

Продажни програми:

- [Продажни Техники и Вештини](#)
- [B2B Продажба – Продажба кон правни лица](#)
- [B2C Продажба Продажба кон физички лица – МАЛОПРОДАЖБА](#)

- [Customer Service Excellence – Како да се пружи извонредна УСЛУГА](#)
- [MERCHANDISING](#)
- [Телефонска продажба - TELESALLES](#)
- [PROSPECTING & Clients' Qualifying Training](#)
- [Accounts Receivable Management – Менаџирање на побарувања \(за бизнис сектор\)](#)
- [KEY ACCOUNT MANAGEMENT – Менаџирање на Клучни Клиенти \(КК\)](#)

- [ПРОДАЖЕН МЕНАЏМЕНТ](#)
- [Преговарачки Техники и Вештини](#)
- [Product Management + Supply Chain](#)
- [Услугата како Продажна Вештина](#)

Програми (друго):

- [Комуникациски Вештини](#)
- [ЕФЕКТИВЕН МЕНАЏМЕНТ – COMMUNICATION & SOFT SKILLS](#)
- [ЕФЕКТИВНО **РЕШАВАЊЕ ПРОБЛЕМИ И СИТУАЦИИ** со примена на менаџмент техники и вештини \(PROBLEM SOLVING\)/работилница](#)
- [ЛИДЕРСТВО \(LEADERSHIP\)](#)
- [ЛИДЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ \(LEADERSHIP MANAGEMENT\)](#)
- [МОТИВАЦИЈА](#)
- [ОРГАНИЗАЦИСКИ ВЕШТИНИ1-дневна обука](#)
- [ТИМСКИ МЕНАЏМЕНТ \(TEAMWORK MANAGEMENT\)1-дневна обука](#)
- [УПРАВУВАЊЕ СО ВРЕМЕ \(TIME MANAGEMENT\)](#)
- [КОНТРОЛА НА СТРЕС \(STRESS MANAGEMENT\)](#)
- [SELF MANAGEMENT \(зголемување на сопствениот перформанс\)](#)
- [Асертивна Комуникација-работилница](#)
- [Анализа на ситуација и Донесување ОДЛУКИ](#)
- [Презентациски Вештини](#)
- [СПРАВУВАЊЕ СО КОНФЛИКТИ](#)
- [Procurement Management](#)
- [Емоционална Интелигенција1-дневна обука](#)
- [МЕНАЏМЕНТ ЗА МЛАДИ МЕНАЏЕРИ](#)
- [МЕНАЏИРАЊЕ НА РАБОТНИОТ УЧИНОК НА ВРАБОТЕНИТЕ \(PERFORMANCE MANAGEMENT\) И НИВНА МОТИВАЦИЈА](#)

Продажни Техники и Вештини

- **Наменета за:**
 - Продажни агенти
 - Супервизори на продажба
 - Раководители на продажба
 - Посредници во продажба
- **Цели:**
 - Подобрување на ефективноста во продажбата преку:
 - Стекнување јасен увид во психолошките фактори на влијание на одлуката за купување или одбивање
 - Развивање на способност за ефикасна артикулација на карактеристиките на своето портфолио како и на користа со која се стекнува клиентот по одлуката за купување
 - Развивање на чувство да се препознава „јазикот на потребите“ на клиентите
 - Ефективно квалификување и менаџирање на продажниот процес
 - Разбирање и имплементација на пост-продажните активности како моќна алатка за креирање на лојални клиенти
- **Содржина:**
 - **Вовед** – почетни забелешки и информации
 - **Prospecting** Наоѓање на нови клиенти
 - 10 Prospecting методи
 - **Квалификување**
 - Квалификувањето дефиниција
 - Критериуми за Квалификување – Мерки за донесување на одлуки за Квалификување
 - Квалификување/Вклучување – Одлука за инвестиција на време
 - Квалификување/Исклучување (Дисквалификување) – Одлука за истапување од продажниот процес
 - Пет полиња за Квалификување
 - **Анализа на потреби** – Прашални Техники
 - Откривање на клиентските:
 - Потреби
 - Мотиви
 - Приоритети
 - SPIN Selling® модел
 - Прерамување – Претворање на негативното во позитивно
 - Видови на прашања
 - **Презентација**
 - Корист vs. Карактеристика модели
 - Структурирана Презентација – Модел:
 - ADAPT
 - AIDA
 - SELL
 - **Надминување на приговори и бариери во Продажбата**

- „Не сега... ”
- „Немам време... ”
- „Немаме буџет... ”
- „Скапо е... ”
- „Јавете се за х време... ”
- „Набавувам од конкуренција... ”
- „Не одлучувам јас за ова... ”
- „... ”
- **Склучување (Затворање) на Продажбата**
 - Модели, техники и тактики за заокружување на продажниот процес
- Заклучоци, Прашања и Одговори, Резиме, Затворање и Евалуација на Тренингот

B2B Продажба – Продажба кон правни лица

- **Наменета за:**
 - Продажни агенти
 - Супервизори на продажба
 - Раководители на продажба
 - Посредници во продажба

- **Цели:**
 - Подобрување на ефективноста во продажбата на бизнис сектор преку:
 - Стекнување јасен увид во психолошките фактори на влијание на одлуката за купување или одбивање
 - Развивање на способност за ефикасна артикулација на карактеристиките на своето портфолио како и на користа со која се стекнува клиентот по одлуката за купување
 - Развивање на чувство да се препознава „јазикот на потребите“ на клиентите
 - Ефективно квалификување и менаџирање на продажниот процес
 - Разбирање и имплементација на пост-продажните активности како моќна алатка за креирање на лојални клиенти

- **Содржина:**
 - Вовед и цели
 - **Профил** на успешен комерцијален агент
 - Комуникација – Основа на секој деловен процес
 - Комуникацијата во продажбата
 - Создавање на прв позитивен впечаток
 - Вербална, паравербална и невербална комуникација
 - Градење на доверба и рапорт со клиентите
 - Креирање на заедничка платформа-точка на гледиште
 - Продавачот како Консултант
 - **Prospecting** – пронаоѓање на нови клиенти
 - **Квалификување – Sales Pipeline**
 - селекција,
 - организација на времето
 - **Анализа на потреби**
 - Прашални техники за откривање на клиентските
 - потреби,
 - мотиви и
 - приоритети
 - Карактеристика vs. Бенефит
 - Видови прашања и нивна намена во процесот на продажба
 - Активно слушање
 - Елементи на ефективно слушање и разбирање
 - Идентификување на **сигнали за спремност за купување**
 - Вербални
 - Невербални

- ВежбаГовор на телото
- Разбирање и **справување со приговори и бариери** во продажбата
 - Справување со типични одбивања и изговори – разработени сценарија и техники за надминување на бариерите
- **Затворање на продажба**
 - Техники за заокружување на продажниот процес
 - Cross & Up Sales
- Затворање на тренингот**Прашања и Одговори**, завршни забелешки и евалуација на тренингот

В2С Продажба Продажба кон физички лица – МАЛОПРОДАЖБА

- **Наменета за:**
 - Продажни агенти во малопродажни објекти
 - Супервизори на продажба
 - Раководители на продажба
 - Раководители на смени

- **Цели:**
 - Подобрување на ефективноста во продажбата на физичко лица преку:
 - Стекнување јасен увид во психолошките фактори на влијание на одлуката за купување или одбивање
 - Развивање на способност за ефикасна артикулација на карактеристиките на своето портфолио како и на користа со која се стекнува клиентот по одлуката за купување
 - Развивање на чувство да се препознава „јазикот на потребите“ на клиентите

- **Содржина:**
 - **Вовед**
 - Тренинг за продажни вештини – Зошто?
 - Нова дефиниција на продажбата
 - **Психологија и принципи на Продажбата во Малопродажбата**
 - Што бара Купувачот?
 - Која е денешната улога на Продажниот Агент?
 - **В2С vs. В2В**
 - Хендикепи и предности
 - **Креирање на иницијален поволен впечаток**
 - Комуникација – основа на ефективниот контакт со Купувачот
 - Комуникациски циклус
 - Фактори кои влијаат на комуникацијата
 - Вербална и невербална комуникација
 - Креирање на Рапорт со Купувачот
 - Комуникација во специфични околности
 - *Жал ми е што чекавте толку долго*
 - *Немојте да заборавите*
 - *Не ме разбирате*
 - **Анализа на потребите на Купувачот**
 - Модерен тип на купувач
 - Прашални техники за одредување на:
 - Потребите
 - Мотивите и

- Приоритетите на Купувачот
 - SPIN selling
 - Активно слушање
 - Типови на прашања
 - Отворени
 - Затворени
 - Алтернативни
 - Прашања за наведување
 - Реторички прашања
- **Карактеристики на производот vs. Корист (Feature vs. Benefit)**
 - Креирање на интерес
 - Карактеристика + Корист + Прашање
 - Примери од пракса
 - Вежба
- **Идентификација на подготвеност на Купувачот да купи**
 - Вежба – Невербална Комуникација
- **Надминување бариери во Продажбата во различни ситуации:**
 - *Сакам да размислам...*
 - *Сакам да проверам на други места ...*
 - *Скапо е...*
 - *Секогаш купувам кај*
 - *Само разгледувам...*
- **Затворање на продажбата**
 - Cross-selling
 - Up-selling
- **Заклучок – Профил на успешен Продажен Агент**

Customer Service Excellence – Како да се пружи извонредна УСЛУГА

- **Наменета за:**
 - Продажни службеници во малопродажни објекти
 - Службеници во пост-продажба
 - Службеници во услужни дејности
 - Раководители на служби во услужни дејности

- **Цели:**
 - Препознавање на клучните фактори што ја чинат УСЛУГАТА извонредна
 - Идентификација на користа од извонредна УСЛУГА
 - Препознавање на бариерите за давање на извонредна УСЛУГА
 - Препознавање и прилагодување на различните стилови на однесување и комуникација
 - Справување со „тешки клиенти“
 - Идентификација на клучните карактеристики на тековниот клиентски сервис и идентификација на неискористените потенцијали
 - Справување со секојдневниот стрес од работата со голем број на различни клиенти со различни карактеристики

- **Содржина:**
 - Каде започнува извонредната УСЛУГА
 - Препознавање на клучните фактори за создавање на УСЛУГА која ги враќа или одвраќа клиентите
 - (ПРЕ)ПОЗНАВАЊЕ на Очекувањата
 - Познавањето на Очекувањата на Клиентите и нивно пресретнување како еден од најбитните фактори за извонредна УСЛУГА
 - Разбирање на различните стилови на КОМУНИКАЦИЈА
 - Клиентите имаат различни стилови на однесување и КОМУНИКАЦИЈА. Уметноста на прилагодувањето ја унапредува УСЛУГАТА. За тоа е потребно познавање на различните стилови, својот, како и стиловите на клиентите
 - ПРЕФОРМУЛИРАЊЕ клуч кон подобро разбирање
 - Како да се каже „Не“, „Тоа не е моја работа“ или „Не знам“ без да се предизвика штета
 - Справување со „тешки“ клиенти
 - Дали „тешките“ клиенти навистина постојат?
 - Voicemail, Email, Memos и друго
 - Ефективно користење со модерните средства за комуникација
 - Што може да биде подобро?
 - Осврт кон тековната пракса на Услуга кон Клиентите и идентификација на силните и слабите страни, можностите или заканите (Групна работа)
 - Услугата како извор на Стресот и справувањето со него

- Справувањето со големиот број различни клиенти со различни карактери води кон несакани, штетни ефекти. Потребата да се остане во потребната форма е суштинска во секој бизнис. Краток Stress Management курс.

- **Наменета за:**
 - Вработени во комерцијално-маркетиншки сектори кај:
 - Малопродажни објекти (супермаркети, малопродажни ланци, индивидуални МП објекти, ...) во секторот на стоки за широка потрошувачка со цел:
 - Длабинско разбирање и искористување на потенцијалите на:
 - расположливиот малопродажен простор
 - управувањето со различните категории на производи
 - Купувачите и нивните потрошувачки навикиа со крајна цел:
 - **ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ПРОМЕТОТ И ОПТИМИЗАЦИЈА НА ТРОШОЦИТЕ**
 - Трговците – добавувачи на стоки во малопродажба во секторот на стоки за широка потрошувачка со цел:
 - Разбирање на потребите, мотивите и приоритетите кај продавачите на мало
 - Искористување на потенцијалите на расположливиот простор преку:
 - Оптимизација на продукт-портфолиото
 - Пресретнување/задоволување на своите потреби, како и оние на:
 - МП објект
 - Потрошувачитесо крајна цел:
 - **ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ПРОМЕТОТ И ОПТИМИЗАЦИЈА НА ТРОШОЦИТЕ**
- **Содржина:**
 - **Модул 1. Разбирање продажниот ПРОСТОР**
 - Што е Макро простор? Како трговците на мало одредуваат кое одделение да го сместат каде?
 - Што е Микро простор? Како трговците на мало одредуваат кои производи каде ќе ги позиционираат?
 - Merchandising-от како дел од Category management
 - Разбирање на главните компоненти кои влијаат на одлуките за позиционирање на продуктите
 - Оперативни и естетски аспекти на Merchandising-от
 - Сегментација на категориите – поим и важност?

- **Модул 2. Асортиман и Shelving**
 - Процес на одлучување – фактори
 - Финансиски, Оперативни и Купувачот како фактор
 - Merchandising Критериуми
 - Паретово правило
 - Движење и/или приод на купувачот
 - Планограм
 - Facings
 - Задржување, Проширување или Делистирање
 - Користење на податоци во процесот на преговарање со трговецот на мало

- **Модул 3. Други Merchandising Активности**
 - Контрола на залихи
 - FIFO (FEFO)
 - (Рас)пакување
 - Ценовно маркирање

- **Модул 4. Практични вежби**

Телефонска продажба - TELESALLES

- **Наменета за:**
 - Продажни агенти каде што моделот на продажба делумно или целосно е преку телефон
 - Call Center оператори
 - Раководители на сектор за телефонска продажба
 - Посредници во продажба преку телефон

- **Цели:**
 - Подобрување на ефективностa во продажбата преку телефон преку:
 - Идентификација на клучните фактори на ефективна телефонска комуникација
 - Механизми за остварување рапорт
 - Надминување на хендикепите поради отсуството на личен контакт
 - Стекнување јасен увид во психолошките фактори на влијание на одлуката за купување или одбивање
 - Развивање на способност за ефикасна артикулација на карактеристиките на своето портфолио како и на користа со која се стекнува клиентот по одлуката за купување
 - Развивање на чувство да се препознава „јазикот на потребите“ на клиентите

- **Содржина:**
 - **Вовед – Комуникација – основа на продажниот циклус**
 - Комуникациски циклус
 - Кога недостига feedback...
 - Видови на комуникација
 - Хендикепи на телефонската продажба
 - Телефонската продажба како модел
 - Активно слушање – при телефонски контакт/продажба
 - Емоциите при телефонски контакт/продажба
 - **Карактеристики и фази на продажен процес**
 - **Подготовка** – планирање
 - Совети за **ефективно планирање**
 - **Отворање** – Креирање однос
 - Остварување **рапорт**
 - **Prospecting / Cold Calling**
 - Вистинската **цел** на cold-calling-от
 - Надминување на фрустрацијата од одбивањето
 - Кој **ден** од неделата е најпродуктивен за cold calling/telesales?

- Кое **време од денот** е најпродуктивно за cold calling/telesales?
- Техники за **надминување** на бариери, отпори и одбивања
- 10 најтипични грешки во Cold Calling процесот
- **Анализа на потребите + Претставување на компанијата (причините за моето обраќање) + Презентација (Креирање интерес) = Квалификување на клиентот**
 - Откривање на клиентските:
 - Потреби
 - Мотиви
 - Приоритети
 - Прашални техники
 - Типови на прашања и нивна намена
- **Справување со отпори, бариери, пречки, изговори**
 - Објективна или субјективна бариера?
 - Надминување на:
 - „Не сум заинтересиран.“
 - „Зафатен сум.“
 - „Веќе користам....“
 - „Сакам да размислам.“
 - „Немаме буџет.“
 - „Ќе ви се јавам и ќе ве информирам (за одлуката).“
 - „Скапо е.“
 - „Не сега....“
 - „Може ли компензација?“
 - „Треба да се консултирам со ...“
- **Сигнали за подготвеност за купување**
 - **Вербални** сигнали за подготвеност за купување
- **Затворање на продажбата**
 - Процес на Telesales до Затворање
 - Техники за затворање на продажбата преку телефон

PROSPECTING & Clients' Qualifying Training

- **Наменета за:**
 - Продажни агенти
 - Супервизори на продажба
 - Раководители на продажба
 - Посредници во продажба

- **Цели:**
 - Подобрување на ефективностa во продажбата на бизнис сектор преку:
 - Разбирање на есенцијалните подготвителни и пред-продажни активности
 - Препознавање на сите потенцијали за стекнување на нови клиенти
 - Развивање на способноста ефективно планирање на времето и другите ресурси во продажбата
 - Доразвивање на чувството за разбирање на клиентската подготвеност за акција
 - Истенчување на сенсот за рангирање на клиентите по приоритет и адекватна алокација на ресурси

- **Содржина:**
 - **Вовед – Фази на продажен циклус**
 - **PROSPECTING**
 - **Извори на информации**
 - Вашата канцеларија
 - Канцеларијата на клиентите
 - Медиуми
 - Датабази
 - Собири и манифестации
 - **Директна пошта**
 - Општа кампања
 - Стратегија
 - Тактика
 - Содржина
 - Правила
 - Конкретна кампања
 - Стратегија
 - Тактика
 - Содржина
 - Совети
 - **Модул – Закажување состанок**
 - Правила за разговор со:
 - Телефонист/Рецепционер

- Секретар(ка)
 - Личен асистент
 - Таргетирана личност кој одлучува
- **КВАЛИФИКУВАЊЕ/ПРИОРИТИЗИРАЊЕ НА КЛИЕНТИТЕ**
 - **Правила за искористување на:**
 - дојдовни телефонски повици
 - прва посета на клиентот
 - **Идентификација на процесот на донесување одлуки кај клиентот**
 - **Откривање на лицата кои ја играат улогата на:**
 - Авторитет
 - Поддржувач/Советник
 - Влијателно лице – експерт
 - Корисник
 - Чувар
 - **Типови на личности во работна средина**
 - Инспиратор
 - Амбициозен
 - Љубопитен
 - Подлизурко
- **Продажба по телефон?**
 - Избор на зборови
 - Градење на рапорт
 - Тестирање на подготвеноста
 - Директно затворање
 - Надминување на бариери
 - „Немаме буџет...“
 - „Премногу сум зафатен...“
 - „Испратете ми мејл со информации...“
 - „Имам добавувач...“
- **Завршни забелешки, Q&A, Евалуација и Затворање на тренингот**

Accounts Receivable Management – Менаџирање на побарувања

- **Наменета за:**
 - Референти и агенти за наплата на побарувања
 - Вработени во финансиски сектор задолжени за наплата на побарувања
 - Вработени во комерцијален сектор задолжени за наплата на побарувања
 - Вработени во агенции и други посредници за наплата на побарувања

- **Дали е потребно претходно знаење: НЕ**

- **Опис:**
 - Значаен дел од работниот капитал на компаниите е врзан за побарувањата. Тоа претставува ризик за ликвидноста. Од друга страна, нема ништо поскапо од продадените а ненаплатени производи или услуги, бидејќи истите се оптоварени со сите логистички трошоци, плус давачките спрема државата.

На обуката за Менаџирање и Наплата на побарувањата подеднакво се посветува внимание како на Наплатата, така и на Менаџирањето на побарувањата, но сепак, акцент паѓа на ПРЕВЕНТИВАТА, односно што е тоа што можеме да го правиме за да ја минимизираме можноста за настанок на проблеми со наплатата.

- **Цели:**
 - Подобрување на ефикасноста во наплатата на проблематичните побарувања преку:
 - Подлабоко разбирање на причините за влегување во проблематичен долг од страна на клиентите
 - Запознавање со праксите за поставување на ефикасна кредитна политика
 - Свест за јасна разлика помеѓу cash flow и Биланс на успех
 - Искористување на базичната финансиска писменост во насока на подобрување на ликвидноста
 - Искористување на потенцијалите за превентивно делување и претходно регулирање на односите со клиентите
 - Подобрување на сите видови на комуникација со клиентите-должници

- **Содржина:**

- **Модул 1 Вовед**

- Зошто клиентите доцнат или не плаќаат?
- Улогата на Менаџерот за управување со наплатата на побарувањата (МУНП)
- Законска рамка
- Менаџерот за управување со наплатата на побарувањата како Account manager

- Профил на МУНП
- **Модул 2 – Превентива – Account Management & Customer Care**
 - Поставување конзистентна кредитна политика
 - Фактор ризик
 - Регулација на чекори при ескалација на долгот
 - Прогресивна кредитна политика
 - Стимулација – Incentive scheme
 - Занемарен аспектПартнерски однос
 - Перцепција на клиентот
 - Скала на развој на односот
 - Од Трговец кон Деловен Партнер
- **Модул 3Регулирање на деловните односи со Клиентот**
 - Мапирање на процесот на донесување одлуки кај Клиентот
 - Типови на улоги во процесот
 - Групирање
 - Организациска шема
- **Модул 4 – Комуникација со клиентот по основа на наплата**
 - Вербална комуникација
 - Писмена комуникација
 - 1. Писмо за потсетување
 - 2. Писмо за потсетување
 - 1. Опомена
 - Опомена пред преземање правни дејствија
 - Срамнување на сметките
- **Модул 5 – Стратегии за справување со клиентските избегнувања на обврските**
 - Основи на деловно преговарање
 - Откривање на клиентските преговарачки варијабли
 - Откривање на клиентските модели на однесување за избегнување и справување со типичните оправдувања
- **Модул 6 – Совети за ефективна кредитна политика и наплата на побарувања**
 - Интеграција на психологијата на клиентот со кредитната политика на организацијата
 - Реакција на сигналите кои предупредуваат на проблемите во наплатата
 - Комуникациски меѓу-секторски ток
 - Проактивен пристап

KEY ACCOUNT MANAGEMENT – Менаџирање на Клучни Клиенти (КК)

- **Наменета за:**
 - Менаџери на клучни купувачи
 - Продажни агенти
 - Супервизори на продажба
 - Раководители на продажба
 - Перспективни продажни агенти

- **Цели:**
 - Подигнување на искористеноста на потенцијалите кои клучните клиенти ги имаат преку:
 - Воспоставување на адекватен однос базиран врз принципиелни и приоритетни основи
 - Целосна идентификација на сите релевантни точки кај клучниот клиент (технички, кадровски, процесни и сл.)
 - Развивање на постојниот однос преку воспоставување на план за соработка во даден период
 - Откривање на клучните мотивациски и преговарачки варијабли кај клучните клиенти
 - Безболна транзиција на одговорноста за КК

- **Содржина:**
 - **Key Account Manager**
 - Улогата на КАМ – од аспект на:
 - Клиентот
 - Компанијата
 - Од Комерцијален Агент до Key Account Manager
 - Линија на раздвојување помеѓу Клиент и Клучен Клиент
 - Профил на КАМ
 - **Клучниот Клиент како деловен партнер**
 - Како нè перцепира Клиентот?
 - Скала на развој на односот
 - Од Трговец кон Деловен Партнер
 - **Развоен план за Клучниот Клиент**
 - Поставување на цели
 - Развивање стратегии и тактики
 - Формирање развоен план
 - **Регулирање на деловните односи со Клучниот Клиент**
 - Мапирање на процесот на донесување одлуки кај Клучниот Клиент
 - Типови на улоги во процесот
 - Групирање

- Организациска шема

Дополнителни модули (за 2-дневен тренинг)

- **Преговарање**
 - Подготовка
 - Отворање
 - Спогодување
 - Заклучување
- **Преземање и отстапување на Клучен Клиент**
 - Комуникација со Клучниот Клиент за промената
 - Внатрешна комуникација
 - Клучни полиња

Забелешка: Тренингот е 1-дневен или 2-дневен, во согласност со преференците и расположливите ресурси. Во 2-дневниот тренинг се вклучени повеќе вежби и др. форми на пракса и интеракција.

ПРОДАЖЕН МЕНАЏМЕНТ

- **Наменета за:**
 - Менаџери/Супервизори/Раководители на продажба
 - Тим лидери
 - Перспективни продажни агенти со можност за напредување

- **Цели:**
 - Подигнување на ефективноста на продажниот тим преку:
 - Јасна идентификација на клучните фактори за успех во раководењето со продажен тим
 - Препознавање на сопствениот менаџерски стил и неговата ефективност
 - Воспоставување на адекватен систем на мерење на резултатите на тимот и поединците од кои е составен и нивна мотивација
 - Целосна идентификација на сите релевантни точки кај клучниот клиент (технички, кадровски, процесни и сл.)
 - Развивање на потребните вештини за спроведување на сите потребни активности во раководењето со продажбата
 - Откривање на клучните елементи потребни за градење на чувство за приоритети и алокација на ресурси

- **Содржина:**
 - **Вовед – Профил на успешен продажен менаџер-супервизор**
 - Од продажен агент до продажен менаџер
 - **Комуникација – основа на секој деловен процес**
 - Фактори кои влијаат на комуникацијата
 - Вежба
 - Видови комуникација
 - Вежба – Одговорност во менаџирањето на продажни агенти – Ефективна комуникација
 - Активно слушање
 - Рапорт – видео клип
 - **Улогата на менаџерите на продажба-супервизори**
 - Вежба за (само)оценување и откривање на полињата за унапредување
 - Соработка со луѓе со различни стилови на комуникација и работа
 - Ефективни менаџмент состаноци
 - **Стилови на менаџирање**
 - Ориентација кон:
 - Задачи
 - Односи
 - Вежба – Case study, дискусија

- **Раководење со продажен тим**
 - Предизвици на позицијата и правила за надминување на истите
 - Управување со
 - Територија
 - Клиенти
 - Вежба – Унапредување на тимскиот дух
 - Мотивација – видео клип
- **Планирање и таргетирање на продажбата**
 - KPI's (клучни индикатори)
 - Волумен на продажбата
 - Финансиски резултат
 - Паретово правило – примена во
 - Дистрибуција
 - Волумен на продажба
 - Известување – администрација во продажбата
 - SMART цели
 - Вежба – Мрежна анализа на конкуренцијата
- **Управување со човечкиот ресурс – продажните агенти**
 - Регрутирање
 - Интервјуирање
 - Обучување
 - Отпуштање
 - Еволуција на тимот
 - Продажниот менаџер како лидер
- **Self Management**
 - Управување со времето
 - Поставување на приоритети
 - Паретово правило – примена во управувањето со времето
 - Матрица на приоритети
 - KRA (Key Results Areas)
 - Вежба – ефективно искористување на времето
- **Завршен модул**
 - Q&A
 - Видео за крајЗатворање на кругот – Профил на успешен менаџер/супервизор
 - Евалуација на тренингот

Преговарачки Техники и Вештини

- **Наменета за:**
 - Продажни агенти
 - Менаџери на клучни клиенти
 - Супервизори на продажба
 - Раководители на продажба
 - Посредници во продажба

- **Цели:**
 - Подобрување на перформансите во преговарањето преку:
 - Стекнување јасен увид во есенцијалните фактори на влијание во преговарачкиот процес
 - Јасно дефинирање на тоа што Е и што НЕ Е преговарање воопшто
 - Откривање на разликите во преговарачките пристапи
 - Точна идентификација на сите преговарачки фази
 - Развивање на чувство за препознавање на клучните преговарачки варијабли на другата страна
 - Ефективно мапирање на успешен преговарачки процес преку принципиелен пристап
 - Разбирање на скриените елементи и градење адекватна стратегија за успешно развивање и заокружување на преговарачкиот процес

- **Содржина:**
 - **Вовед**
 - Icebraking вежба
 - Прашалник
 - Мини тест
 - **Комуникациските вештини во преговарачкиот процес**
 - Прашални техники
 - Откривање на клиентските (партнерските)
 - Потреби
 - Мотиви
 - Приоритети
 - Вежба
 - **Пристапи во Преговарањето**
 - Различни пристапи – различни преговарачки стилови
 - Интегративен
 - Дистрибутивен
 - **Фази во Преговарањето**
 - Подготовка
 - (подфази на Подготовката)
 - Отворање

- Спогудување
- Затворање
- **Карактеристики на Преговарањето**
 - Конфликт на интереси
 - Креирање на решение
- **Критични фактори (варијабли) во Преговарањето**
 - Целите и интересите на страните
 - Меѓузависноста на страните
 - Историјата на соработката
 - Лицата инволвирани во процесот
 - Вештините за преговарање и убедување на преговарачите
 - Останати варијабли
- **Употреба и искористување на Отстапките**
 - Компромис или нешто друго?
- **Препознавање на негативни трендови**
- **„Одмрзнување“ на закочен преговарачки процес**
 - Стратегии за успешно преговарање
 - Вежби
- **Сумирање и евалуација на тренингот**

- **Основи на финансиски менаџмент**
 - Вежба
- **Product Management** – Срцевина на организацијата
 - Улогата на ПМ
 - Местото на ПМ во организацијата
 - Пазарно ориентиран ПМ
 - Улогата на Маркетингот во ПМ
 - Разлики помеѓу Product Management и Product Marketing Management
 - Животен циклус на производот
 - Планирање
 - Набавка
 - Промоција
 - Валидација
 - ROI анализи
 - Brand tracking loop
 - Типични грешки во ПМ и како да се избегнат
 - Вежби
- **Supply Chain Management**
 - Дефинирање на SCM
 - Непречен ток на ресурси
 - Материјални добра
 - Информации
 - Финансии
 - Дистрибутивни канали
 - Order to Cash (O2C) процедура
 - Вежби

Услугата како Продажна Вештина

- **Наменет за:**
 - Продажни службеници во малопродажни објекти и во B2B сегмент
 - Службеници во пост-продажба
 - Службеници во услужни дејности
 - Раководители на служби во услужни дејности
 - Продажни агенти и менаџери во B2B продажба

- **Цели:**
 - Препознавање и градење на потребно ниво на почит за УСЛУГАТА како фактор на влијание врз деловните резултати и тоа преку идентификација на:
 - Клучните фактори што ја чинат УСЛУГАТА извонредна
 - Користа од вонсериска УСЛУГА
 - Бариерите за давање на потребно ниво на УСЛУГА
 - Потребата од прилагодување на различните стилови на однесување и комуникација (со клиентите)
 - Есенцијалните карактеристики на тековниот клиентски сервис и идентификација на неискористените потенцијали
 - Справување со секојдневниот стрес од работата со голем број на различни клиенти со различни карактеристики
 - Градење на нераскинлива врска помеѓу Продажбата (ШТО) и Услугата (КАКО) како фактори на успехот на пазарот

- **Содржина:**
 - **Воведен модулврската помеѓу Продажбата и Услугата** фактор на пазарен успех
 - **Каде започнува извонредната УСЛУГА**
 - Препознавање на клучните фактори за создавање на УСЛУГА која ги враќа или одвраќа клиентите
 - **(ПРЕ)ПОЗНАВАЊЕ на Очекувањата**
 - Познавањето на Очекувањата на Клиентите и нивно пресретнување како еден од најбитните фактори за извонредна УСЛУГА
 - **Разбирање на различните стилови на КОМУНИКАЦИЈА**
 - Клиентите имаат различни стилови на однесување и КОМУНИКАЦИЈА. Уметноста на прилагодувањето ја унапредува УСЛУГАТА. За тоа е потребно познавање на различните стилови, својот, како и стиловите на клиентите
 - **ПРЕФОРМУЛИРАЊЕ** клуч кон подобро разбирање
 - Како да се каже „Не“, „Тоа не е моја работа“ или „Не знам“ без да се предизвика штета
 - **Справување со „тешки“ клиенти**
 - Дали „тешките“ клиенти навистина постојат?

- **Што може да биде подобро?**
 - Осврт кон тековната пракса на Услуга кон Клиентите и идентификација на силните и слабите страни, можностите или заканите (вежба)
- **Претворање на жалбите и поплаките во Можности**
 - Користа од поплаките
 - Пресретнување на поплаките
 - Do's & Don'ts во процесот на справување со поплаките
- **Услугата како извор на Стресот и справувањето со него**
 - Справувањето со големиот број различни клиенти со различни карактери води кон несакани, штетни ефекти Ad hoc Stress Management
- **Завршен модул Затворање на круготврската помеѓу Продажбата и Услугата**
 - Фактор на пазарен успех

Комуникациски Вештини

- **Наменета за:**
 - Вработени лица во било кој сектор и на било кое хиерархиско ниво
 - Невработени лица пред старт на својата кариера
 - Секој кој сака да ги подобри своите комуникациски вештини на повисоко ниво
- **Цели:**
 - Подигнување на ефективност во комуникацијата преку:
 - Разбирање на комуникацискиот циклус
 - Препознавање на значењето на feedback-от во комуникацијата
 - Идентификација на комуникациските стилови
 - Методи за остварување на рапорт (комуникациски мост)
 - Превенирање на комуникациски недоразбирања
 - Справување со тешки и непријатни соговорници
 - Надминување на конфликти
- **Содржина:**
 - **Воведен Модул**
 - КОМУНИКАЦИСКИ МОСТ – Разбирање на Субјективната Стварност
 - Shannon-Weaver модел
 - Feedback – смисолот на комуникацијата
 - Комуникациски фактори
 - Видови на комуникација
 - Вербална комуникација
 - Вежба
 - Паравербална комуникација
 - Вежба
 - **Модул 2КОМУНИЦИРАЊЕ ВО РАЗЛИЧНИ КОНТЕКСТИ**
 - Прерамување
 - Критика без повреда
 - Справување со "тешки" и лути соговорници
 - Справување со критики и приговори
 - Преговарање
 - Техники/Тактики
 - Грешки
 - People oriented vs. Goals Oriented пристап
 - **Модул 3СПОСОБНОСТИ НА УБЕДУВАЊЕ**
 - Разбирање на другите / Себеразбирање

- Каде започнува влијанието врз другите?
 - Принципи на убедување
 - Методи на убедување
- **Тест за одредување на сопствениот комуникациски стил**
 - Прилагодување кон стилот на соговорникот
- **Модул 4.Практични вежби**
 - Case study (ies) – решавање на ситуација од реална деловна/животна ситуација
 - Најчести конфликтни ситуации
- **Затворање на тренингот**
 - Профил на ефективен комуникатор
 - Q&A
 - Евалуација на тренингот

• **ЕФЕКТИВЕН МЕНАЏМЕНТ – COMMUNICATION & SOFT SKILLS**

○ **Наменета за:**

- Менаџери-раководители на било кое хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери

○ **Цели:**

- Препознавање на барањата од современиот менаџер
- Откривање на критичните ресурси во раководењето
- Осознавање на клучните фактори на успехот во современиот менаџмент
- Оспособување за оптимално искористување на потенцијалите на човечкиот ресурс
- Вештина на адекватна употреба на времето како ресурс
- Разбирање на стресот и ставање под контрола
- Идентификација на корисни менаџмент алатки и техники применливи во специфичен контекст

○ **Содржина:**

▪ **ОСНОВНИ ПСИХОЛОШКИ МЕНАЏМЕНТ ТЕХНИКИ**

- Модел на Прецизност
- Специфицирање на резултати
- Планирање и целна ориентација
- Флексибилност
- Интуиција во менаџментот

▪ **НЕВЕРБАЛНИ МЕНАЏМЕНТ ТЕХНИКИ**

- Рапорт
- Основни репрезентативни системи

▪ **ВЕРБАЛНИ ТЕХНИКИ**

- Комуникациски круг
- Рамка на согласување
- Прерамување
- Наведување

▪ **TIME MANAGEMENT**

- Матрица на приоритети
- Одложување/Одолговлекување

- Алатки за Time Management
 - **STRESS MANAGEMENT**
 - СТРЕС тест
 - Причини и симптоми на СТРЕС
 - Алатки за справување со СТРЕС
 - **ПОМОШНИ ТЕХНИКИ**
 - Breakdown технологија
 - Stretch Zone
 - SWOT
 - PEST
 - Boston Matrix
 - Johari Window
 - Mind Mapping
 - Системски дијаграми
 - Одредување на компетенција и ДЕЛЕГИРАЊЕ
 - **Профил на успешен менаџер**
-

• **ЕФЕКТИВНО РЕШАВАЊЕ ПРОБЛЕМИ И СИТУАЦИИ со примена на менаџмент техники и вештини (PROBLEM SOLVING)/работилница**

○ **Наменета за:**

- Менаџери-раководители на било кое хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери

○ **Цели:**

- Идентификација на корисни менаџмент алатки и техники применливи во специфичен контекст
- Оспособување за адекватна анализа на ситуација и избор на алатки и техники за решавање на проблемот
- Стекнување на вештина на одредување на приоритети во зададена ситуација
- Целисходно движење од проблем кон решение

Содржина:

- **Дефинирање на проблемот**
 - 5 WHY's
 - Cause & Effect Analysis
 - CATWOE
- **Идентификација на околината на проблемот**
 - SWOT
 - PEST
 - Porter's Five Forces
 - Flow Charts
- **Генерирање можни решенија**
 - Brainstroming
 - Reverse Brainstroming
 - SCAMPER
 - TRIZ
- **Анализа на ризик, претпоставки и влијанија**
 - Анализа на ризик (ризик=возможност на настанот x неговата цена)
 - Failure Mode and Effects Analysis (FMEA)
 - The Ladder of Inference
- **Селекција на решени(е)ја**
 - Cash Flow Forecasting
 - Cost/Benefit Analysis

- Grid Analysis
 - Six Thinking Hats
-

• ЛИДЕРСТВО (LEADERSHIP)

○ Наменета за:

- Менаџери-раководители на било кое хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери

○ Цели:

- Разбирање на Лидерството како концепт
- Освестување на разликите помеѓу лидерство и менаџмент
- Осознавање на интерперсоналната комуникација како еден од клучните фактори на успехот во водењето
- Демистификација на мотивацијата во социјалните и работни средини
- Профилирање на успешен лидер

Содржина:

○ Вовед

- Запознавање
- Ice braking вежба
- Профил на успешен лидер/менаџер
- Тест за самооценување на мотивацијата за Лидерство
- Dee Hock (VISA) 60" PhD in Leadership...

○ **КОНЦЕПТИ НА ЛИДЕРСТВО И ЛИДЕРСКИ СТИЛОВИ**

- Теорија X-Y на Douglas McGregor
- Теорија на мотивација на Frederick Herzberg
- Теорија Z на William Ouchi
- Основни лидерски стилови
- Други лидерски стилови
- Вежба...

○ **КОМУНИКАЦИЈА И ЛИДЕРСТВО**

- Комуникациски циклус
- Фактори кои влијаат на комуникацијата
- Вежба

○ **ЛИДЕРСТВО И ЧОВЕЧКОТО ОДНЕСУВАЊЕ**

- Abraham Maslow
 - Хиерархија на потреби
- Вежба
 - Злоупотреба на моќ

○ **МОТИВАЦИЈА И ЛИДЕРСТВО**

- Мотивациски и хигиенски фактори според Herzberg
- Мотивациски фактори

- Пигмалион ефект
 - **МИСИЈА, ВИЗИЈА, ВРЕДНОСТИ**
 - SMART концепт
 - Дискусија
 - ТестЛидерство со визија
 - **ЛИДЕР ИЛИ МЕНАЏЕР?**
 - Лидерство vs Менаџмент
 - Разлики, сличности, заеднички именител
 - Вежба
 - **ПРОФИЛ НА УСПЕШЕН ЛИДЕР/МЕНАЏЕР**
 - Затворање на кругот
 - Совети од докажани лидери
 - Резиме и затворање на обуката
-

• ЛИДЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ (LEADERSHIP MANAGEMENT)

○ Наменета за:

- Менаџери-раководители на било кое хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери

○ Цели:

- Разбирање на Лидерството како концепт
- Освестување на разликите помеѓу лидерство и менаџмент
- Осознавање на интерперсоналната комуникација како еден од клучните фактори на успехот во водењето
- Демистификација на мотивацијата во социјалните и работни средини
- Профилирање на успешен лидер

Содржина:

○ Модул I. Концепти на Лидерство

- Два најважни клуча за Ефективно Лидерство
- Принципи на Лидерство
- Фактори на Лидерство
- Атрибути
- Околина
- Модели на Лидерство
- Процес на впечатливо Лидерство

○ Модул II. Лидерство и Човечко Однесување

- Хиерархија на Потреби според Маслов
- Фактори на Мотивација според Херцберг
- Теорија X и Теорија Y според Мек Грегор
- Теорија на Очекувања

○ Модул III. Водење и Лидерство

- Цели
- Супервизија
- Инспирирање на вработените

- Тренинг и Коучинг
 - Учење
 - Моќ и Лидерство
- **Модул IV. Комуникација и Лидерство**
 - Комуникациски процес
 - Бариери во Комуникација
 - Активно слушање
 - Feedback
 - Невербална Комуникација
 - Совети за Ефективна Комуникација
- **Модул V. Мотивација и Лидерство**
 - Два фактора за Мотивација
 - Моќ за Мотивирање
 - Советување
 - Оценка на учинокот
- **Модул VI. Лидерство – Карактер и Одлики**
 - Стремеж кон совршенство
 - Карактеристики на голем лидер
 - Замки во Лидерството
 - Атрибути
 - Дали се менаџерите лидери? Дали се лидерите менаџери?
- **Модул VII. Лидерски Стили**
- **Модул VIII. Лидерство и Промената**
 - Периоди на промена во организација
 - Прифаќање на Промената
 - Водење кон Промена
-

• МОТИВАЦИЈА

Наменета за:

- Менаџери-раководители на било кое хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери

○ Цели:

- Демистификација на мотивацијата во социјалните и работни средини
- Откривање на факторите на мотивација
- Идентификација на зоните на поклопување на теоријата и праксата
- Препознавање на мотивацијата како фактор на успехот во водењето организација во модерно време

Содржина:

- **Вовед**
 - Серија на уводни информации и вежби кои ставаат рамка на целокупната материја
- **Митови за Мотивацијата на вработените**
- **Мотивација во работната средина**
 - Теории за мотивацијата
 - Мотивациски фактори
 - Наградување на вработените
- **Performance Management**
 - Поставување Цели
 - Супервизија и feedback
 - Периодични евалуации
 - Надминување на проблеми со учинокот
 - Отпушање
- **Лидерството како фактор на Мотивација**
 - Мотивација која извира од:
 - Корпоративната култура
 - Корпоративните стандарди
 - Корпоративните:
 - Визија
 - Мисија
 - Вредности
- **Организација од 21. Век**
 - Корпорациска еволуција
 - Организацијата како жив организам

- Мотивацијата на вработените во 21. век
 - Дијагностички алатки и алатки за корпоративна трансформација
 - Лидерство во 21. век
 - Лидерска свест на 21. век
 - Новиот лидер
 - D. Градење и одржување на долговечна организација
 - Карактеристики на долговечна организација
 - Подготовка
 - Имплементација
 - **Принципите на успешната организација во 21. век**
 - Менаџирање на човечкиот фактор
 - Пигмалион ефект
-

• ОРГАНИЗАЦИСКИ ВЕШТИНИ1-дневна обука

○ Наменета за:

- Менаџери-раководители на ниско до средно хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери

○ Цели:

- Запознавање со основите на менаџментот
- Препознавање на транзициски точки во менаџментот
- Идентификација на потребни знаења, вештини и компетенции за модерниот менаџер
- Увид во расположливите ресурси – алатки и техники за справување со секојдневните предизвици
- Профилирање на успешен менаџер

Содржина:

- **Вовед**
 - Од Менаџмент кон Self-management
 - Што е менаџмент
 - Профил на успешен менаџер
- **Основи на менаџментот**
 - Планирање
 - Организација
 - Водење
 - Контрола
 - Постигнување (резултати)
 - Барањата на современиот менаџмент
- **Комуникација**
 - IQ
 - EQ
 - SQ
 - CQ – CQ – CQ
 - Комуникациски вештини
 - Активно слушање
 - Прашални техники
- **Планирање**
 - Приоритети
- **Организација**
 - Време

- Целна ориентација
 - Успех и ризик
 - **Решавање на проблеми**
 - Помошни алатки и техники
 - **Водење**
 - Компетенции и Делегирање
 - Мотивација
 - Пигмалион ефект
 - **Завршен модул**Профил на успешен менаџер
-

• **ТИМСКИ МЕНАЏМЕНТ (TEAMWORK MANAGEMENT)1-дневна обука**

Наменета за:

- Менаџери-раководители на било кое хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери

○ **Цели:**

- Разбирање на тимот како социјална средина
- Освестување на основни и детални тим-менаџмент активности
- Осознавање на факторите на воспоставување на тимски дух и работна енергија
- Препознавање на емоционалната интелигенција како основа за ефективен тим
- Идентификација на факторите на мотивација во тимот
- Воспоставување на синергија во тимот

Содржина:

- **Вовед – Профил на тимски менаџер**
 - Верба и Доверба
 - Почит
 - Активно слушање и feedback
 - Тимски дух
- **Основни тим-менаџмент активности**
 - Интервјуирање и Селекција
 - Тренинг и обука на тимот
 - Справување со отпор
 - Дисциплина
 - Отпуштање
- **Градење однос со (во) тимот**
 - (Транспарентна) Комуникација
 - Лојалност
 - Генерациски, социјални, културни разлики
 - Надминување на проблеми со „тешки“ членови на тимот
 - Справување со конфликти
- **Performance Management**
 - Опис на работно место и задачи
 - Периодични Евалуации
 - Плати, награди, казни
- **Унапредување и развој**

- EQ
 - Самодоверба
 - Делегирање (одговорност)
 - **Баланс – завршен модул**
-

• УПРАВУВАЊЕ СО ВРЕМЕ (TIME MANAGEMENT)

Наменета за:

- Вработени и членови на работни и социјални средина било кое хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Студенти
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери
- ...

○ Цели:

- Демистификација на итноста и адреналинот како модерна дрога
- Поттикнување за развој на чувството за приоритети како предуслов за оптимално искористување на времето како ограничен ресурс
- Идентификација на причините за губењето време
- Механизми на справување со одолговлекувањето-одложувањето како чести синдроми
- Осознавање на планирањето како исплатлива инвестиција на време
- Препознавање на можностите и примена на правилата за делегирање на обврски
- Прифаќање на едноставни правила за организација на ефективни состаноци

Содржина:

- **Вовед**
- **Заведени од Итноста**
- **Итно vs. Битно**
 - Матрица на Приоритети
- **Крадци на Времето**
 - Упади и прекинувања
- **Како да се каже „Не“**
 - ... и да нема повредени
- **Одложување / Одолговлекување**
 - Песната на Сирените
- **Делегирање задачи**
 - До поголем ефект со помалку работа
- **Работни состаноци**
- **Насоки за поефективно искористување на Времето**
 - Цели – Повец и Ориентација

- **Завршни размисли и забелешки**



• **КОНТРОЛА НА СТРЕС (STRESS MANAGEMENT)**

○ **Наменета за:**

- Секој член на било која социјална средина кој делува под влијание на времето како ограничен ресурс или друг вид на притисоци кои предизвикуваат или можат да предизвикаат хроничен стрес

○ **Цели:**

- Разбирање на стресот како модерно зло и фактот дека не е секој стрес лош стрес
- Идентификација на вообичаените причинители за стресот
- Препознавање на симптомите на стресот
- Откривање на корисни алатки и техники за ставање на стресот под контрола

Содржина:

- **Дефиниција на стресот**
 - Акутен vs. Хроничен стрес
 - **Причинители за стресот**
 - На работно место
 - Лични причинители
 - **Симптоми на стресот**
 - **Мерење на стресот**
 - **Мерки за справување со стресот**
-

• **SELF MANAGEMENT (зголемување на сопствениот перформанс)**

○ **Наменета за:**

- Менаџери-раководители на ниско до средно хиерархиско ниво
- Претприемачи
- Сопственици на мали и средни бизниси
- Проектни менаџери
- Лидери на групи
- Млади менаџери

○ **Цели:**

- Запознавање со основите на менаџментот
- Идентификација на потребни знаења, вештини и компетенции за модерниот менаџер
- Препознавање на предизвиците од мотивацијата на вработените како предуслов за успех на тимот
- Увид во расположливите ресурси – алатки и техники за справување со секојдневните предизвици
- Профилирање на успешен менаџер

○ **Содржина:**

- **Вовед – Од Management кон Self-Management**
 - Профил на успешен менаџер
 - Што е менаџмент?
- **Комуникација – основа на секој деловен процес**
 - Комуникацијата и интелигенцијата
 - Фактори кои влијаат на комуникацијата
 - Комуникација во деловно окружување
 - Комуникациски стилови
- **Комуникација и менаџмент**
 - Типови на комуникација во деловно опкружување
 - Мотивација
 - Делегирање на работни задачи
- **Self-Management**
 - Планирање на работни процеси и задачи
 - Организирање
 - Замките на микро-менаџментот
 - Поставување цели
- **Заклучок – Од Management кон Self-Management – затворање на кругот**
 - Од мотивација кон само-мотивација
 - Која е врската помеѓу менаџментот-(само)мотивацијата-одлуките-ризикот и **Успехот**?



- **Асертивна Комуникација**-работилница

за оние кои сакаат да стекнат вештина :

- Слободно да ги изразат своите **емоции и мислења**
- Непречено да ги побараат и уживаат своите **природни права**
- Да ги одбранат своите **ставови** пред непринципиелни напади

и сето тоа преку:

- **Интегритет**
- **Чесност**
- **Респект кон другите**

За кого е наменета?

За секој оној кој сака да постигне **подлабока и поефективна социјална интеграција** во БИЛО КОЈА социјална средина: семејство, соседство, клубови, здруженија, работни места, ... како и за секој оној кој има потреба да ја подигне својата **САМОДОВЕРБА** на повисоко ниво.

Секундарен бенефит – повисоко ниво на **ефективна комуникација**.

Извод од теоретскиот дел:

- Што е Асертивност
 - Кон кого треба да се биде Асертивен?
 - Кога/во која ситуација треба да се биде Асертивен?
- Три типични модела на однесување:
 - Агресивен
 - Зошто се луѓето агресивни?
 - Покорен
 - Зошто се луѓето покорни?
 - Асертивен
 - Предуслови и принципи на Асертивноста
- Права и одговорности
 - Базични права
 - Врската помеѓу правата и одговорностите
- Справување со критика
 - Како да се побара критиката да биде конструктивна
 - Како конструктивно да критикуваме а да не повредуваме
- Комуникација
 - Комуникациски круг
 - Фактори кои влијаат на ефективноста на комуникацијата
 - Комуникациски стилови

- Како да се прилагодиме на било чиј комуникациски стил?
- Како да се оствари хармонија во комуникацијата?
- Како да се заложиме за своите права без загрозување на туѓите?
- Како да се каже НЕ

Извод од вежбите:

- Која е мојата типична реакција на конфликт?
 - Како да се изрази и да се насочи другата страна кон посакуваниот исход за нас?
 - Кој е мојот комуникациски стил?
-

• **Анализа на ситуација и Донесување ОДЛУКИ**

Структурата е предмет на фино прилагодување на потребите на клиентот, односно на учесниците на тренингот.

Во зависност од утврденото (низ интервјуа со дел од учесниците и менаџментот на клиентот) се одземаат или додаваат делови од структурата (вежби, видео клипови и тестови).

1. Дефиниција на проблемот/ситуацијата

- 5 WHY's
- Cause & Effect Analysis
- CATWOE

2. Идентификација на околината на проблемот

- SWOT
- PEST
- Porter's Five Forces
- Flow Charts

3. Генерирање можни решенија

- Brainstroming
- Reverse Brainstroming
- SCAMPER
- TRIZ

4. Анализа на ризик, претпоставки и влијанија

- Анализа на ризик
- Failure Mode and Effects Analysis (FMEA)
- The Ladder of Inference

5. Селекција на решени(е)ја

- Cash Flow Forecasting
- Cost/Benefit Analysis
- Grid Analysis
- Six Thinking Hats

• Презентациски Вештини

Цели на обуката:

За време на обуката, учесниците се стекнуваат со клучни информации кои помагаат во осмислувањето и изведбата на успешен презентациски настап со цел:

- Подобрување на перформансите во презентирањето преку:
 - Стекнување јасен увид во есенцијалните фактори на влијание во презентирањето како процес и настан истовремено (ниедна презентација не е иста како претходната, дури и кога се работи на иста тема и иста содржина)
 - Адекватна употреба на сите видови на комуникација за време на една презентација
 - Воспоставување и одржување на feedback со својот аудиториум
 - Привлекување и одржување на внимание за време на презентација
 - Ефективна контрола на времето
 - Успешно справување со тремата и стресот

Намена:

Обуката Презентациски Вештини е наменета за, но не се ограничува на презентери на различни содржини, во различни услови, со различна намена на презентацијата.

- **Вовед**
 - Icebreaking вежба
- **Комуникација**
 - Видови комуникација и нивна употреба за време на презентација
 - Фактори кои влијаат на комуникацијата
- **Вештини на влијание**
 - Што го прави презентерот успешен
 - Остварување рапорт
- **Запознавање со својот аудиториум**
 - Истражување на својата публика
 - Лидерот на групата и др. влијателни лица
- **Подготовка на презентацијата**
 - Формална структура

- Содржинска структура
- Визуелна структура
- **Ефикасно презентирање**
 - Подготовка
 - Изведба
 - Do's & Don'ts
- **Workshop**
 - Презентации од учесниците и дискусија
- **Q&A, Ревизија и евалуација на тренингот**

Забелешка:

- Врз основа на стекнатите сознанија, за потребите на обуката се креираат вежби кои допираат дел од реалните деловни ситуации во кои се наоѓаат учесниците на обуката (типично за хомогени групи на учесници, кои вообичаено доаѓаат од ист сектор)
-

• СПРАВУВАЊЕ СО КОНФЛИКТИ

- **Вовед**
 - Разбирање на конфликтот
- **12 вештини за решавање на конфликти**
 - **Win/Win пристап**
 - Како се однесуваме во конфликт
 - Разбирање на однесувањето во конфликт
 - Принципи на Win/Win пристап
 - Кога Win/Win пристапот изгледа невозможен
 - **Креативен одговор**
 - Истражување на нашиот одговор кон конфликтот
 - Реакција или Одговор
 - Два модели на приод кон конфликтот
 - Перфекција и Открытие
 - Потрага по позитивен конфликт
 - Развивање на креативен одговор кон конфликтот
 - **Емпатија**
 - Смесолот и значењето на емпатијата
 - Вредноста на разликите
 - Блокади на емпатијата
 - Ефективна комуникација
 - **Асертивност и асертивна комуникација**
 - Разбирање на конфликтот од аспект на:
 - Агресивно
 - Пасивно и
 - Асертивно однесување
 - Потребни и права
 - **Кооперативна моќ**
 - Моќта и однесувањето
 - Основи за моќ
 - Лична моќ
 - Од „Јас мора/треба да...“ кон „Јас одлучувам да...“
 - справување со моќни луѓе
 - **Менаџирање на емоциите**
 - Идентификација на емоциите и нивниот ефект
 - Изразување на емоциите
 - справување со сопствената лутина
 - справување со тешки емоции кај другите
 - **Добра волја за решавање на конфликтот**
 - Препознавање на сопствената добра волја и/или нејзино отсуство за решение
 - Проекција
 - Простување
 - справување со недостатокот на добра волја кај другите

- **Мапирање на конфликтот**
 - Што е мапирање
 - Чекори во мапирањето
 - Толкување на мапата
 - Кога да се користи мапа
- **Создавање/откривање опции**
 - Креирање опции
 - Избор на опција
 - Акциски план/чекори
- **Преговарање**
 - Критични точки во преговарањето
 - Идентификација на преговарачките варијабли
 - Надминување на отпорот кај другата страна
 - Одговор на нефер тактики
- **Медијација**
 - Смесол и цел на медијацијата
 - Фази и вештини во медијацијата
 - Примена на клучни принципи и вештини на медијација во секојдневните конфликти
- **Проширување на перспективите**
 - Промена на перспективата = промена на квалитетот на конфликтот
 - Акциски чекори кон проширување на перспективата
- **Вежби**
- **Затворање и евалвација на тренингот**

• Procurement Management

1. Воведен Модул – Комуникација – Основа на секој деловен процес
 - a. Комуникација со добавувачи – специфики во сектор за набавка
 - b. Вежба
 2. Регулмирање на односите со добавувачите
 - a. Кој е статусот на мојата компанија во клиентската категоризација на нашите добавувачи?
 - b. Кое е нивото на Account Management & Customer Care
 - i. Има ли нашиот добавувач Account Management шема?
 - ii. ...incentive шема?
 - iii. ... прогресивна бонус шема?
 - c. Категоризација на добавувачите
 - i. Скала на развој на односот
 - ii. Од Трговец кон Деловен партнер
 3. Стратегии за ефективна набавка базирана на критериуми:
 - i. Цена
 - Цена vs. Трошоци – откривање на вистинската вредност на производот/услугата
 - ii. Квалитет
 - iii. Брзина
 - iv. Др. критериуми
 - b. Приоритизирање – примена на Паретово Правило
 - c. Decision Matrix процес
 - d. Методи на набавки
 - i. од бланко нарачка до електронска набавка
 - ii. директен договор, тендери, bidding
 - iii. ...
4. Асертивност во комуникацијата и во деловните односи
 - a. 3 модела на однесување
 - i. Предности и
 - ii. Недостатоци
 - b. Примена на асертивноста во активностите на ...
5. ... Преговарањето во процесот на набавка
 - a. Што е а што не е преговарање
 - b. Откривање на преговарачки варијабли
 - c. Стратегии за успешно преговарање
 - d. Вежби – симулации
6. Завршен модул – резиме, Q&A, евалуација и затворање на тренингот

• ЕМОЦИОНАЛНА ИНТЕЛИГЕНЦИЈА

○ Наменета за:

- Раководители на организации и организациони целини
 - Тимови/Одделенија/Сектори
 - Проектни групи

○ Цели:

- Препознавање на бенефитите од развивањето на EQ
- Дефинирање и потекло на EQ компетенции
- Идентификација на сопствените сили и ограничувања низ призмата на EQ
- Развој на сопствена стратегија за развој

○ Содржина:

- EQ во денешните работни средини
 - EQ како доминантна вештина во бизнисот денес
 - Врската помеѓу EQ и учинокот
 - Клучни компетенции кај EQ
- Разбирање на емоциите и подигнување на сопствената енергија и сила
 - Самосвест
 - Последици од ниска самосвест
 - Разбирање на сопствените емоции
 - Грижа, лутина, страв – како да се надминат
 - Проблемот со „бегане од проблемите“
- Емоционално интелегентна работна средина
 - EQ како средство за мотивација
 - Како да се моделира и охрабрува интелегентна работна средина
 - Соочување со вообичаени ограничувачки емоции во работна средина
- Емоционално интелегентна комуникација
 - Rapport
 - Индивидуален rapport
 - Rapport со група
 - Невербални сигнали за неизразени емоции
 - Како да се комуницираат чувства без последици
 - Приближување на различни комуникациски стилови
- Ефективно справување со конфликти
 - Разбирање на конфликтот
 - Вештини за решавање на конфликтите
 - Win/Win пристап
 - Креативен одговор
 - Емпатија
 - Соодветна асертивност

- Кооперативна моќ
- Создавање/откривање опции
- Преговарање
- Медијација
- Проширување на перспективите
- Self-management совети за подигање на ефективностa
 - Само-посматрање A & Ω на мудроста
 - Разлика помеѓу личен потенцијал и личен учинок

• МЕНАЏМЕНТ ЗА МЛАДИ МЕНАЏЕРИ

✚ Модул 1 - Менаџер за прв пат

- Почеток
- Верба и самодоверба
- Замките на менаџерската функција
- Соработка со претпоставените
- Сопствен менаџерски стил
- Градење тимски дух

✚ Модул 2 – Новите Предизвици

- Соработка со подредените
- Интервјуирање и Вработување
- Тренирање на вработените
- Справување со промените и отпорите кон промените
- Дисциплина
- Отпуштање
- Правна регулатива

✚ Модул 3 – Градење на односи

- Транспарентност и/или дискреција
- Човекот како ресурс во компанијата
- Лојалност
- Мотивација
- Генерациски разлики

✚ Модул 4 – Администрација

- Описи на работни места
- Периодични евалуации
- Системи на наградување

✚ Модул 5 – Менаџирање на процеси

- Писмено комуницирање
- Делегирање

- Состаноци
- Подигање на одговорноста

Модул 6 – Баланс

- Менаџирање на времето
- Улогата на хуморот
- Поставување и одржување на сликата за себе
- Емоционална Интелигенција
- Справување со стресот
- Рамнотежа помеѓу личните и професионалните обврски

МЕНАЦИРАЊЕ НА РАБОТНИОТ УЧИНОК НА ВРАБОТЕНИТЕ (PERFORMANCE MANAGEMENT) И НИВНА МОТИВАЦИЈА

1. Модул

- Дефинирање на Performance Management
 - Каде и како ПМ се вклопува во организацијата
 - Промени во ПМ
 - РМ во пракса
 - Пример 1 и 2
 - Кратка дискусија
 - Фактори ба успех
 - Улогата на Лидерството
 - Вежба

2. Модул

- Performance Management вештини
 - Делегирање
 - Coaching
 - Справување со слаб учинок
 - МОТИВИРАЊЕ
 - Раст и развој
- Вежба/Прашалник

3. Модул

- Performance Management процес
 - Периодичен преглед на учинокот
 - Поставување периодични цели
 - Мерење на учинокот
 - Вежба – Подготовка за Performance management
- Менаџирање на тимови за висок учинок
 - Фази во процесот на менаџирање на тимови
 - ВежбаПрашалник за менаџирање на тимот

4. Модул

- ПЛАНИРАЊЕоснова за успех
 - Основи на планирање
 - Визија – Стратегија – План – Цел
 - План vs. Буџет
 - Типични планови
 - Вежба

5. Модул

- Менаџирање на перформансот во работен процес
- KRA'sKey Result Area

- Вежба
- KPI's Key Performance Indicator
 - Вежба
- Мерење / Извештаи
 - Примери

6. Модул

- Модели за наградување и стимулација
 - Pay per performance / плаќање по учинок
 - Incentive schemes / стимулациони алатки
 - Материјални/Финансиски
 - Нематеријални/нефинансиски
- Најдобри практики
- Постои ли „најдобро“?

7. Модул

- Мотивација на вработените
 - Почетоци на мотивација на вработените...
 - Митови за мотивацијата на вработените
 - Мотивациски фактори
 - Пигмалион ефект
 - Улогата на лидерството
 - Природна мотивација на вработени во организација од 21. век

8. Завршен модул

- П & О
- Резиме и главни заклучоци од тренингот
- Евалвација на тренингот