



Fundacja Rozwoju
Inteligentnych
Specjalizacji



Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta

Numer usługi 2025/04/18/50129/2698263

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 21 h

📅 09.05.2025 do 26.05.2025

4 578,00 PLN brutto

4 578,00 PLN netto

218,00 PLN brutto/h

218,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie „Relacja jako kapitał – nowoczesne podejście do obsługi klienta” jest skierowane do właścicieli i pracowników przedsiębiorstw, którzy mają bezpośredni kontakt z klientem – zarówno w sprzedaży, jak i świadczeniu usług. Odbiorcami szkolenia są osoby, które chcą budować trwałe relacje z klientami, zwiększyć ich lojalność oraz wykorzystać relacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej. Szkolenie jest szczególnie przydatne dla firm działających w sektorze usługowym, handlu lub e-commerce, niezależnie od tego, czy dopiero rozpoczynają działalność, czy chcą usprawnić istniejące procesy obsługi klienta.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	08-05-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	21
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Rozwinięcie kompetencji uczestników w zakresie budowania i utrzymywania wartościowych relacji z klientami, opartych na zaufaniu, empatii i długofalowym zaangażowaniu. Uczestnicy zdobędą wiedzę i umiejętności niezbędne do tworzenia pozytywnych doświadczeń klienta, zarządzania komunikacją w różnych kanałach oraz wykorzystania relacji jako strategicznego zasobu wpływającego na wzrost satysfakcji klientów, ich lojalność i powtarzalność zakupów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje różnice między podejściem transakcyjnym a relacyjnym w obsłudze klienta.	Uczestnik opisuje różnice między relacją jednorazową a długofalową.	Test teoretyczny
	Uczestnik wyjaśnia wpływ podejścia relacyjnego na utrzymanie klienta.	Test teoretyczny
Uczestnik identyfikuje technologie wspierające rozwój relacji z klientami.	Uczestnik wskazuje konkretne narzędzia cyfrowe stosowane w komunikacji i analizie klienta.	Test teoretyczny
	Uczestnik opisuje funkcję jednego z narzędzi w procesie personalizacji kontaktu.	Test teoretyczny
Uczestnik rozpoznaje kluczowe punkty styku klienta z firmą w cyklu doświadczenia zakupowego.	Uczestnik opisuje znaczenie emocjonalnych doświadczeń klienta w procesie zakupowym.	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje zasady relacyjnej komunikacji w środowisku cyfrowym.	Uczestnik rozpoznaje komunikacyjne błędy utrudniające budowanie zaufania.	Test teoretyczny
Uczestnik identyfikuje dane przydatne w analizie relacji z klientami.	Uczestnik wskazuje dane, które można wykorzystać do oceny satysfakcji klienta.	Test teoretyczny
	Uczestnik charakteryzuje sposób analizy danych w celu optymalizacji kontaktu z klientem.	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje znaczenie relacji wewnętrznych w budowaniu zaufania klientów.	Uczestnik opisuje związek między jakością komunikacji w zespole a lojalnością klientów.	Test teoretyczny
	Uczestnik rozpoznaje rolę wartości relacyjnych w kulturze organizacyjnej.	Test teoretyczny
Uczestnik identyfikuje etapy budowy strategii relacyjnej dostosowanej do skali przedsiębiorstwa.	Uczestnik przedstawia plan działań relacyjnych na wybrany okres.	Test teoretyczny
	Uczestnik charakteryzuje ograniczenia i możliwości wdrożenia strategii w firmie.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Wszystkie efekty uczenia się będą wpisane do certyfikatu potwierdzającego uzyskanie kompetencji.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

W certyfikacie będzie wpisane, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Szkolenie prowadzi jedna osoba, a walidację przeprowadza inna osoba, co zapewnia rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. Te informacje również zostaną dodane do certyfikatu.

Program

1. Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej

- Czym jest relacyjność w ujęciu współczesnego zarządzania
- Nowe oczekiwania klientów – personalizacja, elastyczność, partnerstwo
- Rola relacji w przedsiębiorstwie jako źródła trwałej przewagi konkurencyjnej
- Jak budować kapitał relacyjny i mierzyć jego wartość

2. Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami

- Przegląd technologii wspierających relacyjność: CRM, automatyzacja, narzędzia feedbackowe
- Komunikacja z klientem w świecie omnichannel: e-mail, social media, czaty, wideo
- Budowanie relacji za pomocą newsletterów, segmentacji i marketingu kontekstowego
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w personalizacji doświadczeń klienta

3. Projektowanie relacji z klientem

- Mapa podróży klienta (Customer Journey Map) – jak identyfikować punkty kontaktu i relacyjne momenty prawdy
- Projektowanie doświadczeń klienta w oparciu o dane i emocje
- Strategia doświadczeń – drobne interakcje budujące lojalność
- Zasady tworzenia spójnego i relacyjnego ekosystemu kontaktów klienta z firmą

4. Komunikacja zorientowana na klienta

- Komunikacja w środowisku cyfrowym – jak przenieść relacyjność do świata online
- Scenariusze komunikacyjne w różnych kanałach (mail, telefon, social media)
- Zarządzanie trudnymi sytuacjami i odzyskiwanie klienta

5. Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie

- Jakie dane zbierać, by lepiej rozumieć relacje z klientami
- Monitoring satysfakcji i lojalności
- Wykorzystanie danych do podejmowania decyzji relacyjnych

6. Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa

- Jak relacje z klientem zaczynają się od wewnętrznych relacji w firmie

- Wartości relacyjne jako element modelu biznesowego i misji firmy
- Spójność komunikacji zespołu jako klucz do zaufania klientów
- Tworzenie kodeksu relacji – wewnętrznego standardu obsługi klienta

7. Tworzenie strategii relacyjnej

- Jak stworzyć strategię relacyjną dostosowaną do możliwości firmy
- Planowanie relacyjnych działań rocznych, miesięcznych, tygodniowych

8. Walidacja

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: Czym jest relacyjność w ujęciu współczesnego zarządzania	Magdalena Ragin-Moczydłowska	09-05-2025	10:00	10:30	00:30
2 z 25 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: Nowe oczekiwania klientów – personalizacja, elastyczność, partnerstwo	Magdalena Ragin-Moczydłowska	09-05-2025	10:30	11:30	01:00
3 z 25 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: Rola relacji w przedsiębiorstwie jako źródła trwałej przewagi konkurencyjnej	Magdalena Ragin-Moczydłowska	09-05-2025	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 25 Zmiana paradygmatu – od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej: Jak budować kapitał relacyjny i mierzyć jego wartość	Magdalena Ragin-Moczydłowska	09-05-2025	12:00	13:00	01:00
5 z 25 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: Przegląd technologii wspierających relacyjność: CRM, automatyzacja, narzędzia feedbackowe.	Magdalena Ragin-Moczydłowska	09-05-2025	13:00	14:00	01:00
6 z 25 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: Komunikacja z klientem w świecie omnichannel: e-mail, social media, czaty, wideo	Magdalena Ragin-Moczydłowska	09-05-2025	14:00	15:00	01:00
7 z 25 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: Budowanie relacji za pomocą newsletterów, segmentacji i marketingu kontekstowego.	Magdalena Ragin-Moczydłowska	09-05-2025	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 25 Nowoczesne narzędzia budowania relacji z klientami: Wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w personalizacji doświadczeń klienta	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	08:00	09:00	01:00
9 z 25 Projektowanie relacji z klientem: Mapa podróży klienta (Customer Journey Map) – jak identyfikować punkty kontaktu i relacyjne momenty prawdy.	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	09:00	10:00	01:00
10 z 25 Projektowanie relacji z klientem: Projektowanie doświadczeń klienta w oparciu o dane i emocje	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	10:00	10:30	00:30
11 z 25 Projektowanie relacji z klientem: Strategia doświadczeń – drobne interakcje budujące lojalność	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	10:30	11:30	01:00
12 z 25 Projektowanie relacji z klientem: Zasady tworzenia spójnego i relacyjnego ekosystemu kontaktów klienta z firmą	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 25 Komunikacja zorientowana na klienta: Komunikacja w środowisku cyfrowym – jak przenieść relacyjność do świata online	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	12:00	13:00	01:00
14 z 25 Komunikacja zorientowana na klienta: Scenariusze komunikacyjne w różnych kanałach (mail, telefon, social media)	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	13:00	14:00	01:00
15 z 25 Komunikacja zorientowana na klienta: Zarządzanie trudnymi sytuacjami i odzyskiwanie klienta	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	14:00	15:00	01:00
16 z 25 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: Jakie dane zbierać, by lepiej rozumieć relacje z klientami	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	15:00	15:30	00:30
17 z 25 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: Monitoring satysfakcji i lojalności	Magdalena Ragin-Moczydłowska	21-05-2025	15:30	16:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 25 Analityka relacyjna – dane jako źródło wiedzy o kliencie: Wykorzystanie danych do podejmowania decyzji relacyjnych	Magdalena Ragin-Moczydłowska	22-05-2025	08:00	08:30	00:30
19 z 25 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : Jak relacje z klientem zaczynają się od wewnętrznych relacji w firmie	Magdalena Ragin-Moczydłowska	22-05-2025	08:30	09:00	00:30
20 z 25 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : Wartości relacyjne jako element modelu biznesowego i misji firmy	Magdalena Ragin-Moczydłowska	22-05-2025	09:00	09:30	00:30
21 z 25 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : Spójność komunikacji zespołu jako klucz do zaufania klientów	Magdalena Ragin-Moczydłowska	22-05-2025	09:30	10:30	01:00
22 z 25 Relacje w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa : Tworzenie kodeksu relacji – wewnętrznego standardu obsługi klienta	Magdalena Ragin-Moczydłowska	22-05-2025	10:30	11:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
23 z 25 Tworzenie strategii relacyjnej: Jak stworzyć strategię relacyjną dostosowaną do możliwości firmy	Magdalena Ragin-Moczydłowska	22-05-2025	11:30	12:30	01:00
24 z 25 Tworzenie strategii relacyjnej: Planowanie relacyjnych działań rocznych, miesięcznych, tygodniowych	Magdalena Ragin-Moczydłowska	22-05-2025	12:30	14:00	01:30
25 z 25 Walidacja	-	26-05-2025	13:00	14:00	01:00

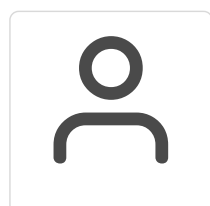
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 578,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 578,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	218,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	218,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Magdalena Ragin-Moczydłowska

Specjalistka HR i rozwoju organizacyjnego z wieloletnim doświadczeniem w pracy na styku marketingu, nowych technologii i zarządzania zespołami kreatywnymi. Od lat prowadzi autorskie szkolenia wewnętrzne z zakresu komunikacji, employer brandingu i analizy danych, projektując programy rozwoju kompetencji cyfrowych dla zespołów marketingowych.

Koordynatorka programu Uniwersytet WeNet i uczestniczka projektów transformacyjnych (m.in. Change Ninja, Product Ninja), w których wdrażała rozwiązania z obszaru HR Tech, usprawniając współpracę międzydziałową i procesy projektowe.

Łączy praktyczną znajomość trendów UX, designu, komunikacji i narzędzi AI z doświadczeniem w facylitowaniu procesów strategicznych. Prowadziła liczne szkolenia dla osób odpowiedzialnych za promocję, rekrutację i budowanie wizerunku, przygotowując je do pracy w realiach cyfrowej transformacji i automatyzacji.

W ciągu ostatnich 5 lat Pani Ragin-Moczydłowska prowadziła szkolenia w tej samej lub pokrewnej tematyce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończonym szkoleniu otrzyma Certyfikat ukończenia szkolenia oraz materiały w formie prezentacji przygotowanej na potrzeby szkolenia.

Informacje dodatkowe

Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie w platformie szkoleniowej.

Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z urządzenia mobilnego z dostępem do Internetu z prędkością przesyłu co najmniej 5MB/s oraz wyposażonego w mikrofon, kamerę i głośnik.

Urządzenie powinno posiadać:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy;
- 2 GB pamięci RAM lub więcej;
- System operacyjny Windows, Mac OS, Linux, ChromeOS, Android, IOS - zalecane najnowsze wersje;

Szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce internetowej. Wymagane jest posiadanie jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera, Safari.

Kody dostępowe do usługi:

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą platformy LiveWebinar – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link. Program umożliwia prezentację ekranu.

<https://livewebinar.com/135-788-738>

W razie problemów technicznych szkolenie zostanie przeniesione na platformę ZOOM.

Link wygaśnie po zakończeniu szkolenia.

Uczestnicy, trener oraz Operator drogą mailową otrzymają dostęp tj. link i hasło przed rozpoczęciem szkolenia

Kontakt



Natallia Paulenka

E-mail paulenka@bosfundacja.pl

Telefon (+48) 536 210 297