

*Szanowni Państwo,*

Mamy przyjemność przedstawić Państwu zarys oferty CREDO adresowanej do przedsiębiorców, organów administracji publicznej oraz zakładów i innych jednostek budżetowych.

Na naszą ofertę składają się rozwiązania najwyższej klasy, uwzględniające specyficzne i wyjątkowe potrzeby naszych Klientów. Zindywidualizowane podejście do każdego realizowanego projektu oraz budowanie trwałych relacji biznesowych są gwarancją rzetelności i bezpieczeństwa.

Naszym Klientom oferujemy profesjonalną obsługę przez zespół doświadczonych doradców i konsultantów oraz dostęp do najlepszych produktów. Bieżąca analiza nowatorskich rozwiązań umożliwia nam natychmiastowe aktualizowanie naszej oferty, dzięki czemu nasi Klienci otrzymują zawsze usługi najwyższej jakości. Program „CREDO dla biznesu” został stworzony z myślą o spełnieniu podstawowej potrzeby każdej organizacji, jaką jest nieustanna optymalizacja efektów pracy oraz minimalizacja kosztów działania. CREDO dokonuje analizy wszystkich obszarów działania Klienta oraz buduje i wdraża nowoczesne zasady zarządzania w obszarach takich jak:

- redukcja kosztów działalności i poprawa rentowności,
- budowa efektywnych struktur handlowych,
- automatyzacja przepływu informacji,
- maksymalizacja zaangażowania pracowników,
- poprawa jakości obsługi kontrahentów,
- zarządzanie jakością,
- wewnętrzne akty prawne regulujące działalność Klienta.

Zachowując to, co najlepsze u Klienta oraz wdrażając sprawdzone i efektywne rozwiązania, CREDO pomaga swoim Klientom rozwiązywać ich problemy biznesowe. Pokazuje jak usprawnić działalność według najlepszych, światowych wzorców oraz jak dostosować się do wymogów prawnych i zyskać przewagę nad konkurencją.

Nasz program „CREDO dla biznesu” to 4 kompletne formy wsparcia dla Klientów:

#### *Doradztwo i wdrożenia*

- budowa rozwiązań w obszarze sprzedaży
- doradztwo prawne
- doradztwo z zakresu zamówień publicznych
- system zarządzania wiedzą (kapitałem intelektualnym) w przedsiębiorstwie
- system zarządzania jakością
- Kreator Efektywnych Decyzji (KED)
- budowa wizerunku



### *Szkolenia*

- szkolenia handlowe i psychospołeczne
- szkolenia z zakresu zamówień publicznych
- Encyklopedia prawa

### *Teletechnika i techniki informatyczne*

- projektowanie i budowa infrastruktury teleinformatycznej
- bezpieczeństwo informacji
- outsourcing teleinformatyczny
- rozwiązania informatyczne dla biznesu

### *CREDO Outdoor*

- integracja zasobów ludzkich (*teambuilding*)
- imprezy motywacyjne
- imprezy okolicznościowe, rekreacyjne i rozrywkowe
- szkoła bezpiecznej jazdy

### *Nasz zespół*

Członkowie naszego zespołu doradzali zarówno małym i średnim przedsiębiorstwom, jak i największym podmiotom produkcyjnym, usługowym i finansowym. Ich doświadczenia obejmują również współpracę z naczelnymi i centralnymi organami administracji rządowej oraz organami administracji samorządowej, a także administracji specjalnej.

Zespół CREDO to doświadczenia zdobywane zarówno w czasie projektów naukowych, jak też licznych praktycznych wdrożeń i realizacji oraz kursów i szkoleń w konkretnych przedsiębiorstwach i instytucjach.

Różnorodność naszych doświadczeń jest najlepszą gwarancją jakości świadczonych przez nas usług oraz indywidualnego podejścia do każdego projektu, czy to szkoleniowego, czy też praktycznego wdrożenia.

Mamy nadzieję, że nasza oferta spotka się z Państwa zainteresowaniem. Poniżej pozwalamy sobie przedstawić więcej szczegółów dotyczących szkoleń oferowanych w ramach programu „CREDO dla biznesu”. W przypadku jakichkolwiek pytań, w celu uzyskania dodatkowych informacji na temat naszej oferty oraz form współpracy prosimy o kontakt, a dołożymy najlepszych starań aby współpraca z nami była dla Państwa maksymalnie satysfakcjonująca. Jednocześnie informujemy Państwa o możliwości połączenia prowadzonych szkoleń z elementami typu *teambuilding*. Więcej szczegółów o ofercie CREDO Outdoor oraz pozostałych formach wsparcia dla klientów oferowanych w ramach programu CREDO dla biznesu znajdziecie Państwo na stronie [www.credo.info.pl](http://www.credo.info.pl).

### *Zespół CREDO*



<b>Szkolenia handlowe i psychospołeczne</b> .....	4
<i>Zarządzanie projektami</i> .....	4
<i>Zarządzanie zasobami ludzkimi</i> .....	4
<i>Zarządzanie czasem</i> .....	5
<i>Plan marketingowy</i> .....	5
<i>Techniki sprzedaży</i> .....	5
<i>Sztuka profesjonalnej prezentacji</i> .....	6
<i>Marketing bezpośredni</i> .....	6
<i>Telemarketing</i> .....	6
<i>Sztuka negocjacji</i> .....	6
<i>Autoprezentacja</i> .....	7
<i>Efektywna komunikacja interpersonalna (NLP)</i> .....	7
<i>Asertywność jako umiejętność wyznaczania osobistych granic</i> .....	8
<i>PR wewnątrz organizacji</i> .....	9
<i>Techniki redukcji stresu</i> .....	9
<b>Zamówienia publiczne</b> .....	9
<b>Encyklopedia prawa</b> .....	10



## **SZKOLENIA HANDLOWE I PSYCHOSPOŁECZNE**

### *Zarządzanie projektami*

Zarządzanie projektem obejmuje przede wszystkim umiejętność trafnego doboru narzędzi, a także optymalnego wykorzystania dostępnego zasobu wiedzy. Projekt, czyli działanie nakierowane na realizację konkretnego celu, składa się z kolejnych etapów. Należą do nich między innymi: analiza sytuacji i otoczenia, badanie potrzeb, planowanie i strategia. Ważne jest, aby zespół realizujący projekt posiadał umiejętność korygowania planu, wyszukiwania alternatywy oraz zarządzania. Celem szkolenia jest nauczenie skutecznych metod pracy nad planowaniem, wdrażaniem i oceną projektu realizowanego przez zespół. Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- gdzie zaczyna się projekt?
- jak badać potrzeby odbiorców projektu?
- na czym polegają analizy sytuacyjne?
- co jest ważne w przygotowaniu budżetu?
- czym są nadzór i ocena?
- wprowadzenie podstawowych pojęć związanych z projektem
- metodologie zarządzania projektami
- bazowe narzędzia zarządzania projektem
- kultura organizacyjna a zarządzanie projektem
- metody i techniki zarządzania projektami

### *Zarządzanie zasobami ludzkimi*

Szkolenie pomaga opanować techniki, metody i narzędzia wykorzystywane w zarządzaniu personelem, takie jak: budowa wizerunku kompetentnego szefa, umiejętność delegowania, motywowanie, udzielania informacji zwrotnych pracownikom, ocenianie personelu. Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- cechy i atrybuty przywódcy
- budowanie komunikacji
- prowadzenie dyskusji
- zarządzanie zespołem
- podstawowe funkcje menedżera
- style liderские oraz motywowanie z perspektywy pracownika
- motywacyjna funkcja rozmów oceniających z uwzględnieniem rozmów na temat wyników
- *coaching*
- delegowanie
- nadzór a kontrola



## *Zarządzanie czasem*

Szkolenie ma pomóc tym wszystkim, którzy nie chcą tracić czasu na rzeczy niepotrzebne. W trakcie szkolenia uczestnicy dowiedzą się jak efektywnie organizować czas swojej pracy zgodnie z naturalnymi predyspozycjami a także jak przeciwdziałać bezproduktywnemu upływowi cennych minut. Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- indywidualne określenie i podział tego co jest ważne i tego co jest pilne (sporządzanie osobistych planów dnia, wykreślanie krzywych obrazujących indywidualną wydolność i sprawność organizmu podczas doby)
- dlaczego nie mamy czasu (próba identyfikacji „złodziei czasu“)?
- złe i dobre nawyki w planowaniu czasem
- cztery generacje zarządzania czasem
- diagnoza czasu, jak skutecznie organizować sobie czas?
- reguła PPP w zarządzaniu czasem
- planowanie czasu w odniesieniu do wyznaczonych celów (planowanie długo i krótkoterminowe)
- przerwa, czy strata czasu?
- czas a asertywność

## *Plan marketingowy*

Program skierowany jest do osób zaangażowanych w planowanie oraz realizację działań marketingowych w przedsiębiorstwie. Pierwszą grupę adresatów szkolenia stanowią kierownicy projektów, kierownicy produktów, marek oraz inni menedżerowie, w tym kadra kierownicza określająca budżety marketingowe.

Drugą grupę stanowią pracownicy komórek marketingu i sprzedaży. Głównym celem zajęć jest przekazanie słuchaczom wiedzy na temat prowadzenia analiz marketingowych i - w oparciu o nie - zasad budowy planów marketingowych. Szczególna uwaga jest poświęcona temu, jak należy łączyć ze sobą różne sfery aktywności marketingowej aby osiągać postawione cele.

Korzyści polegają na zapoznaniu uczestników szkolenia z zasadami i technikami prowadzenia analiz pod kątem budowania planów marketingowych. W warunkach rosnącej konkurencji wiedza ta jest niezwykle użyteczna i przekłada się na podniesienie skuteczności działań marketingowych firmy.

## *Techniki sprzedaży*

Program jest kierowany do wszystkich, którzy zajmują się szeroko pojętą sprzedażą, tj. od terenowych przedstawicieli handlowych reprezentujących różne firmy produkcyjne, handlowe, czy usługowe (banki, towarzystwa ubezpieczeniowe i inne), do pracowników stacjonarnej obsługi klienta. Celem zajęć jest trenowanie umiejętności handlowych. Program wypełniają ćwiczenia praktyczne, których znaczenie jest tutaj szczególnie ważne ze względu na charakter pracy sprzedawców. Szybkie reagowanie na bardzo różne sytuacje klientów wymaga konkretnych umiejętności.



## *Sztuka profesjonalnej prezentacji*

Adresatem szkolenia jest każdy kto w swojej pracy przekazuje innym określone treści, a przekaz ma być zrozumiały, ciekawy i przekonujący. Przykładowi adresaci to: handlowcy, menedżerowie, pracownicy punktów obsługi klienta. Celem zajęć jest zapoznanie uczestników z zasadami i technikami prezentacji mającymi na celu skuteczne przekonywanie do prezentowanych treści oraz kreowanie u odbiorcy pozytywnego wizerunku instytucji i wizerunku własnego. Zasady te służą temu, aby przyciągnąć uwagę odbiorców, wzbudzić w nich zainteresowanie i zrobić dobre wrażenie na odbiorcy. Podstawowe korzyści to uzyskanie nowych umiejętności służących prowadzeniu skutecznej prezentacji.

## *Marketing bezpośredni (tzw. Marketing z baz danych)*

Szkolenie adresowane jest do pracowników działów marketingu, sprzedaży i osób zaangażowanych w praktyczną realizację działalności marketingowej przedsiębiorstwa, a także pracowników zajmujących się technikami bezpośrednimi. Adresatem szkolenia mogą być także kierownicy komórek marketingowych. Celem zajęć jest poznanie praktycznych technik marketingu bezpośredniego. Okazuje się, że w praktyce techniki te są bardzo skuteczne, ale pod warunkiem stosowania się do konkretnych i sprawdzonych zasad.

## *Telemarketing – telefoniczna sprzedaż i obsługa klienta*

Szkolenie skierowane do wszystkich, którzy za pomocą telefonu kontaktują się z klientami i dokonują ich obsługi, udzielają informacji, czy też sprzedają produkty i usługi przedsiębiorstwa. Celem zajęć jest zapoznanie uczestników szkolenia z zasadami funkcjonowania telemarketingu i obsługi telefonicznej klientów. Ważne jest pozyskanie przez uczestników szkolenia odpowiednich umiejętności telemarketingowych po to, aby w praktyce mogli oni szybko i prawidłowo reagować na różne sytuacje i trudności pojawiające się w rozmowach z kontrahentami czy współpracownikami. Korzyści wynikające z tego treningu polegają na podniesieniu jakości pracy wszystkich osób telefonicznie kontaktujących się z otoczeniem zewnętrznym (kontrahenci, media, itd.) i wewnętrznym (współpracownicy, pracownicy innych działów, przełożeni).

## *Sztuka negocjacji*

Podczas szkolenia uczestnicy dowiedzą się jak docierać do prawdziwych interesów motywujących negocjatorów oraz jak radzić sobie z emocjami po obu stronach stołu. Uczestnicy poznają mechanizmy powstawania złudzeń w percepcji i obrony przed nimi, a także obrony przed presją, manipulacją i „wojną psychologiczną”. Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- przykłady strategii w negocjacjach
- praktyczne podejście do negocjacji kooperacyjnych
- aktywne słuchanie i uważna obserwacja kluczem do sukcesu
- komunikacja niewerbalna w negocjacjach
- mechanizmy i złudzenia percepcji
- znajdowanie wspólnych kryteriów oceny rozwiązań negocjacyjnych
- sposoby wychodzenia z trudnych sytuacji podczas negocjacji



- zarządzanie własnymi emocjami i neutralizowanie negatywnych emocji drugiej strony
- strategia postępowania, kiedy druga strona wydaje się silniejsza (technika *BATNA*)
- radzenie sobie z niechęcią drugiej strony do współpracy
- strategia postępowania w przypadku stosowania przez drugą stronę podstępów
- od konfrontacji do kooperacji
- wygrana w negocjacjach
- wygrana i przegrana z perspektywy czasu
- zasady budowania długotrwałych relacji partnerskich

## *Autoprezentacja*

Autoprezentacja to sposób, w jaki każdy człowiek poprzez swoje wypowiedzi, zachowania i sygnały niewerbalne komunikuje na zewnątrz kim jest, albo za kogo chciałby być uważany. W czasie szkolenia uczestnicy dowiedzą się jak pokazać światu kim są i na co ich stać, bez konieczności uciekania się do zachowań „pod publikę”. Szkolenie jest adresowane do osób, które chcą być autentyczne, przekonujące oraz które chcą zaprezentować się w sposób ciekawy i prawdziwy. Na treningu poznacie Państwo również zastosowanie technik autoprezentacyjnych w sytuacjach specyficznych tj. wystąpienia publiczne, rozmowy kwalifikacyjne itp. Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- jak przedstawić swoje mocne strony?
- jak walczyć ze stresem?
- jak nie dać się zbyć?
- czy warto być szczerym
- jak dyplomatycznie odpowiadać na niewygodne pytania?
- jak odczytywać mowę ciała?
- jak doradzać aby nie manipulować innymi?
- autoprezentacja w tzw. sytuacjach ekspozycji publicznej (rozmowy kwalifikacyjne, wystąpienia publiczne, itp.)
- dopasowanie stylu i technik autoprezentacyjnych do grupy odbiorców, sytuacji, oczekiwań, norm
- efekt „rogów i aureolki”, czyli o sile pierwszego wrażenia
- autoprezentacja w zadaniach praktycznych i grach symulacyjnych (spojrzenie z perspektywy aktora i obserwatora)
- samospełniające się proroctwo - czy to naprawdę działa?

## *Efektywna komunikacja interpersonalna – NLP*

Celem szkolenia jest pokazanie jak w sposób interesujący oraz przejrzysty przedstawić swoje poglądy, myśli, przekonania. W czasie treningu pokazane zostaną metody unikania pułapek komunikacyjnych oraz sposoby pokonywania barier komunikacyjnych. Co zrobić, by być postrzeganym jako konkretny i elokwentny rozmówca. Ponadto podczas szkolenia uczestnicy dowiedzą się jak skutecznie za pomocą słów i gestów przekonywać do swoich racji.



Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- jak skutecznie porozumiewać się z ludźmi?
- czym jest aktywne słuchanie?
- typy słuchaczy, jak poradzić sobie z trudnym słuchaczem?
- bariery i błędy komunikacyjne
- rodzaje komunikatów (komunikat krytyczny, opiekuńczy, strukturalny, wspierający)
- komunikacja niewerbalna (świadome zastosowanie mowy ciała, odczytywanie sygnałów płynących od rozmówcy, zachowanie dystansu przestrzennego)
- postawy asertywne a ich wpływ na komunikację
- uwrażliwienie na potrzeby rozmówcy w procesie komunikacji
- rola emocji podczas przekazu interpersonalnego
- słowa kluczowe
- jak przekonać do swoich racji – sztuka prowadzenia sporów
- rodzaje argumentacji

### *Asertywność jako umiejętność wyznaczania osobistych granic*

Asertywność według nauk społecznych to jeden z ważniejszych elementów dojrzałej osobowości każdego człowieka. Powszechne rozumienie tego pojęcia ogranicza się do tego, iż asertywność utożsamiana jest jedynie ze sztuką mówienia „nie”. Ale czy asertywność to tylko sztuka odmawiania? Oczywiście, że jest to błędne stwierdzenie. Pod pojęciem asertywności kryje się bardzo wiele ważnych synonimów, pojęć i haseł. Asertywność to również sztuka wyrażania samego siebie poprzez jasne, stanowcze formułowanie myśli, przekonań i sądów. Asertywność to także obrona przed manipulacją i presją społeczną, a także nic innego jak umiejętność poszanowania drugiego człowieka oraz szansa na przedstawienie swoich wartości. Celem szkolenia jest przekazanie uczestnikom teoretycznych podstaw zachowań asertywnych oraz wypracowanie praktycznych technik walki z manipulacją i presją społeczną. Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- asertywność – zdefiniowanie pojęcia
- postawa asertywna – elementy składowe postaw asertywnych, autodiagnoza poziomu własnej asertywności
- jak kształtować i wzmacniać postawę asertywną?
- czym różni się postawa asertywna od postawy agresywnej?
- asertywność jako broń przed manipulacją?
- asertywność czyli jak mówić „nie” i nie obrażać innych?
- komunikat „ja” – czyli sztuka właściwego wyrażania swoich myśli, opinii i uczuć
- asertywne reagowanie na krytykę
- sposoby łamania asertywności



## *PR wewnątrz organizacji*

PR (*Public Relations*) wewnętrzny buduje identyfikację pracowników z organizacją i jej celami. Jest to podstawa sukcesu i efektywności organizacji. Używanie różnorodnych narzędzi PR'u wewnętrznego umacnia poczucie stabilności organizacji oraz stanowi podstawę do budowania wizerunku organizacji na zewnątrz. Celem szkolenia jest pokazanie uczestnikom jak ważne jest budowanie strategii komunikacji i relacji wewnątrz instytucji. Uczestnicy dowiedzą się jak ułatwiać przepływ komunikatu między pracownikami. Szkolenie pokaże słabe i mocne strony komunikacji wewnątrz organizacji. Wspólnie zostaną wypracowane metody podnoszenia jej skuteczności. Uczestnicy zweryfikują swoją postawę wobec celów instytucji. Szkolenie obejmuje również wyjaśnienie znaczenia budowania relacji międzyludzkich. Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- co oznacza PR
- jakie korzyści płyną z ciągłego podnoszenia jakości komunikacji?
- czym jest misja organizacji?
- jak skutecznie budować relacje wewnątrz organizacji i jakich narzędzi użyć?
- jak ważna jest identyfikacja z organizacją w budowaniu relacji na zewnątrz?

## *Techniki redukcji stresu*

Na szkoleniu uczestnicy dowiedzą się jak powstaje stres oraz jak ten proces powstrzymać. Przykładowy program szkolenia obejmuje:

- czy stres jest zawsze zły – zły i dobry stres
- samoocena stresu – co mnie stresuje
- relacja ciała i umysłu
- techniki redukcji stresu – relaksacja, wizualizacja
- stres jako funkcja własnych oczekiwań
- odpoczynek jako filozofia

## **ZAMÓWIENIA PUBLICZNE**

We współpracy z Forum Edukacyjnym Centrum Zamówień Publicznych, CREDO oferuje zamawiającym i wykonawcom szkolenia z zakresu zamówień publicznych. Poniżej przedstawiamy Państwu przykładowe tematy szkoleń:

### *Jak skutecznie udzielić zamówienia publicznego od pierwszego do ostatniego „kroku”*

#### *Jak przygotować dobrą specyfikację istotnych warunków zamówienia:*

- jak dobrać tryb postępowania,
- jakie określić wymogi formalne dotyczące oferty,
- jakie określić wymogi dotyczące wykonawcy,
- jak opisać przedmiot zamówienia,
- jak określić kryteria oceny ofert i ich wagi (znaczenie procentowe),
- jak opracować istotne postanowienia umowy.



## *Jak przygotować dobrą ofertę:*

- przygotowanie „check-listy” wymogów dotyczących oferty i wykonawcy,
- określenie części specyfikacji istotnych warunków zamówienia wymagających wyjaśnienia,
- przygotowanie wniosku do zamawiającego o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia,
- przygotowanie i złożenie oferty.

## *Audyt specyfikacji istotnych warunków zamówienia*

## *Umowy w zamówieniach publicznych*

## *Środki ochrony prawnej w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego*

## *Organizacja procesu zamówień publicznych*

## *Realizacja zamówienia publicznego*

- instrumenty ochrony zamawiającego (zapewnienie należytego wykonania zamówienia)
- instrumenty ochrony wykonawcy (w szczególności terminowej zapłaty wynagrodzenia)

## **ENCYKLOPEDIA PRAWA**

W ramach bloku szkoleniowego programu „CREDO dla biznesu”, we współpracy z zespołem pracowników naukowych Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego oraz renomowanych kancelarii prawnych, CREDO przygotowało unikatowy program szkoleń adresowany do przedsiębiorców oraz pracowników organów administracji publicznej, a także zakładów i innych jednostek budżetowych pod wspólną nazwą „*Encyklopedia prawa*”.

Głównym celem zajęć jest przekazanie słuchaczom wiedzy na temat systemu prawnego RP oraz Unii Europejskiej, hierarchii źródeł prawa oraz podstawowych instytucji prawa cywilnego, pracy, handlowego, finansowego, bankowego, prawa administracyjnego i prawa zamówień publicznych. Po ukończeniu szkolenia jego uczestnicy rozróżnią będą zaliczkę i zadatek, kredyt i pożyczkę, dzierżawę i najem, spółki osobowe i kapitałowe, protest i skargę. Przekazana im również zostanie wiedza dotycząca sposobów obliczania czasu pracy, urlopów, terminów zawitych, nadzoru instancyjnego w postępowaniu cywilnym i administracyjnym, a także wiele innych informacji niezbędnych w codziennym prowadzeniu działalności gospodarczej oraz wykonywaniu obowiązków przez pracowników administracji publicznej, zakładów i innych jednostek budżetowych.