mod sistematic si variat pentru a-si maximiza sansele de reusita.

Programul include:

- Fii persuasiv, dar fereste-te de manipulare!
- Procesul persuasiunii, cele trei categorii de persoane-tinta si raspunsurile pe care le vizeaza mesajul persuasiv.
- Persuasiunia rationala si persuasiunia emotionala
- Cum sa-ti formulezi mesajul persuasiv tinand cont de modul in care functioneaza motivatia umana?
- Cum sa te folosesti de „frica de pierdere” pentru a fi convingator?
- Gandirea sistematica vs. gandirea euristica
- Cele 6 principii psihologice universale ale influentei
- Care este atitudinea potrivita pentru a fi convingator?
- Cate optiuni si informatii sa oferi pentru a facilita luarea unei decizii?
- Cum sa reduci anxietatea decizionala?
- Cum sa-ti construiești credibilitatea?
- Care sunt formele rezistentei la persuasiunie si cum pot fi acestea depasite?
- Ce sunt reactanta psihologica si disonanta cognitiva?
- Cum sa construiești sistematic un mesaj convingator?
- Care sunt cele mai folosite 9 tactici de influentare si persuasiunie? De la 1. „Logica” la 9. „Utilizarea fortei”.

- Cum sa recunosti si cum sa te aperi de cele mai frecvent intalnite tactici, tehnici, trucuri si strategii de manipulare?

Generations in the Digital Workplace

Diferentele dintre generatii reprezinta o provocare pentru cresterea comunicarii si obtinerea performantei in organizatii. Nevoia de a intelege motivatia fiecarei generatii dar si tipologiile de comportament si comunicare, ne poate oferi solutii de aliniere mai buna in cadrul echipelor, de comunicare mai eficienta si chiar de imbunatatire a rezultatelor.

Cui se adreseaza:

Cursul se adreseaza tuturor celor care prin natura muncii lor interactioneaza frecvent cu oameni din generatii diferite si care-si doresc relatii mai productive cu acestia, fie ca e vorba despre clienti, subalterni, superiori sau colegi.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, cei care participa vor avea un set de metode si instrumente pentru intelegerea diferitelor generatii, a motivatiei si preferintelor fiecarei categorii si a celor mai bune practici de interactiune cu acestia.

Programul include:

- Intelegerea diferitelor categorii de generatii
- Principalele caracteristici ale generatiilor: Baby Boomers, Generatia X, Millenials, Generatia Z
- Modul de interactiune al diferitelor categorii de generatii cu tehnologia
- Atributele pozitive ale diferitelor generatii
- Ce motiveaza fiecare generatie si cum putem adapta comunicarea cu acestea
- Comunicarea cu diferitele generatii in functie de mediul utilizat: fata in fata, la telefon, email, social media sau aplicatii text
- Comportamentul diferitelor generatii in perioade dificile
- Diferitele generatii si responsabilitatea: intelegerea unei dinamici provocatoare in viata personala si profesionala
- Generatia Z > adaptarea la noua generatie si integrarea in echipa
- 3 arii de comportament al diferitelor generatii si puncte comune pentru interactiune
- Exercitii si aplicatii practice

Online Business Presence

Tranzitia la comunicare online a produs o serie de provocari. Pe de-o parte intalnirile sunt din ce in ce mai numeroase, in timp ce nivelul de receptare a mesajelor din cadrul prezentarilor este mai scazut ca urmare a multitasking-ului. Pe de alta parte, implicarea audientei este mai scazuta si nevoia de captare a atentiei acestora este mai ridicata. Imbunatatirea prezentei online duce la rezultate vizibile in toate categoriile principale de intalniri: call-uri 1-1, intalniri de echipa, prezentari sau sesiuni facilitate sau moderate.

Cui se adreseaza:

Cursul ii echipeaza pe participanti cu cunostintele, aptitudinile si atitudinile necesare pentru a deveni la fel de eficienti in intalnirile si prezentarile online ca in interactiunile directe fata in fata.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, cei care participa vor avea un set de metode si instrumente pentru o prezenta online profesionista si dinamica pe mai multe categorii de intalniri online: prezentari individuale, intalniri de echipa, call-uri interactive.

Programul include:

- Fundamentale call-urilor online: utilizarea microfonului, lumini, camera, background, setup-ul de birou;
- Body language: expresii, contactul cu camera, gesturi, emotii etc;
- Utilizarea diferitelor platforme: sfaturi practice pentru a face interactiunea cat mai simpla si eficienta;
- Call-urile 1-1: introducere, continut, deschiderea interactiunii;
- Realizarea prezentarilor online: pregatirea, captarea atentiei, structura, controlarea timpului prezentarii, finalul si call to action;
- Call-urile interactive: facilitare, implicarea participantilor, utilizarea platformelor de interactiune precum Miro sau Mentimeter, facilitarea unor sesiuni de brainstorming si evidentierea concluziilor;
- Prezentarea informatiilor si a cifrelor: prezentarea povestii din spatele cifrelor, tipuri de grafice si care e cel potrivit pentru prezentare, design-ul slide-urilor, focus si captarea atentiei participantilor pe mesajele cheie.

Real Time Feedback

Printre realitatile curente din cadrul organizatiilor regasim si utilitatea tot mai mica a sesiunilor formale anuale sau bianuale de evaluare a performantei. Mai mult, nevoia de a corecta sau felicita rapid, pentru cresterea nivelului de agilitate si flexibilitate, conduce la regandirea modului in care feedback-ul este oferit si primit. Prin schimbarea modului in care feedback-ul este perceput si utilizat in echipe, ajungem la rezultate rapid si o aliniere mai ridicata.

Cui se adreseaza:

Cursul ii ajuta pe participanti sa inteleaga importanta tot mai mare a feedback-ului in contextul de organizational de azi si sa identifice modalitati de dezvoltare a unei culturi a feedback-ului in propriile echipe.

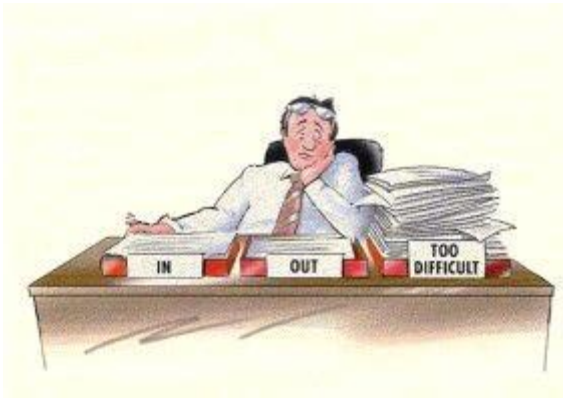
Obiective:

La sfarsitul acestui curs, cei care participa vor avea un set de metode si instrumente moderne, rapide si eficiente pentru a oferi feedback celor din jur, astfel incat sa contribuie la dezvoltarea lor profesionala si la imbunatatirea rezultatelor companiei. Totodata, vor avea instrumentele necesare pentru a sti sa primeasca feedback-ul si pentru a deveni un model in modul in care primesc recomandarile colegilor.

Programul include:

- Comportamentul in feedback
- Real-time feedback > feedback continuu si corelat pentru performanta echipei
- Rolul starilor in feedback: alegerea momentului potrivit pentru a oferi feedback
- De la paradigme la Rezultate in feedback. Rolul convingerilor limitative in desfasurarea unei sesiuni de feedback
- Profilurile comunicationale in feedback: cum primesc feedback si cum dau feedback diferitele tipologii de comunicare
- Niveluri de ascultare si dezvoltarea increderii in feedback
- Modele de feedback pentru o structura clara si organizata
- Feedback este un cadou: 8 pasi pentru transformarea feedback-ului primit intr-un adevarat beneficiu
- Exercitii interactive si practica.

Productivity at Work – wherever work is



"E haos in jurul meu", "simt ca n-am timp!", "ar trebui sa pot face mai mult, dar nu reusesc!", "simt ca pierd timpul!", "din nou n-am reusit sa fac tot ceea ce mi-am propus" - acestea sunt doar o parte dintre expresiile pe care oamenii le folosesc in ziua de azi cand isi descriu relatia pe care o au cu timpul lor, acasa sau la serviciu.

In contextul actual, in care munca s-a amestecat aproape complet cu timpul din afara serviciului, un echilibru intre viata profesionala si personala poate parea mult mai dificil de obtinut, dar pentru orice provocare exista si o solutie.

Acesta sesiune se bazeaza pe principiile validate de programul Time Manager®, dezvoltat de TMI in ultimii 45 de ani si care si-a dovedit eficacitatea in cazul milioanele de utilizatori.

Cui se adreseaza:

"Productivity at Work - wherever work is" ii este foarte util oricui isi doreste sa obtina rezultate palpabile in aceste vremuri tulburi, cu schimbari majore in ceea ce priveste cum muncim, de unde muncim si cat muncim.

Obiective:

In urma acestei sesiuni, participantii vor sti mai bine cum sa se concentreze pe lucrurile care aduc rezultatele dorite, ce aplicatii sa foloseasca si cum sa-si imparta bine timpul. Vor castiga o imagine de ansamblu asupra vietii lor si vor fi ajutati sa-si stabileasca obiective realiste si provocatoare pentru aceste vremuri in schimbare.

Tehnicile pe care participantii le vor dobandi sunt testate si validate in peste 72 de tari unde TMI opereaza, avand o foarte buna aplicabilitate in contextul actual. La finalul sesiunii fiecare participant va avea un plan personalizat pentru a-si atinge obiectivele in mai putin timp si cu mai putin efort, pastrand un echilibru dintre viata profesionala si personala.

Programul include:

- Prioritizarea activitatilor si responsabilitatilor noastre;
- Definirea importantei si a urgentei în activitatea profesionala
- Cum ramanem productivi lucrând remote?
- Cele 4 categorii de activitati
- Utilizarea instrumentelor de analiza a timpului
- De la scopuri bine definite la rezultate pe drumul cel mai scurt;
- Planificarea unei zile productive – lucrul cu to do list;
- Capcanele planificarii;
- Motivele psihologice ale neatingerii scopurilor si cai de depasire;
- Modelul "Scopuri - Arii cheie - Sarcini";
- Organizarea mediului de lucru, a informatiilor si documentelor;
- De ce apare dezordinea si cum poate fi combatuta?;
- Managementul documentelor;

- Managementul emailului;
- Organizarea biroului si a calculatorului;
- Sarcinile de tip elefant;
- Principiile time managementului;
- Utilizarea agendei;
- Planificarea pe perioade diferite;
- Gestionarea relatiilor cu ceilalti – intreruperi, sedinte, sarcini marunte;
- Modalitati de reducere a intreruperilor venite de la persoane;
- Modalitati de reducere a intreruperilor provocate de telefon;
- Managementul e-mailurilor – nu ele ne conduc timpul!;
- Idei pentru time management in afara serviciului;

Running Effective Meetings

Printre realitatile curente din cadrul organizatiilor regasim si utilitatea tot mai mica a sedintelor, mai ales in mediul online. Prin schimbarea modului in care sedintele sunt percepute si utilizate in echipe, ajungem la o aliniere mai ridicata si o productivitate ridicata.

Cui se adreseaza:

Celor care lucreaza remote sau de la birou, lucreaza in echipe diverse, participa frecvent la intalniri pentru obtinerea de rezultate. Provocarile curente au dus la cresterea numarului de intalniri in special pentru echipele ce lucreaza remote, de aici nevoia de eficientizare a intalnirilor pentru ca timpul tuturor participantilor sa fie mai productiv.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, participantii vor sti mai bine:

- Sa verifice daca intalnirea este necesara iar daca da, sa o pregateasca potrivit
- Sa pregateasca intalnirile prin invitarea participantilor si pregatirea acestora pentru scopul intalnirii
- Sa se pregateasca mai bine atunci cand sunt invitati la intalniri pentru a utiliza productiv timpul
- Sa pregateasca o agenda clara si sa deruleze intalnirea intr-un mod eficient
- Sa creeze reguli clare de desfasurare a intalnirii si sa depaseasca problemele curente din cadrul intalnirilor
- Sa sublinieze mesajele principale si sa contribuie la alinierea principalelor mesaje la finalul intalnirii
- Sa creeze planuri de actiune concrete pentru participantii intalnirii
- Sa dezvolte actiuni de follow-up pentru finalizarea clara a intalnirii
- Sa foloseasca emailul sau mesajele de tip text in mod eficient
- Sa evite erorile comune de comunicare
- Sa imbunatateasca si sa dezvolte relatii mai bune cu colegii prin intermediul comunicarii de tip email sau text

Programul include:

- Costul meetingurilor si cand sa organizezi un meeting
- Meeting-uri neproductive: motive comune
- Pregatirea unui meeting: scop, cine participa, agenda si pregatirea intalnirii
- Desfasurarea meeting-ului: reguli si paradigme, rolul participantilor, probleme des intalnite
- Mesajele principale si alinierea privind pasii urmatari dupa meeting
- Actiuni de Follow up dupa intalnire
- Exemple practice si studii de caz

Writing Effective Messages

Acest curs iti ofera ocazia unui salt important in calitatea comunicarii scrise pe care le faci. Nu doar ca elimi posibilele confuzii ale interlocutorilor, ci si economisesti timp per ansamblu, prin pregatirea de mesaje clare, concise si corecte.

Cui se adreseaza:

Celor care comunica frecvent in format scris si celor care intampina dificultati in redactarea de mesaje clare si concise.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, participantii vor sti mai bine:

- Sa pregateasca mesaje clare, concise si corecte ce obtin reactia potrivita de la cititor
- Sa utilizeze e-mail-ul ca un mod de comunicare eficient
- Sa evite erorile comune de comunicare pe e-mail
- Sa construiasca relatii cu partenerii prin e-mail
- Sa creeze un Action Plan personal pentru a il aplica in cadrul companiei

Programul include:

- Structura e-mail-ului
- Perfectionarea elementelor de baza
- Lizibilitatea mesajului
- Folosirea MAJUSCULELOR, **boldului** si a *italicului*
- Folosirea eficienta a subiectului
- Nu presupune - clarifica mesajul
- Finalizarea e-mail-ului intr-o nota pozitiva
- Cand sa adaugi (sau nu) persoane in copie
- Tehnici de redirectionare
- Cand sa nu folosesti e-mail

Collaborating Across Cultures

Globalizarea a condus la un mediu de lucru ce necesita o serie de abilitati. Devine din ce in ce mai importanta comunicarea eficienta cu oamenii din diferite culturi. Cercetarile arata ca echipele cu un nivel ridicat de diversitate sunt mai performante decat celelalte cu pana la 35%. Colaborarea cu alte culturi devine astfel fundatia obtinerii rezultatelor dar si al crearii unui mediu de lucru eficient in care comunicarea este usor de realizat dincolo de barierele de limba sau distanta.

Cui se adreseaza:

Celor care lucreaza remote sau de la birou, lucreaza in echipe diverse si participa frecvent la intalniri pentru obtinerea de rezultate. Provocarile curente au dus la cresterea numarului de intalniri in special pentru echipele ce lucreaza remote, de aici nevoia de eficientizare a intalnirilor si a comunicarii pe canale diferite pentru ca timpul tuturor participantilor sa fie mai productiv.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, participantii vor sti mai bine:

- Cum functioneaza paradigmele aferente colaborarii cu alte culturi;
- Cum sa interactioneze cu diferite culturi pornind de la diferitele dimensiuni culturale;
- Cum sa colaboreze si sa gaseasca un mod comun de colaborare cu diferite culturi;
- Sa utilizeze instrumente si modele pentru comunicarea cu diferite culturi;
- Sa-si imbunatateasca comunicarea interculturala;
- Sa inteleaga diferentele interculturale de comunicare, munca si colaborare ale Romaniei fata de alte tari
- Sa transforme diferentele culturale in avantaje.

Programul include:

- Intelegerea diferentelor culturale pe baza componentelor;
- Aplicarea si intelegerea dimensiunilor culturale;
- Studii de caz aferente diferitelor culturi;
- Colaborarea interculturala pe diferite canale de comunicare;
- Imbunatatirea relatiilor cu colegii din alte culturi si dezvoltarea curiozitatii;
- Mesajele principale si alinierea privind colaborarea interculturala
- Actiuni de Follow up dupa intalnire;
- Exemple practice si studii de caz.

Key Business Skills

Advanced Marketing – Building Iconic Brands

Brandurile emblematice cu o identitate statornica si bine conturata devin parte integranta din viata consumatorilor, si totodata adevarate motoare de crestere ale profitului companiilor ce le detin.

Diferenta dintre un brand puternic, de referinta, si unul obisnuit consta in abilitatea brandului de a se focaliza pe consumator, generand un atasament emotional de lunga durata, mergand dincolo de oferta functionala a produsului oferit. Astfel, constructia unui brand inseamna de fapt constructia unei relatii intre BRAND si CONSUMATOR.

Scopul acestui training este de a parcurge procesul constructiei unui brand puternic, centrat pe consumator, punand accentul pe acele ingrediente esentiale care diferentiaza brandurile emblematice de toate celelalte.

Cui se adresează:

Cursul se adreseaza cu precadere echipelor de marketing si comunicare din cadrul companiilor care isi propun un obiectiv ambitios de crestere a afacerii pe termen lung, dornice sa investeasca in constructia unui brand, intelegand rolul si potentialul acestuia ca si motor de crestere a vanzarilor.

Obiective:

Acest curs ofera participantilor o intelegere profunda a conceptului de brand management, parcurgand pas cu pas procesul de constructie al unui brand, punand la dispozitia cursantilor instrumente concrete cu aplicabilitate imediata.

Cursul are o abordare practica, cu multiple studii de caz si exercitii de grup prin intermediul carora cursantii vor putea experimenta in mod practic conceptele parcurse, stabilindu-si totodata un cadru solid de referinta al procesului de constructie al unui brand puternic si statornic.

Pe parcursul celor doua zile de training, cursantii vor avea la dispozitie un toolkit personalizat ce le va permite sa evalueze pas cu pas gradul de sanatate al propriului brand, elaborand totodata un plan concret de actiune menit sa creasca valoarea brandului pe care il gestioneaza.

Programul include:

- Care este valoarea adaugata a unui brand in cadrul unui business
- Definirea ADN-ului unui brand – elementele cheie si rolul fiecaruia in procesul de constructie
- Analiza de situatie 4C – context /categorie, competitie, consumator, canal vanzare/client
- Elemente de identitate vizuala (brand naming, logo, simboluri, culori)
- Identificarea si profilarea consumatorului tinta
- Setarea obiectivelor de brand pe termen lung si scurt, KPIs si intrumente de masurare a performantei

- Dezvoltarea strategiei de marketing si a planului de actiune, aprofundarea conceptului de 4P / 7P marketing mix
- Instrumente si principii folosite in procesul de dezvoltare a unei campanii de marketing
- Instrumente si principii de management a relatiei cu agentiile de creatie / media / design / PR

Design Thinking

Design Thinking este un proces care poate conduce echipele la performanta mai ridicata si rezolvarea unor probleme curente. Acest lucru poate fi facut mai in detaliu prin intelegerea nevoilor principalilor stakeholderi (clientii, colaboratorii interni, echipele cu care se colaboreaza, membrii echipei sau managerii), provocarea ipotezelor curente si redefinirea problemelor pentru generarea de noi idei. In acest fel se ating nevoile critice ale organizatiei si dezvoltarea pe termen lung.

Prin intermediul acestui curs, participantii vor intelege si invata metodologia Design Thinking, pe care o vor aplica prin studii de caz si exercitii practice. Mai mult, metodologia Design Thinking ii va ajuta sa vada fiecare proiect dintr-o perspectiva unica astfel incat solutiile sa fie cat mai adaptate.

Prin Design Thinking, participantii vor avea o abordare noua si inovativa pentru rezolvarea provocarilor curente dintr-o lume din ce in ce mai conectata si mai complexa.

Cui se adreseaza:

Cursul se adreseaza celor care sunt preocupati de dezvoltarea unor solutii adaptate la cerintele principalilor stakeholderi, dar si de rezolvare a problemelor curente cu un focus mai bun la complexitatea organizationala si de business.

Obiective:

- Intelegerea metodologiei de Design Thinking
- Dezvoltarea si aplicarea pasilor din metodologie pentru construirea unui proces integrat pe gasirea de solutii inovatoare pentru organizatoe
- Familiarizarea cu instrumente si modele precum: Stakeholder Mapping, Value Network Mapping, Persona, Customer Journey Mapping, Service Scenarios si multe altele
- Dezvoltarea unei perspective noi pentru aplicarea Design Thinking
- Identificarea solutiilor adaptatenevoilor principalilor stakeholderi dar si construirea unui intreg toolbox de solutii personalizate pentru problema adusa in discutie
- Intelegerea procesului prin multa practica adaptata la situatiile organizationale
- Aplicarea pe un mix de studii de caz, exercitii practice si exercitii de grup

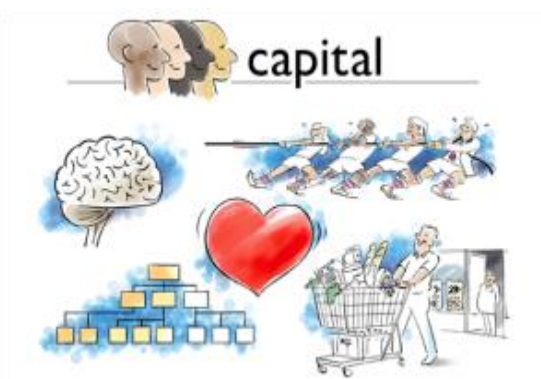
Programul include:

- Schimbarea de paradigma prin utilizarea Design Thinking ca noua perspectiva pentru dezvoltarea organizationala si rezolvarea provocarilor
- Metodologia Design Thinking - cei 5 pasi pentru integrarea metodologiei pe situatiile din orgaizatie
- Dezvoltarea metodologiei prin instrumente specifice
- Ingredientele esentiale pentru aplicarea Design Thinking
- Identificarea legaturilor dintre provocarile organizatiei, ingredientele pentru aplicarea Design Thinking si instrumentele avute la dispozitie
- Puncti de legatura dintre conceptele metodologiei, exemple practice si exemple de succes
- Exemple de succes de aplicare a Design Thinking in business - discutare, analizare si modul in care au dus la redesenarea strategiei companiilor
- Instrumente pentru fiecare pas din metodologia Design Thinking

- Exerciții practice pentru fiecare instrument - ca lucru în echipe dar și aplicarea pe situații din provocările actuale
- Aplicarea Design Thinking pe provocări curente organizatorice - setarea unui cadru prin discuțiile cu fiecare participant înainte de workshop.

Nu este necesară o pregătire anterioară specifică pentru înțelegerea conceptelor predate și exemplificate.

Finance for Non-finance



Finance for nonfinance introduce și clarifica o serie de concepte din domeniul financiar, pornind de la noțiuni de bază ale contabilității financiare și construind progresiv cunoștințele necesare înțelegerii unor situații financiare mai complexe, schite de buget etc. Cunoștințele asimilate vor permite participanților să comunice eficient și productiv cu profesioniștii din domeniul financiar.

Acest modul se adresează managerilor și specialiștilor care nu au experiență în domeniul financiar-contabil, dar care

utilizează sau vor utiliza aceste concepte, precum și tutoredor celor care doresc să înțeleagă și să interpreteze documente financiare și să utilizeze analiza indicatorilor financiari pentru definirea strategiilor companiei. Cursul prezintă într-un limbaj accesibil noțiuni de bază și concepte aplicate din finanțe și contabilitate. Modalitatea de abordare, care include, pe lângă predare, studii de caz și discuții de grup, face din orele de training o intensă experiență de învățare cu aplicabilitate practică imediată.

Cui se adresează:

Finance for nonfinance se adresează tutoredor persoanelor care nu au experiență în domeniul financiar, dar care au nevoie de niște baze solide pentru înțelegerea documentelor financiar-contabile și utilizarea cu ușurință a unor indicatori financiari.

Obiective:

Acest curs prezintă într-un limbaj accesibil noțiuni de bază și concepte aplicate din finanțe și contabilitate iar modalitatea de abordare, care include, pe lângă predare, și studii de caz și discuții de grup, face din orele de training o intensă experiență de învățare cu aplicabilitate practică imediată. Cazurile prezentate și discutate vor beneficia de comentariile celor direct implicați iar interrelaționarea directă cu ceilalți participanți, care reprezintă industrii diverse, este un bonus care nu trebuie subestimat.

Programul include:

- Înțelegerea și analizarea principalelor situații financiare;
- Contabilitate și raportare;
- Bilanțul contabil;
- Contul de profit și pierdere;
- Situația fluxului de numerar;
- Metode de control al costurilor și controlul capitalului circulant;
- Bugetare și previzionare.

Nu este necesară o pregătire anterioară specifică pentru înțelegerea conceptelor predate și exemplificate.

Marketing for Non-marketing

“Dar eu nu sunt din marketing, nu e treaba mea!” ...

O replica pe care o auzim adesea, venita din partea angajatilor celorlaltor departamente decat cel de marketing...

Intr-o piata concurentiala in care nevoia de diferentiere si plus valoare este continua, este esential ca profesionistii din cadrul diferitelor departamente sau functiuni ale unei companii sa conlucreze pentru a construi impreuna avantaje competitive durabile. Necesitatea constructiei unor branduri puternice devine astfel un imperativ al intregii companii, depasind granitele departamentului de marketing. Nevoia constanta de evolutie si adaptare la cerintele tot mai exigente ale consumatorului, responsabilizeaza si obliga ca orice angajat al companiei sa aiba o intelegere functionala a conceptului de brand si a principalelor instrumente de brand building. Astfel, toate departamentele unei companii trebuie sa poarte o palarie informala de “marketer” in cadrul activitatii lor de zi cu zi.

Scopul acestui training este de a explica rolul marketing-ului precum si conceptele de baza din marketing punand accent pe sinergia si impactul pe care activitatea celorlaltor departamente il are asupra procesului de constructie al unui brand si implicit asupra rezultatelor de business.

Cui se adresează:

Cursul se adreseaza urmatoarelor categorii de cursanti:

- managerilor sau specialistilor non-marketing, implicati in procesul decisonal la nivelul organizatiei sau al departamentului propriu, dornici sa inteleaga cum gandesc si iau decizii colegii din cadrul departamentului de marketing
- noilor veniti in cadrul echipelor de marketing (mai putin de 2 ani experienta) care vor sa-si inteleaga rolul de marketer in cadrul companiei, si sa asimileze rapid un fundament solid al conceptelor de baza in marketing
- echipele de Client Service din cadrul agentiilor partenerie departamentului de marketing (agentii de research, advertising, media, design, etc), dornici sa inteleaga cum gandeste si ia decizii echipa de marketing in calitatea sa de client.

Obiective:

Obiectivul acestui training este de a oferi profesionistilor din departamentele non-marketing sau nou-venitilor in echipa de marketing o intelegere profunda a conceptelor de baza in marketing, intelegand astfel care sunt principalele etape si instrumente de constructie ale unui brand, si cum pot fi acestea incorporate in activitatea lor specifica de zi cu zi.

Prin dezvoltarea unei intelegeri mutuale, centrate pe consumator, a conceptelor de marketing precum si prin asimilarea terminologiei de marketing, cursul va contribui implicit si la imbunatatirea comunicarii si a conlucrarii dintre departamentele non-marketing si cel de marketing, canalizand eforturile catre un obiectiv comun, de crestere a afacerii pe termen lung.

Dezvoltarea unor deprinderi si mecanisme de gandire centrate pe consumator este necesara si benefica in cadrul oricarui proces de brand building, fie ca vorbim despre un brand comercial, sau despre constructia si promovarea propriul brand personal.

Pe parcursul celor zile de training, cursantii vor avea la dispozitie o brosură personalizată care le va permite să elaboreze, pe parcursul trainingului, un plan concret de acțiune pentru incorporarea și aplicarea imediată a noilor concepte învățate, în activitatea lor de zi cu zi.

Programul include:

- Importanța și rolul Marketing-ului în cadrul unei companii
- Ce este un brand și care sunt elementele care definesc ADN-ul unui brand puternic
- Instrumente cheie în managementul unui brand: Analiza de situație 4C, Analiza SWOT, Mixul de Marketing 4P / 7P
- Înțelegerea procesului de setare a obiectivelor de marketing și a instrumentelor de măsurare a performanței unui brand
- Înțelegerea etapelor din cadrul ciclului de viață a unui produs / brand; modalități specifice de abordare pentru fiecare etapă
- Definirea rolului și analiza impactului pe care celelalte departamente sau funcțiuni îl au în procesul de construcție al unui brand
 - Vânzări
 - Financiar
 - Producție
 - Logistică / Achiziții
 - Juridic
 - Agenții partenere
- Set de recomandări practice de tip DOs & DON'Ts cu privire la impactul pe care activitatea de zi cu zi a diferitelor departamente îl are asupra valorii unui brand

Formatul interactiv al cursului, cu multiple exemple reale și actuale de pe piața locală, precum și sesiunile de “quizzing” și lucru în echipă, ajută participanții să asimileze conceptele teoretice predate într-un mod dinamic și facil.

Problem Solving & Adaptability

Dinamica organizationala contribuie la performanta si inovatie. Schimbarea este parte din natura inovatiei inasa produce de foarte multe ori situatii ce trebuie rezolvate si probleme ce trebuie gestionate. Astfel, in special in perioade cu schimbari ridicate, nivelul de adaptabilitate trebuie mentinut cat mai sus. Prin dobandirea de noi modalitati de rezolvare a problemelor si de adaptabilitate, se ajunge la rezultate pe termen lung si schimbari implementate cu succes.

Cui se adresează:

Celor care prin natura activitatii sunt parte din schimbari rapide si au nevoie de instrumente pentru adaptabilitate.

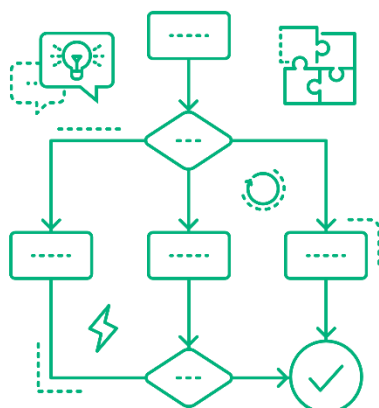
Obiective:

Celor care prin natura activitatii sunt parte din schimbari rapide si au nevoie de instrumente pentru adaptabilitate.

Programul include:

- Modalitati de intelegerea problemei si a contextului din spatele problemei vizibile
- Rezolvarea problemelor in mod creativ si "out of the box"
- Intelegerea reactiilor normale la probleme si a comportamentului automat ce se declanseaza
- 4 pasi simpli pentru rezilienta si flexibilitate
- Bune practici pentru adaptarea la conditii in schimbare
- Exercitii si studii de caz

Process Improvement



Ce facem dimineata, din momentul in care ne trezim pana cand plecam de acasa? O succesiune de activitati, nu-i asa?

Dar la serviciu, de cand primim o solicitare de la un client intern sau extern, pana cand o indeplinem? Evident, tot o succesiune de activitati. Aceasta este definitia cea mai simpla a unui proces: o succesiune de activitati care duc la un rezultat.

Daca sunteti implicati in procese care va dau dureri de cap sau care nu duc la rezultatul dorit, acest curs este pentru voi!

Cui se adresează:

In vremuri normale, dar si in vremuri de criza, atelierul de lucru se adreseaza celor care sunt preocupati de eficienta propriilor activitati si a proceselor in care sunt implicati, precum si de calitatea rezultatelor obtinute.

In aceasta perioada, in care redefinim modul de comunicare, devine tot mai important sa fim implicati in procese care functioneaza optim. De ce? Pentru ca distanta impusa de criza sanitara in care ne aflam adauga provocari suplimentare cand vine vorba de crearea unei echipe ad-hoc la servicii pentru rezolvarea unei probleme.

Obiective:

Obiectivul nostru principal este ca participantii sa obtina cunostintele si abilitatile necesare pentru a imbunatati procesele in care sunt implicati, din prima zi dupa finalizarea programului de pregatire. Vom invata impreuna care sunt etapele imbunatatirii unui proces si le vom aplica direct pe procesele propuse de participanti. Astfel, ne propunem ca dupa cele doua zile petrecute impreuna sa avem cateva procese de imbunatatit "la cheie", pregatite de implementare.

Programul include:

- Cele patru elemente ale companiei: angajati, procese, structura si control
- Alegerea proceselor care vor fi analizate si reprojectate pe parcursul programului
- Simptomele unui proces disfunctional
- Diagrama functionala a activitatilor (eng. "Functional Activity Flowchart")
- Etapele disfunctionale din proces care provoaca frustrari si blocaje (eng. "The Frustration Lens")
- Activitate individuala - Construirea diagramei functionale a activitatilor din procesul selectat
- Etapele "Procesului de imbunatatire a procesului" (eng. "Prepare-Understand-Redesign-Implement-Manage")
- Alegerea solutiilor de imbunatatire a procesului (eng. "Idea Bin, Quick Wins")
- Principiile de reprojectare a procesului
- Pregatirea pentru implementare (eng. "Work Breakdown Structure, Gantt Chart")

Project Management



Vehicolul cu ajutorul căruia organizațiile implementează schimbările la diferite niveluri îl reprezintă proiectele, de succesul cărora ajunge să depindă în bună măsură dezvoltarea susținută a unei companii. Interacționând în cadrul acestui curs, participanții vor câștiga o imagine de ansamblu asupra unui proiect de succes și vor dobândi tehnici și instrumente relevante prin care să lucreze împreună, să planifice, să comunice, să aloce eficient resurse și să monitorizeze buna desfășurare a unui proiect. Noile teorii de organizare a proiectelor arată că fiecare persoană implicată este responsabilă în mod egal de

succesul proiectului. Acest curs vă oferă instrumentele necesare pentru a echilibra sarcinile și oamenii, pentru a aloca în mod optim resursele și pentru a vă asigura că punctele tari ale fiecărui membru al proiectului sunt folosite la capacitate maximă.

Cui se adresează:

Cursul se adresează celor care sunt implicați în proiecte, fără a avea educație în managementul proiectelor. Nu este necesară o pregătire anterioară specifică pentru înțelegerea conceptelor predate și exemplificate.

Obiective:

În urma acestui curs va crește capacitatea participanților de a identifica rolurile și responsabilitățile tuturor celor din echipa unui proiect, de a determina etapele și procesele de luare a deciziilor, de a folosi instrumente de măsurare și înregistrare a progresului unui proiect. Participanții vor reuși să facă față cu succes provocărilor comunicării inter-funcționale și multidisciplinare, să folosească mai eficient timpul și alte resurse afectate pentru proiect, să formeze și să conducă o echipă în vederea realizării cu succes a unui proiect, și să răspundă mai bine așteptărilor celor din jur.

Programul include:

- Scheletul general al unui proiect: pașii esențiali, cu lucrurile specifice fiecăruia;
- Elaborarea obiectivelor unui proiect;
- Care este rezultatul dorit al unui proiect – înțelegerea conceptelor și etapelor;
- Planificarea în timp – identificarea resurselor, stabilirea și respectarea termenelor;
- Elemente de evaluare a deciziilor;
- Crearea unui plan funcțional;
- Instrumente ca fișa Gantt sau tabelul RASID
- “Ingredientele” unui proiect de succes.

Data Driven Decision Making

Deseori luam decizii din instinct. Cu toate ca este adevarat ca instinctul nostru ne poate proteja sau ghida, cercetarile pe acest subiect au aratat ca fara o analiza clara, erorile cognitive ne pot duce la presupuneri riscante intr-un mediu de business competitiv.

Acest curs prezinta pericolele luarii deciziilor care au la baza instinctul. Participantii vor reflecta la experienta proprie de luare a deciziilor dar si a provocarilor utilizarii incomplete a informatiilor si datelor disponibile. Cursul le va oferi participantilor un framework si instrumente pentru o atitudine imbunatatita cu privire la utilizarea datelor in luarea deciziilor.

Cui se adresează:

Celor care lucreaza in echipe unde trebuie sa ia decizii rapide, sa-si testeze presupunerilor si sa utilizeze volume mari de informatii, cifre si date.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, participantii vor sti mai bine:

- Sa-si inteleaga preferintele proprii de luare a deciziilor precum
- Sa-si descopere propriile erori cognitive;
- Sa utilizeze instrumentele necesare pentru a reduce timpul de luare a unei decizii pentru a elimina erorile cognitive;
- Sa inteleaga importanta colectarii informatiilor necesare inaintea luarii unei decizii;
- Sa aplice instrumente de luare a deciziilor folosind un mindset aplicat utilizarii datelor;
- Sa aplice planul de actiune aferent cursului.

Programul include:

- Intelegerea propriilor erori cognitive legate de luarea deciziilor;
- Greselile frecvente in luarea deciziilor;
- Framework pentru luarea deciziilor utilizand date;
- Instrumente de aplicare a Data-Driven Decision Making;
- Actiuni de Follow up dupa intalnire;
- Exemple practice si studii de caz.

Sales & Negotiations

B2B Sales – Help Customers Buy from You

Totul in business depinde de eficienta vanzarii. Concurenta in crestere si asteptarile inalte ale clientilor cresc provocarea de a aduce business nou si de a retine actualii clienti.

PRO-PAYBACK Selling® este un ghid pas cu pas in procesul de vanzare consultativa business-to-business. Acopera fiecare etapa a procesului, de la organizarea timpului, prospectarea pietei si crearea de obiective SMART, deschiderea apelului de vanzare, intrebarile de impact, prezentarea beneficiilor catre clienti folosind metoda „YOU Appeal” pana la inchiderea vanzarii si mentinerea si dezvoltarea contului.

Acest workshop practic si interactiv este un mix unic de procese, abilitati, comportamente si concepte de solution selling – ingrediente vitale pentru a castiga, creste si retine portofoliul de clienti.

Cui se adreseaza:

Datorita abordarii foarte cuprinzatoare, workshop-ul se adreseaza atat celor care incep o cariera in domeniul vanzarilor cat si profesionistilor cu experienta. Cursul este adaptat pietei romanesti si contextului cultural european referitor la vanzari si aduce o alta abordare cu privire la positionarea vanzarii, pregatirea si procesul de vanzare. Intregul curs porneste de la positionarea nevoilor clientului in centrul pregatirii vanzarii astfel incat adaptarea intrebarilor, realizarea ofertei si negocierea finala sa duca la un rezultat pozitiv.

Obiectiv:

Workshop-ul isi propune sa creasca randamentul ofertelor create de participanti si comunicarea acestora in conditiile de criza existente. Coaching-ul si facilitarea vor fi directionate inspre consolidarea atitudinii potrivite, crearea de intrebari de impact si castigarea angajamentului din partea clientului printr-o inchidere eficienta a vanzarii.

Programul include:

- Stiluri de vanzari;
- Roluri in Vanzari;
- Procesul de Vanzari;
- Filozofia Tack;
- Planificare si prioritizare;
- Cercetarea de piata si informatii;
- Obiective SMART in Vanzari;
- Scopul apelului telefonic in cold-calling sau intr-o prima interactiune;
- Atentia cumparatorului si cum sa o mentiem;
- Intrebari potrivite si nepotrivite. Cum sa le punem si ce sa urmarim;
- Cum sa evidentiem beneficiile clientilor in ofertele noastre;
- Obiectii si tratarea lor;
- Metode si semne premergatoare;
- Pastrarea relatiei cu clientii si dezvoltarea ei ulterioara.

Key Account Management

80% din incasari vin de la 20% din clienti.

Principiul Pareto este cunoscut si aplicabil in majoritatea organizatiilor. De obicei, acesti 20% dintre clienti - cei cu potentialul de a genera cea mai mare rentabilitate a eforturilor de vanzare vor fi denumiti Key Accounts. In acest caz, un Key Account Manager bine pregatit are un rol esential in securizarea pozitiei pe piata a companiei.

Cui se adreseaza:

Acest curs este adresat tuturor persoanelor de vanzari ce gestioneaza clienti mari, ori persoanelor ce aspira sa devina Key Account Manager.

Obiectiv:

La finalul programului, participantii vor:

- Intelege procesul de planificare necesar pentru gestionarea unui client complex;
- Putea dezvolta strategii pentru dobandirea si dezvoltarea de noi clienti valorosi;
- Intelege si influenta diferitele tipuri de personalitati pe care le vor intalni in pozitii de decizie ale clientilor potentiali si existenti;
- Analiza si intelege toate aspectele, factorii si competitorii din procesul de decizie al clientului;
- Intelege si dezvolta planuri de contracarare a eforturilor competitorilor;
- Intelegerea si folosirea instrumentului TACK Account Planner asupra tuturor clientilor cheie.

Programul include:

- Definitia unui Key Account;
- Stadiile de dezvoltare ale unui Key Account;
- Informarea despre client;
- Sursele de informare;
- Pozitionarea fata de client;
- Vanzarea centratata pe client pe baza de putere, personalitate, pozitie si prioritate;
- Tipurile de personalitate;
- Comportamentul verbal si non-verbal;
- Identificarea nevoilor;
- Factori decizionali in alegerea furnizorilor;
- Setarea unei strategii pentru fiecare client;
- Setarea de obiective pentru fiecare client;
- Evaluarea parteneriatelor.

Sales Management

Echipa de vanzari este o entitate importanta in cadrul oricarei organizatii. Este interfata dintre companie si clienti, capabila sa cladeasca relatii durabile si reputatia companiei. Dar aceasta trebuie sa fie condusa si motivata in mod eficient.

Programul Sales Management ofera sansa de a invata, exersa si perfectiona abilitatile esentiale de management necesare pentru conducerea unei astfel de echipe.

Cui se adreseaza:

Acest curs este adresat tuturor persoanelor ce se afla in pozitii de conducere a echipelor de vanzari, indiferent de nivelul de experienta pe in acest rol.

Obiectiv:

La finalul programului, participantii vor:

- Intelege echipa, punctele lor forte si cum ii pot motiva pentru rezultate;
- Dezvolta echipa pentru a obtine performante maxime;
- Folosi un plan de business clar pentru previzionarea rezultatelor asteptate;
- Pregati si sustine sedinte productive si motivatoare pentru echipa de vanzari;
- Folosi instrumente pentru identificarea, analiza si masurarea activitatii si rezultatelor echipei.

Programul include:

- Rolurile si obiectivele unui manager de vanzari;
- Stilurile de management - avantaje si dezavantaje
- Autoritate si influenta;
- Comunicare in leadership;
- Ce motiveaza oamenii?
- Rolul motivarii financiare;
- Diferite modalitati de motivare;
- Ce sunt KPI?
- Cele mai bune moduri de a utiliza KPI;
- Procesul de vanzare PRO-PAYBACK;
- Procesul de coaching;
- Principii de feedback;
- Cum sa conduci eficient o sedinta;
- Business development;
- Setarea standardelor de performanta.

Value Driven Negotiations

Este usor sa inchei o tranzactie oferind concesii, insa in piata de astazi nu iti poti permite intotdeauna astfel de tactici. Jocul poate fi schimbat, iar negocierea poate deveni o discutie cooperanta, astfel incat chiar si cei mai duri parteneri vor dori sa mentina colaborarea cu tine si iti vei mentine si profiturile.

Acest curs ofera cele mai recente metodologii si coaching de la negociatori experimentati. Veti primi, de asemenea, o perspectiva unica asupra modului in care cumparatorii gandesc si se comporta.

Cui se adresează:

Desi cursul este creat in principal pentru oamenii de vanzari, achizitii, key accounts si manageri, el este in esenta potrivit pentru orice profesionist implicat in negocierea comerciala. Cursul aduce in prim plan si aspecte de atitudine cu privire la negociere si pozitionarea pentru castig.

Obiective:

Acest curs ofera cele mai noi metode de negociere, intr-o sesiune sustinuta de un negociator experimentat cu experienta de peste 20 de ani in zona de management si vanzari. De asemenea, participantii vor identifica noi unghiuri din care sa analizeze gandirea si comportamentul partenerilor de negociere, precum si metode practice pentru a face fata presiunii si a-si mentine marjele de profit.

Programul include:

- Structura unei negocieri de succes: de la pre-planning la follow-up;
- Pregatirea negocierii – studiile arata ca rezultatul e adesea decis inainte de a se ajunge la masa negocierii;
- Tehnici de logica si psihologie pentru planificarea si realizarea negocierii;
- Recunoasterea tacticilor folosite de profesionistii in achizitie si pregatirea contra-masurilor;
- Reactia la “pozitionarea initiala” a persoanei si intelegerea prioritatilor, dorintelor si nevoilor celeilalte parti;
- Evaluarea efecului concesiilor si a variabilelor existente in negociere, pentru a ajunge la un rezultat comercial viabil;
- Intelegerea “avantajului in negociere” si folosirea lui in mod etic;
- Jocuri de rol pentru identificarea punctelor slabe si punctelor forte din stilul personal de negociere;
- Obtinerea unei situatii de win-win si mentinerea celor mai bune relatii.

Online Presentation & Training Skills

Business Presentations



Una dintre cele mai mari temeri ale oamenilor, chiar mai puternica decat frica de cutremure sau de accidente, este teama de a vorbi in public. Iar domeniul afacerilor presupune relationare permanenta, care sa stabileasca parteneriate favorabile. Tranzitia la remote work a venit cu nevoia de a realiza prezentari in mediul online pentru a obtine rezultate mai bune intr-o perioada provocatoare. Pentru aceasta este nevoie de o buna comunicare si un control relaxat al conversatiilor, idee cu care doar putini oameni se simt confortabil. Business Presentations vine in ajutorul celor care sunt nevoiti sa sustine prezentari atat in mediul online cat si in sala.

In Romania, TMI a sustinut acest curs de business presentation atat pentru manageri din companii cat si pentru secretari de stat, ambasadori ai Romaniei si membri ai Guvernului, programul fiind unul dintre cele mai cerute si mai practicate sesiuni din zona de cursuri business.

Cui se adreseaza:

Cursul se adreseaza tuturor persoanelor care vorbesc in fata unei audiente si au nevoie de abilitati mai bune de comunicare, care doresc sa o faca relaxat si cu convingere, astfel incat sa dea un impact cat mai puternic mesajului pe care il transmit.

Obiective:

La sfarsitul acestui curs, cei care participa vor sti cum sa sustina in fata unei audiente o prezentare clara, memorabila, convingatoare, sa creeze impact prin designul si formatul acesteia, si sa transmita o imagine profesionista atingandu-si scopul prezentarii, fie ca e vorba de vanzari, promovare, informare sau instruire.

Programul include:

- Clarificarea obiectivelor si metodelor de training;
- Pregatirea prezentarii;
- Abilitati de comunicare — verbale si non-verbale;
- Cei 10 factori esentiali ai comunicarii in prezentarile de business;
- Tipuri de gesturi de utilizat si evitat;
- Tehnici de implicare a audientei, cu exercitii practice — cum sa obtineti si sa pastrati interesul;
- Miscarea, element de dinamizare a prezentarii;
- Pozitionarea in fata publicului;
- Postura corpului în deschiderea si finalul unei prezentari de business;
- Utilitatea contactului vizual în crearea impactului prezentarii;
- Avantajele umorului în prezentare;

- Care sunt punctele mele forte? Cum pot sa le amplific in online;
- Folosirea eficace a suporturilor vizuale;
- Vocea — ton si varietate;
- Limbaj si non-cuvinte;
- Conducerea unei sesiuni de intrebari si raspunsuri;
- Reguli de aur pentru o prezentare de business excelenta;
- Tehnica Pomului de Craciun;
- Exemple practice de structuri de prezentare;
- Moduri de a incepe o prezentare;
- Anticipari si tranzitii;
- Cum inchei prezentarea pentru impact maxim?
- Captarea atentiei si implicare audientei;
- Moduri de abordare a sesiunii de intrebari si raspunsuri;
- Ce e de facut si ce e de evitat;
- Organizarea setup-ului: in sala sau mai ales in online;
- Flipchart, whiteboard sau alte modalitati de prezentare;
- Tehnici pentru slide-uri de impact.

Fiecare participant va sustine doua prezentari video inregistrate si analizate de grup si de trainer.

Impactful Data Presentations

"Cum spun o poveste convingatoare prin slide-urile pe care le pregatesc?", "Care sunt cele mai potrivite grafice si formatari pentru informatiile pe care vreau sa le prezint?" si "Cum pot face ca fiecare slide sa fie unul foarte util pentru public?"

Acest curs iti ofera ocazia unui salt important in calitatea slide-urilor si a prezentarilor pe care le pregatesti sau pe care le sustii online. Nu doar ca eviti "death by PowerPoint" dar aduci claritate si perspective noi, faci deciziile corecte mai usor de luat si economisesti timpul oamenilor prin slide-urile pe care le pregatesti.

Cui se adreseaza:

Celor care prezinta frecvent slide-uri incarcate cu informatii - tabele, grafice, text - si care vor sa isi aduca prezentarile la un alt nivel de valoare adaugata.

Beneficiaza foarte mult atat cei care prezinta slide-urile pe care le-au lucrat cat si cei care, intr-o companie mai mare, doar le pregatesc pentru a fi prezentate sau studiate de altii.

Obiective:

Obiectivul principal al cursului este acela de a ii ajuta pe cei care pregatesc si/sau prezinta slide-uri incarcate cu informatii sa transmita un maximum de valoare adaugata, cu claritate si cu o structura logica si usor de urmarit. Totul folosind aceleasi aplicatii obisnuite - Excel si PowerPoint sau omoloagele lor de pe Mac - si fara a fi nevoie de alte aplicatii sau de cunostinte avansate despre aplicatiile folosite in mod curent.

Programul include:

Modulul 1: Reguli pentru prezentarea datelor in slide-uri

- alegerea corecta a datelor;
- selectarea graficului potrivit;
- asezare, axe, scala, linii;
- comentarii si add-ons;
- multe exemple din categoria "before and after".

Modulul 2: Exersare 1

- construiti doua sau trei slide-uri pe o tema data;
- alegeti informatiile potrivite, selectati tipul de grafic cel mai relevant, adaugati comentarii valoroase si per ansamblu spuneti o poveste convingatoare prin slide-deck-ul construit;
- evaluarea prezentarilor si feedback din partea trainerului si a grupului.

Modulul 3: Principii cheie in prezentarile cu slide-uri

- ordinea corecta a pregatirii este contraintuitiva;
- capcane ale comunicarii;
- cele trei niveluri de valoare adaugata in prezentari: Raw, Enriched si Viewpoint (din pacate majoritatea prezentarilor sunt pe nivelul de baza, Raw)
- exemple.

Modulul 4: Atragerea, mentinerea si directionarea atentiei

- cele 5 lucruri pe care oamenii si le vor aminti din slide-deck-ul tau;
- reguli pentru curatarea prezentarii;
- folosirea culorilor in prezentari;
- exemple "before and after".

Modulul 5: Reguli privind designul slide-urilor: acronimul PARC

- indiferent daca slide-urile sunt cu grafice, cu text, cu imagini sau cu altceva, totul trebuie valorificat cat mai bine;
- Proximity
- Alignment
- Repetitions
- Contrast
- exemple "before and after".

Modulul 6: Exersare 2

- Evaluarea prezentarii trimise inainte de curs de catre fiecare participant;
- Reconstruirea prezentarii initiale in baza tuturor celor discutate;
- Prezentarea variantei initiale si a variantei finale a prezentarii;
- Feedback din partea trainerului si a grupului.

Public Speaking. Advanced



Abilitatile de prezentare devin tot mai importante pentru succesul profesional, atat pentru cei din companiile mari cat si pentru antreprenori. A sti sa atragi si sa mentii atentia participantilor, sa identifici mesajul cel mai potrivit si sa-l transmiti intr-un mod clar si memorabil reprezinta, laolalta, un atu tot mai valoros.

Acest curs iti ofera ocazia unui salt important in calitatea prezentarilor pe care le sustii.

Cui i se adreseaza cursul:

Celor care prezinta online frecvent si vor sa devina mai buni si mai eficienti si celor care sustin prezentari cu miza mare.

Cursul este recomandat celor care au parcurs deja un curs de abilitati de prezentare, nu neaparat sustinut de Qualians / TMI.

Este necesara trimiterea inregistrarii video a unei prezentari reale, de 3-10 minute (sau un pasaj dintr-una mai mare), catre trainer cu cel putin o saptamana inainte de curs.

Obiective:

Urmărim creșterea semnificativă a doi indicatori prin acest curs:

1. Impact. Adică atingerea într-o măsură mai mare a obiectivelor prezentării de către cel care o susține.
2. Memorabilitate. Oamenii participa la multe prezentări într-un an. Vrem ca prezentările participantilor să se numere printre cele pe care oamenii le vor ține minte. În sens bun, desigur 😊

Programul include:

- Claritate pentru impact: stabilirea corectă a obiectivelor prezentării;
- Pregătire eficientă: lucruri de făcut și de evitat;
- 5 componente ale unei introduceri excelente;
- Anticipări, tranziții, portite și alte tehnici pentru un parcurs prietenos al prezentării;
- Atragerea și menținerea atenției participantilor de-a lungul prezentării;
- Slides: 4 reguli pentru un design mai atractiv. Cine folosește frecvent slides este invitat să vină cu laptop la curs, pentru a putea exersa imediat cele discutate.
- 3 cerințe pentru o încheiere valoroasă;
- Alte sfaturi în funcție de așteptările și nevoile participantilor;
- Feedback la prezentarea trimisă în avans;
- O prezentare în fața participantilor, cu feedback imediat;
- O serie de alte exerciții pe marginea subiectelor discutate.

Train the Digital Trainer



Este o sesiune intensiva, gandita special pentru persoane care vizeaza o cariera in training sau care sunt deja trainerii in companii. Cursul subliniaza diferentele dintre o prezentare si un training si ofera instrumentele sustinerii cu succes a acestuia din urma. De-a lungul sesiunii, care acorda o importanta mare autoevaluarii, fiecare participant sustine scurte prezentari sau mini-traininguri, toate inregistrate si analizate.

Cui se adreseaza:

Acest program ofera un proces consistent de pregatire pentru actuali sau viitori trainerii.

Obiective:

Participantii la acest curs vor sti mai bine sa sustina un training clar, convingator si memorabil, sa ofere o sesiune utila participantilor si sa le mentina atentia pe toata durata cursului, sa utilizeze eficient contactul vizual si limbajul trupului in general. De asemenea, cursantii vor afla cum se poate obtine un impact mai mare prin informatiile pe care le prezinta pe slideuri, flipchart precum si metode specifice pentru trainingurile online (setup, interactiune, captarea atentiei).

Programul include:

- Tipuri de training; particularitatile trainingurilor de cunostinte, abilitati si atitudine;
- Procesul de training in companie;
- Rolul trainingului in organizatie;
- Identificarea nevoilor de training;
- Abilitati cheie de comunicare – verbale si nonverbale (mecanismele comunicarii, comunicarea nonverbala, postura si miscari, gesturi, expresia fetei, limbaj al corpului congruent, limbaj si noncuvinte, contact vizual, umor, vestimentatie si aspect general, propria persoana);
- Structurarea cursului. Diferente de structurare ale cursului online versus la sala de curs;
- Reguli de aur pentru o prezentare excelenta in online;
- Tehnici de implicare a auditoriului, cu exercitii practice;
- Setup-ul pentru training online: bune practici;
- Utilizarea aplicatiilor de interactiune cu audienta;
- Folosirea eficace a slideurilor si flichartului sau a altor metode;
- Tehnici de captarea atentiei participantilor;
- Participanti dificili;
- Cum sa conduceti cu succes o sesiune de intrebari si raspunsuri;