



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



## HARMONOGRAM REALIZACJI WSPARCIA

<b>Nazwa beneficjenta</b>	<b>Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii Małopolska Organizacja Turystyczna</b>
<b>Numer projektu</b>	<b>FERS.01.05-IP.08-0452/23</b>
<b>Tytuł projektu</b>	„Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej”
<b>Numer i nazwa zadania</b>	Zadanie 3. Testowanie opracowanego modelu – szkolenia dla 200 os. Prowadzące do nabywania kwalifikacji
<b>Forma wsparcia</b>	Szkolenie: Zarządzanie relacjami z klientem z wykorzystaniem systemu CRM
<b>Prowadzący</b>	mgr Lidia Wiszniewska

DATA	MIEJSCE	GODZINY	ILOŚĆ GODZIN	ILOŚĆ OSÓB
<b>28.03.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	9.00 – 12.00 i 12.15 – 15.30	8 godz. 15 min.	8 os.
<b>11.04.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	9.00 – 12.00 i 12.15 – 15.30	8 godz. 15 min.	8 os.
<b>25.04.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	9.00 – 12.00 i 12.15 – 15.30	8 godz. 15 min.	8 os.
<b>09.05.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 02	9.00 – 12.00 i 12.15 – 15.30	8 godz. 15 min.	8 os.
<b>23.05.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 02	9.00 – 12.00 i 12.15 – 15.30	8 godz. 15 min.	8 os.
<b>06.06.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 02	9.00 – 12.00 i 12.15 – 15.30	8 godz. 15 min.	8 os.



**WYŻSZA SZKOŁA  
TURYSTYKI I EKOLOGII**

**Projekt:**  
„Oferta uczelni dla transformacji  
energetycznej w Małopolsce Zachodniej”  
**Nr projektu:**  
FERS.01.05-IP.08-0452/23  
**Okres realizacji projektu:**  
01.09.2024 – 31.08.2026





Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



## PROGRAM SZKOLENIA

Szkolenie obejmuje swoim zakresem poniższe zagadnienia:

1. Wprowadzenie do systemu CRM
  - a. rola i znaczenie efektywnego zarządzania relacjami z aktualnymi i potencjalnymi klientami;
  - b. definicja, funkcjonalności, korzyści ze stosowania systemu CRM;
  - c. przegląd popularnych systemów CRM i zakresy ich funkcjonalności.
2. Budowanie bazy klientów
  - a. Pozyskiwanie danych klientów
    - a. zasady uzyskiwania i przetwarzania danych pochodzących z różnych źródeł;
    - b. źródła danych adekwatne do typu poszukiwanych danych o klientach;
    - c. metody pozyskiwania danych adekwatne do typu poszukiwanych danych o klientach;
    - d. kanały dotarcia do klienta;
    - e. dostosowanie kanałów dotarcia do klienta do typu klienta oraz rodzaju oferowanego produktu lub usługi.
  - 2) Wprowadzanie i edytowanie dane klientów w systemie CRM
    - a. zakres danych o klientach niezbędnych do realizacji założonych celów sprzedaży;
    - b. konta klientów w systemie CRM;
    - c. wprowadzanie danych klientów do systemu CRM;



WYŻSZA SZKOŁA  
TURYSTYKI I EKOLOGII

**Projekt:**  
„Oferta uczelni dla transformacji  
energetycznej w Małopolsce Zachodniej”  
**Nr projektu:**  
FERS.01.05-IP.08-0452/23  
**Okres realizacji projektu:**  
01.09.2024 – 31.08.2026





- d. segmentacja klientów zgodnie określonymi celami sprzedaży oraz rodzajem oferowanego produktu lub usługi;
  - e. aktualizowanie i uzupełnianie danych klientów.
- 3) Zabezpieczanie danych zgodnie z obowiązującymi przepisami
- a. rodzaje danych;
  - b. zasady przetwarzania danych osobowych wynikające z obowiązujących przepisów prawa;
  - c. zasady i metody zabezpieczania danych przetwarzanych w systemie CRM.
  - d. Prowadzenie procesu obsługi klienta z wykorzystaniem systemu CRM
- 4) projektowanie lejków sprzedaży w systemie CRM;
- a. szczegółowe cele sprzedaży w systemie CRM zgodnie z zasadą SMART;
  - b. planowanie etapów sprzedaży adekwatnie do typu klienta, rodzaju oferowanego produktu i usługi oraz formy sprzedaży;
  - c. etapy sprzedaży w systemie CRM;
  - d. zadania do poszczególnych etapów sprzedaży w systemie CRM;
  - e. harmonogram realizacji zadań w zależności od specyfiki klienta, rodzaju oferowanego produktu i usługi oraz formy sprzedaży.
- 5) Tworzenie oferty w systemie CRM
- a. opracowanie szablonu oferty;
  - b. wprowadzanie do szablonu danych zmiennych w postaci tagów;
  - c. generowanie oferty skierowanej do określonego odbiorcy w oparciu o rekordy bazy danych;





- d. wysyłanie wygenerowanej oferty do adresata;
  - e. rejestrowanie operacji w historii zdarzeń z klientem.
- 6) Monitorowanie przebiegu procesu obsługi klienta w systemie
- a. lista zadań do wykonania w określonym przedziale czasu oraz priorytety dla poszczególnych zadań;
  - b. weryfikacja stopnia realizacji poszczególnych zadań w systemie CRM;
  - c. monitorowanie wartości szans sprzedaży na poszczególnych etapach;
  - d. omawianie odczytanych wartości szans sprzedaży na poszczególnych etapach.
- 7) Zarządzanie szansą sprzedaży w systemie CRM
- a. czynności konieczne do zamknięcia etapu sprzedaży w systemie CRM;
  - b. wartość i etap szansy sprzedaży;
  - c. przeniesienie szansy sprzedaży do kolejnych etapów;
  - d. przypisanie szansy sprzedaży do konkretnego kontrahenta;
  - e. szanse wygrane lub stracone.
- 8) Sporządzanie raportów w systemie CRM
- a. dobór danych do raportu adekwatnie do zadanego zapytania;
  - b. filtrowanie danych według zadanych kryteriów;
  - c. sposoby prezentacji danych w systemie CRM;
  - d. zestawienia i porównania danych;





Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



- e. dobór formy prezentacji danych do celu prezentacji i zakresu danych;
- f. generowanie raportów w systemie CRM według wskazanych kryteriów.



**WYŻSZA SZKOŁA  
TURYSTYKI I EKOLOGII**

**Projekt:**  
„Oferta uczelni dla transformacji  
energetycznej w Małopolsce Zachodniej”  
**Nr projektu:**  
FERS.01.05-IP.08-0452/23  
**Okres realizacji projektu:**  
01.09.2024 – 31.08.2026

