



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Program szkolenia realizowanego w ramach projektu „Akademia kompetencji przyszłości”

| | | |
|---|--|----|
| Tytuł szkolenia | Cyfrowa transformacja procesu sprzedaży: sztuczna inteligencja w świecie sprzedaży | |
| Nazwa kompetencji/kwalifikacji uzyskiwanej po ukończeniu szkolenia | Specjalista w zakresie cyfrowej transformacji procesu sprzedaży i wykorzystania narzędzi Sprzedaży 4.0 | |
| Wymiar godzinowy szkolenia | łącznie, w tym: | 16 |
| | a) w trybie face-to-face | 16 |
| | b) w trybie online | 0 |
| Język szkolenia | | |
| Krótką charakterystyką szkolenia – wskazanie obszaru tematycznego i jego znaczenia | <p>Szkolenie „Cyfrowa transformacja procesu sprzedaży: sztuczna inteligencja w świecie Sprzedaży 4.0” koncentruje się na nowoczesnych metodach i narzędziach wspierających proces sprzedaży w dobie cyfryzacji. Uczestnicy zdobędą wiedzę na temat roli sztucznej inteligencji, analityki danych, systemów CRM oraz automatyzacji procesów sprzedażowych i marketingowych. Warsztaty praktyczne pozwolą na zastosowanie zdobytej wiedzy w analizie danych sprzedażowych, optymalizacji procesów oraz wdrażaniu strategii omnichannel.</p> <p>Znaczenie tematu wynika z dynamicznych zmian zachodzących w obszarze sprzedaży i konieczności dostosowania się do nowych technologii oraz oczekiwań klientów. Firmy wdrażające rozwiązania Sprzedaży 4.0 osiągają przewagę konkurencyjną poprzez lepsze dopasowanie oferty, skuteczniejszą obsługę klientów oraz automatyzację kluczowych procesów. Uczestnicy szkolenia zdobędą praktyczne kompetencje, które pozwolą im efektywnie zarządzać procesem sprzedaży w warunkach cyfrowej transformacji.</p> | |
| Adresaci szkolenia – charakterystyka grup docelowych | Szkolenie jest skierowane do osób, które chcą rozwijać swoje kompetencje w zakresie nowoczesnych metod sprzedaży oraz cyfrowej transformacji procesów biznesowych. Będzie szczególnie wartościowe dla tych, którzy pracują lub planują pracować w obszarach zarządzania sprzedażą, marketingu, analityki biznesowej oraz transformacji cyfrowej. Program szkolenia może być również pomocny dla | |



| | |
|-------------------------|---|
| | przedsiębiorców oraz wszystkich zainteresowanych wdrażaniem nowoczesnych narzędzi wspierających sprzedaż i budowanie relacji z klientami. |
| Cele kształcenia | C1 - Zapoznanie uczestników z pojęciem cyfrowej transformacji i jej wpływem na proces sprzedaży. |
| | C2 - Umiejętność wykorzystywania narzędzi cyfrowych do analizy danych i optymalizacji procesów sprzedażowych. |
| | C3 - Rozwój umiejętności praktycznych w zakresie wdrażania strategii omnichannel i automatyzacji sprzedaży. |
| | C4 - Uświadomienie etycznych wyzwań związanych z cyfryzacją sprzedaży i sposobów ich rozwiązywania. |

Efekty uczenia się dla szkolenia oraz kryteria i metody ich weryfikacji

| Kod efektu dla szkolenia | Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji ¹ osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się | Metody weryfikacji osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się |
|--------------------------|--|--|---|
| Wiedza | | | |
| W1 | Uczestnik zna i rozumie podstawowe koncepcje cyfrowej transformacji oraz ich wpływ na procesy sprzedaży. | Potrafi poprawnie zdefiniować cyfrową transformację oraz jej kluczowe elementy. | Test wiedzy |
| W2 | Uczestnik zna kluczowe narzędzia i technologie wykorzystywane w Sprzedaży 4.0, w tym systemy CRM, BI, AI i automatyzację marketingu. | Wskazuje i omawia przykłady narzędzi cyfrowych wspierających sprzedaż. | Test wiedzy |
| W3 | Uczestnik rozumie rolę sztucznej inteligencji w procesie sprzedaży oraz jej wpływ na optymalizację działań sprzedażowych. | Potrafi wskazać zastosowania AI w sprzedaży i ich wpływ na skuteczność procesu. | Test wiedzy |
| W4 | Uczestnik zna etyczne aspekty cyfryzacji w sprzedaży, w tym zasady ochrony danych klientów i odpowiedzialności za algorytmy AI. | Identyfikuje potencjalne zagrożenia etyczne w cyfrowej sprzedaży i proponuje sposoby ich eliminacji. | Test wiedzy |

¹ „Kryteria weryfikacji to działania, które powinna wykonać osoba w trakcie weryfikacji, aby udowodnić, że ma wymagane efekty uczenia się”.



| Kod efektu dla szkolenia | Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji ¹ osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się | Metody weryfikacji osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się |
|------------------------------|---|--|---|
| Umiejętności | | | |
| U1 | Uczestnik potrafi zastosować narzędzia cyfrowe do analizy danych sprzedażowych i generowania prognoz sprzedaży. | Tworzy raporty i wykresy analityczne na podstawie dostarczonych danych. | Projekt indywidualny |
| U2 | Uczestnik potrafi wdrożyć narzędzia automatyzacji procesów sprzedażowych i marketingowych. | Konfiguruje i testuje podstawowe funkcjonalności narzędzi automatyzacji. | Test wiedzy Projekt indywidualny |
| U3 | Uczestnik potrafi integrować tradycyjne i cyfrowe kanały sprzedaży w strategii omnichannel. | Projektuje schemat integracji kanałów sprzedaży dla wybranego scenariusza. | Projekt indywidualny |
| U4 | Uczestnik potrafi identyfikować i rozwiązywać problemy związane z etyką i prywatnością w cyfrowej sprzedaży. | Analizuje przypadki problemów etycznych i proponuje rozwiązania. | Test wiedzy Projekt indywidualny |
| Kompetencje społeczne | | | |
| K1 | Uczestnik jest gotów do pracy w interdyscyplinarnych zespołach wdrażających cyfrowe rozwiązania w sprzedaży. | Aktywnie uczestniczy w pracy zespołowej i wnosi wartość do grupowych rozwiązań. | Projekt indywidualny |
| K2 | Uczestnik rozumie znaczenie ciągłego kształcenia się i adaptacji do dynamicznych zmian technologicznych. | Potrafi wskazać źródła aktualnej wiedzy o trendach w sprzedaży cyfrowej. | Projekt indywidualny |
| K3 | Uczestnik potrafi podejmować decyzje sprzedażowe w sposób odpowiedzialny i zgodny z zasadami etyki. | Wykazuje umiejętność podejmowania decyzji na podstawie etycznych wytycznych. | Projekt indywidualny |
| K4 | Uczestnik umie komunikować się skutecznie z klientami i partnerami biznesowymi, wykorzystując nowoczesne narzędzia cyfrowe. | Tworzy komunikaty dostosowane do różnych kanałów cyfrowych. | Projekt indywidualny |



Spis omawianych zagadnień

| Kod | Tytuł zagadnienia | Liczba godzin | Realizowane cele kształcenia /kody celów kształcenia/ |
|-----|---|---------------|---|
| Z1 | Wprowadzenie do cyfrowej transformacji w sprzedaży | 2 | C1 |
| Z2 | Narzędzia i technologie Sprzedaży 4.0 | 2 | C1, C2 |
| Z3 | Sztuczna Inteligencja w procesie sprzedaży | 2 | C2, C3 |
| Z4 | Praktyczne warsztaty z zakresu wykorzystania narzędzi cyfrowych | 2 | C2, C3 |
| Z5 | Etyczne aspekty cyfrowej sprzedaży | 2 | C4 |
| Z6 | Integracja tradycyjnej i cyfrowej sprzedaży | 2 | C1, C3 |
| Z7 | Case Studies i analiza przypadków | 2 | C1, C2, C3 |
| Z8 | Warsztaty Sprzedaży 4.0 | 2 | C3, C4 |

Szczegółowy opis omawianych zagadnień

| Kod zag. | Szczegółowy opis zagadnienia | Nabywane efekty uczenia się /kod efektu uczenia się/ |
|----------|--|--|
| Z1 | Definicja i zakres Cyfrowej Transformacji. Historia i ewolucja cyfrowej sprzedaży. | W1, K2 |
| Z2 | Przegląd dostępnych narzędzi i technologii cyfrowych. Wprowadzenie do narzędzi analitycznych i ich roli w cyfrowej sprzedaży. | W2, U1 |
| Z3 | Podstawy sztucznej inteligencji i jej aplikacje w sprzedaży. Przypadki użycia sztucznej inteligencji w sprzedaży. | W3, U2, K3 |
| Z4 | Ćwiczenia z zakresu wykorzystania narzędzi cyfrowych w procesie sprzedaży. Analiza przypadków zastosowania sztucznej inteligencji w rzeczywistych sytuacjach sprzedażowych. | U1, U2, K1 |
| Z5 | Zrozumienie odpowiedzialności wynikającej z cyfryzacji. Wykorzystanie danych klientów w sposób etyczny. | W4, U4, K3 |
| Z6 | Jak łączyć tradycyjne metody sprzedaży z nowymi narzędziami cyfrowymi. Budowanie relacji z klientem w dobie cyfryzacji. | W2, U3, K4 |
| Z7 | Omówienie rzeczywistych przypadków firm, które przeszły cyfrową transformację w dziedzinie sprzedaży. | W3, U1, K1 |
| Z8 | Praktyczne ćwiczenia z zakresu wykorzystania technologii w procesie sprzedaży. | U2, U3, K4 |

Metody nauczania stosowane przy poszczególnych zagadnieniach

Projekt „Akademia kompetencji przyszłości” nr FERS.01.05-IP.08-0530/23 współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Społecznego Plus w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021-2027



| Kod zag. | Omówienie metod nauczania |
|----------|--|
| Z1 | Wykład interaktywny, dyskusja grupowa |
| Z2 | Wykład z prezentacją multimedialną, analiza przypadków |
| Z3 | Praca w grupach, analiza przykładów zastosowania AI |
| Z4 | Ćwiczenia praktyczne z narzędziami BI i CRM |
| Z5 | Studium przypadku, debata etyczna |
| Z6 | Warsztaty, symulacja strategii omnichannel |
| Z7 | Studium przypadku, burza mózgów |
| Z8 | Praktyczne warsztaty sprzedażowe, analiza efektywności |

Wymagania wstępne:

- Podstawowa znajomość procesów sprzedaży i obsługi klienta.
- Ogólne rozeznanie w narzędziach cyfrowych używanych w biznesie (np. CRM, e-commerce, media społecznościowe).
- Chęć poznania nowoczesnych technologii wspierających sprzedaż i gotowość do pracy z narzędziami analitycznymi.
- Brak wymagań technicznych – szkolenie nie wymaga umiejętności programowania ani zaawansowanej wiedzy IT.

Warunki ukończenia szkolenia (czyli zdobycia kompetencji/kwalifikacji):

- Test – Sprawdza wiedzę (W1-W4) oraz częściowo umiejętności analityczne (np. U2, U4).
- Projekt indywidualny – Łączy analizę danych, narzędzia BI, strategię omnichannel oraz elementy etyki sprzedaży.

Projekt będzie obejmował następujące elementy:

- Analiza danych sprzedażowych i przygotowanie raportu BI (U1).
- Dobór technologii sprzedażowych do scenariusza (U2).
- Opracowanie strategii sprzedażowej w modelu omnichannel (U3).
- Uwzględnienie aspektów etycznych w rozwiązaniu (U4, K3).
- Opracowanie komunikacji z klientem w wybranym kanale (K4).

Warunkiem ukończenia szkolenia będzie uzyskanie co najmniej 60% maksymalnej liczby punktów, gdzie końcowa ocena składa się z dwóch elementów: testu wiedzy (50% końcowej oceny) oraz projektu indywidualnego (50% końcowej oceny)

Materiały dydaktyczne, jakie zostaną przekazane uczestnikom szkolenia:

Uczestnicy otrzymają materiały w formie elektronicznej, w tym prezentacje szkoleniowe, zestawienie kluczowych pojęć i narzędzi cyfrowej sprzedaży oraz wybrane case studies ilustrujące zastosowanie nowoczesnych technologii w sprzedaży.



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Certyfikacja:

Uczestnicy otrzymają standardowy certyfikat ukończenia szkolenia.

****** informacje nt. dodatkowych certyfikatów (oprócz standardowego certyfikatu ukończenia szkolenia), o ile ich uzyskanie jest przewidziane programem szkolenia*

Autor programu szkolenia:

mgr. inż. Paweł Farfał