



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Prezentacja projektu:

„Kadry dla turystyki”



Projektodawca: Advance Ewelina Podziomek

Priorytet VIII Regionalne kadry gospodarki

Działanie 8.1 Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie

Poddziałanie 8.1.1 Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw

Nr projektu: POKL.08.01.01-30-042/10

Okres realizacji: 01.01.2011-30.09.2011

CELE PROJEKTU

Realizacja projektu była niezbędna z punktu widzenia niedopasowania zasobów ludzkich do rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim, co wykazały wyniki raportu badawczo-analitycznego opublikowanego przez beneficjenta w I kwartale 2010 r. Jednocześnie wyniki te wykazały duże zainteresowanie, zapotrzebowanie i chęć uczestnictwa pracowników sektora turystycznego w szkoleniach z zakresu sprzedaży i marketingu. Rozwój kompetencji kadr stanowi bardzo ważny element w rozwoju i wzroście konkurencyjności każdej firmy. Dlatego też **celem projektu było przygotowanie kadr z sektora MSP poprzez szkolenia do zwiększenia efektywności prowadzonej sprzedaży produktów i usług w sektorze turystycznym i paraturystycznym.**

Cele szczegółowe projektu objęły:

1. Podniesienie wiedzy uczestników szkoleń z zakresu efektywnego przygotowania oferty produktowej, marketingu i promocji,
2. Podniesienie praktycznych umiejętności handlowych uczestników szkoleń,
3. Zwiększenie zdolności komunikacyjnych uczestników szkoleń.

Założone przez projektodawcę cele uzasadniała również zgodność z założeniami Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Strategii Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku i Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Wielkopolskim.

GRUPA DOCELOWA

Do grupy docelowej projektu zaliczono **przedsiębiorców i pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z woj. wielkopolskiego**, pragnących uzupełnić, poszerzyć lub nabyć nowe kwalifikacje i umiejętności w obszarze promocji i sprzedaży produktów i usług. W celu realizacji polityki horyzontalnej Unii Europejskiej w zakresie równych szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy projektodawca wprowadził założenie dotyczące minimalnej liczby kobiet, która zostanie objęta wsparciem. Łącznie 32 kobiety miały zostać przeszkolone w ramach projektu. Nie wprowadzono ograniczeń dotyczących wykształcenia, miejsca zamieszkania czy też niepełnosprawności uczestników projektu. W szkoleniach brali udział zarówno właściciele i wspólnicy firm,

managerowie, jak i pracownicy pierwszej linii. Wśród uczestników szkoleń znaleźli się mieszkańcy miast i wsi o zróżnicowanym statusie zawodowym.

DZIAŁANIA

Do kluczowych działań podczas realizacji projektu zaliczono: **szkolenia, promocję** oraz **rekrutację**. Działania promocyjne oraz rekrutacyjne prowadzone były od pierwszego miesiąca realizacji projektu i równoległe z realizacją kolejnych szkoleń. Towarzyszył im również bieżący monitoring i ewaluacja, których celem była weryfikacja skuteczności pozostałych działań i stopienia realizacji założonych celów. Przeprowadzona kampania promocyjna zapewniła równy dostęp do projektu pracodawcom i pracownikom określonym jako grupa docelowa. Ponadto, była ukierunkowana na wzrost świadomości pracodawców co do awansu kobiet między innymi poprzez umieszczenie stosownych haseł na ogłoszeniach, ulotkach i broszurach uwzględniających równościową komunikację.

Projekt objął **realizację 9 szkoleń tematycznych** podzielonych na **3 cykle szkoleń**:

CYKL I

- 1.1 *Skuteczny marketing* – 15 marca 2011 r.
- 1.2 *Profesjonalna sprzedaż i obsługa klienta* – 5 kwietnia 2011 r.
- 1.3 *Promocja i tworzenie wizerunku firmy* – 12 kwietnia 2011 r.

CYKL II

- 2.1 *Profesjonalna sprzedaż i obsługa klienta* – 31 maja 2011 r.
- 2.2 *Skuteczny marketing* – 8 czerwca 2011 r.
- 2.3 *Promocja i tworzenie wizerunku firmy* – 14 czerwca 2011 r.

CYKL III

- 3.1 *Profesjonalna sprzedaż i obsługa klienta* – 28 czerwca 2011 r.
- 3.2 *Zarządzanie zespołem* – 5 lipca 2011 r.

3.3 *Profesjonalna sprzedaż i obsługa klienta* – 15 września 2011 r.

Szkolenie **Skuteczny marketing** umożliwiło uczestnikom poznanie podstawowych zasad i metod zarządzania marketingowego, nabycie umiejętności przygotowywania strategii marketingowej (instrumenty marketingu mix) i strategii rozwoju produktu oraz odpowiedniego doboru asortymentu i kształtowania cen produktów i usług. Obejmowało warsztaty z zakresu:

- wyboru instrumentów marketingowych,
- specyfiki marketingu usług,
- struktury i cyklu życia produktu,
- strategii rozwoju produktu,
- produkt mix - decyzji dotyczących asortymentu,
- pozycjonowania oferty rynkowej,
- kształtowania cen produktów i usług.

Szkolenie **Profesjonalna sprzedaż i obsługa klienta** miało na celu przekazanie uczestnikom wiedzy o funkcjonowaniu systemu kanałów sprzedaży - jaką pełnią rolę? jakie decyzje muszą podejmować firmy przy ich projektowaniu? gdzie jest miejsce dla klienta?, jak również wiedzy dotyczącej jakości obsługi poprzez rozpoznawanie potrzeb klienta oraz budowanie z nim trwałych, profesjonalnych relacji. Ponadto, obejmowało praktyczną naukę projektowania kanałów sprzedaży z uwzględnieniem typów i potrzeb klientów poprzez warsztaty z zakresu:

- segmentacji produktu/usługi - pojęcie, kryteria i strategię doboru segmentów,
- strategii sprzedaży - opracowanie oferty dla każdego segmentu, projektowanie procesu sprzedaży,
- klienta w procesie sprzedaży - kim jest? czego pragnie?,
- opracowania strategii dojścia do rynku w powiązaniu z potrzebami klienta,
- typologii klientów - dostosowanie sposobu obsługi do zachowań i oczekiwań klienta,
- komunikacji z klientem - pierwsze wrażenie, sztuka rozmowy, komunikacja werbalna i niewerbalna, techniki pytania i słuchania,
- etykiety biznesowej i savoir vivre w obsłudze klientów kluczowych,
- zarządzania sprzedażą - współczesne wyzwania.

Celem szkolenia **Promocja i tworzenie wizerunku firmy** było wyposażenie uczestników w umiejętności skutecznego promowania produktów i usług, przedstawienie podstawowych zasad

tworzenia i zarządzania wizerunkiem firmy, poznanie zasad budowania i wdrażania strategii Public Relations oraz tworzenia rozpoznawalnych marek. Szkolenie obejmowało warsztaty z zakresu:

- skutecznej promocji produktów i usług,
- instrumentów komunikacji marketingowej,
- podstawowych zasad dotyczących zarządzania wizerunkiem firmy,
- czynników tworzących wizerunek firmy na rynku,
- budowania i skutecznego wdrażania strategii Public Relations,
- Media Relations - kształtowania kontaktów z mediami,
- tworzenia rozpoznawalnych marek.

Szkolenie **Zarządzanie zespołem** umożliwiło uczestnikom nabycie umiejętności budowania efektywnego zespołu, zarządzania pracą zespołu i skutecznego motywowania członków zespołu oraz poznanie sposobów komunikacji w zespole i rozwiązywania konfliktów. W ramach szkolenia odbyły się warsztaty z zakresu:

- sposobów budowania dobrze współpracujących zespołów,
- faz rozwoju zespołu i ról jego członków,
- kierowania pracą w zespole,
- sposobów komunikacji zespołowej,
- skutecznego modelu motywacji pracowników,
- przewodzenia zespołowi,
- rozwiązywania konfliktów w zespole.

Wszystkie 9 szkoleń odbyło się zgodnie z założonym harmonogramem w hotelu***** City Park Residence w Poznaniu przy ul. Wyspiańskiego 26. Każde ze szkoleń trwało **8 godzin szkoleniowych** od 9:00 do 17:00. Szkolenia zrealizowano przy współpracy wysoko wykwalifikowanej kadry trenerskiej posiadającej wieloletnie doświadczenie na stanowiskach managerskich w krajowych i międzynarodowych przedsiębiorstwach. Trenerzy prowadzący zostali wyselekcjonowani w ten sposób, żeby ich specjalizacja odpowiadała obszarom, które obejmowała tematyka konkretnego szkolenia.

Grupa szkoleniowa liczyła **średnio 10 osób**, ale ze względu na zróżnicowane zainteresowanie tematyką poszczególnych szkoleń zorganizowano szkolenia w grupach nieco mniejszych bądź większych niż 10 osób. Projektodawca założył możliwość dowolnego doboru ilości i rodzaju szkoleń przez każdego uczestnika z punktu widzenia jego indywidualnych potrzeb.

Każde ze szkoleń podzielone było na dwie części: **teoretyczną i warsztatową**, w przerwie których uczestnicy zostali zaproszeni na obiad i dwa poczęstunki kawowe. Część pierwsza pozwoliła uczestnikom na poszerzenie ich wiedzy teoretycznej z danego tematu. Część druga - warsztatowa, pomogła natomiast w ukształtowaniu ich praktycznych umiejętności negocjacyjno-handlowych i umożliwiła pełne wykorzystanie wcześniej zdobytej wiedzy. Uczestnicy mieli okazję sprawdzić się w realnych sytuacjach handlowych, dzięki rozwiązywaniu case study i uczestnictwu w grach symulacyjnych.

Każdy z uczestników otrzymał **komplet materiałów szkoleniowych** obejmujących szczegółowe opracowanie realizowanych zajęć. Projektodawca zapewnił również wszelkie niezbędne pomoce biurowe i artykuły potrzebne do realizacji części praktycznej szkoleń.

Uczestnictwo w każdym ze szkoleń poświadczono wydaniem odrębnego **certyfikatu ukończenia szkolenia**, zawierającego szczegółowe informacje dotyczące kwalifikacji jakie zdobyły osoby biorące udział w warsztatach.

ZAŁOŻONE REZULTATY I PRODUKTY

Realizacji celu głównego oraz celów szczegółowych projektu posłużyć miały założone przez projektodawcę twarde i miękkie rezultaty oraz produkty, które obejmowały:

Rezultaty twarde:

- Przeszkolenie 32 kobiet i 22 mężczyzn biorących udział w projekcie (1),
- Zwiększenie wiedzy z zakresu promocji produktu przez 50 uczestników/czek szkoleń (30 kobiet i 20 mężczyzn) (2),

Rezultaty miękkie:

- Zwiększenie zdolności komunikacyjnych przez 52 uczestników/czek szkoleń (31 kobiet i 21 mężczyzn) (3),
- Podniesienie kwalifikacji z zakresu sprzedaży przez 49 uczestników/czek szkoleń (29 kobiet i 20 mężczyzn) (4),

Produkty:

- Wydanie 90 certyfikatów ukończenia szkolenia (5),
- Przygotowanie i rozdanie 90 kompletów materiałów szkoleniowych (6),
- Przeprowadzenie 9 szkoleń w formie wykładów i warsztatów (7).

Na weryfikację stopnia realizacji powyższych rezultatów i produktów pozwoliła analiza przeprowadzanych testów kompetencyjnych podczas rekrutacji i po zakończeniu każdego szkolenia oraz analiza wyników ankiety badania ewaluacyjnego przeprowadzanego na zakończenie każdego szkolenia.

OSIĄGNIĘTE REZULTATY

Jak pokazały wyniki przeprowadzonych testów kompetencyjnych i ankiet ewaluacyjnych, wszystkie założone w projekcie rezultaty zostały ostatecznie w pełni osiągnięte lub znacznie przekroczone:

Twarde rezultaty projektu osiągnięte po trzech cyklach szkoleń

- (1) Przeszkolenie 32 kobiet i 22 mężczyzn biorących udział w projekcie - łącznie w całym projekcie przeszkolono 37 kobiet i 34 mężczyzn, co odpowiada spełnieniu założonego rezultatu w 116% w przypadku kobiet i w 154% w przypadku mężczyzn.
- (2) Zwiększenie wiedzy z zakresu promocji produktu przez 50 uczestników/czek szkoleń (30 kobiet i 20 mężczyzn) - łącznie podczas trzech cykli szkoleń 69 osób podniosło swoją wiedzę z tego zakresu – w tym 36 kobiet, co odpowiada realizacji zakładanego rezultatu na poziomie 120% i 33 mężczyzn, co stanowi 165% realizacji rezultatu.

Miękkie rezultaty projektu osiągnięte po trzech cyklach szkoleń

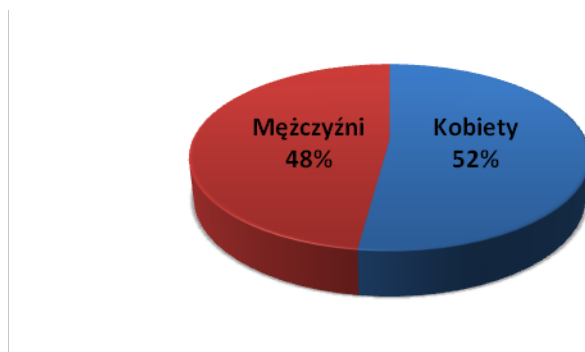
- (3) Zwiększenie zdolności komunikacyjnych przez 52 uczestników/czek szkoleń (31 kobiet i 21 mężczyzn) - po trzech cyklach szkoleń rezultat został osiągnięty w 100% dla kobiet, bowiem 31 kobiet uczestniczących w projekcie odpowiedziało twierdząco. W przypadku mężczyzn rezultat osiągnięto w 162%, ponieważ wszyscy 34 mężczyźni biorący udział w szkoleniach zadeklarowali zwiększenie swoich zdolności komunikacyjnych.
- (4) Podniesienie kwalifikacji z zakresu sprzedaży przez 49 uczestników/czek szkoleń (29 kobiet i 20 mężczyzn) - łącznie 61 uczestników projektu podniosło swoje kwalifikacje z zakresu

sprzedaży – 33 kobiety i 28 mężczyzn. Po trzech edycjach rezultat został osiągnięty odpowiednio w 114% i 140%.

Produkty działań w projekcie

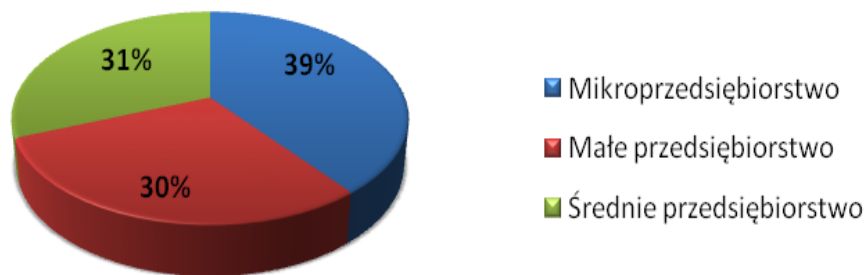
- (5) Wydanie 90 certyfikatów ukończenia szkolenia - 100% uczestników ukończyło szkolenia i otrzymało certyfikat potwierdzający ich uczestnictwo.
- (6) Przygotowanie i rozdanie 90 kompletów materiałów szkoleniowych - 100% uczestników odebrało komplet materiałów szkoleniowych.
- (7) Przeprowadzenie 9 szkoleń w formie wykładów i warsztatów - w ramach projektu odbyły się trzy cykle szkoleń, z czego każdy cykl składał się z 3 szkoleń. Łącznie przeprowadzono 9 szkoleń w ramach projektu.

Podczas realizacji 90 osoboszkoleń przeszkolono 37 kobiet i 34 mężczyzn. Struktura uczestników projektu ze względu na płeć wskazuje, iż projekt służył realizacji polityki horyzontalnej Unii Europejskiej w zakresie równych szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy (wykres 1).



Wykres 1 Struktura osób biorących udział w projekcie wg płci

Zgodnie z założeniem w szkoleniach udział wzięli przedstawiciele firm z sektora MSP. 28 osób uczestniczących w szkoleniach było zatrudnionych w mikroprzedsiębiorstwach, w tym samozatrudnionych. 21 uczestników projektu było pracownikami w małej wielkości przedsiębiorstwach, natomiast pozostałe 22 osoby były zatrudnione w przedsiębiorstwach średnich. Poniższy procentowy rozkład uczestników projektu ze względu na wielkość przedsiębiorstwa, w którym byli zatrudnieni pokazuje, iż projekt służył realizacji polityki horyzontalnej Unii Europejskiej w zakresie podnoszenia konkurencyjności sektora MSP (wykres 2).



Wykres 2 Struktura osób biorących udział w projekcie wg wielkości przedsiębiorstw

OCENA DZIAŁAŃ PROJEKTODAWCY

Wyniki przeprowadzanych na każdym szkoleniu ankiet ewaluacyjnych wykazały, że **pozytywnej oceny** działań projektodawcy dokonało **100% uczestników szkoleń**.

Na ogólną ocenę szkolenia składała się ocena szkolenia wg poszczególnych kryteriów:

1. stopień przydatności przekazywanych na szkoleniu wiadomości,
2. przygotowanie wykładowcy do przeprowadzenia szkolenia,
3. sposób prowadzenia zajęć,
4. zastosowane środki dydaktyczne,
5. jakość materiałów szkoleniowych,
6. przydatność materiałów szkoleniowych,
7. warunki lokalowe,
8. warunki organizacyjne.

Poniżej zaprezentowano średnie oceny (w pięciostopniowej skali, w zaokrągleniu do jednego miejsca po przecinku) każdego z 8 poddanych ocenie kryteriów podczas realizacji trzech cykli szkoleń.

Ocena szkolenia (1-ocena najniższa, 5-ocena najwyższa)		I cykl szkoleń	II cykl szkoleń	III cykl szkoleń	Średnia za kryterium
1	Stopień przydatności przekazywanych na szkoleniu wiadomości	4,4	4,5	4,6	4,5
2	Przygotowanie wykładowcy do przeprowadzenia szkolenia	4,9	5,0	4,9	4,9
3	Sposób prowadzenia szkolenia	4,7	4,9	4,7	4,8
4	Zastosowane środki dydaktyczne	4,4	4,7	4,5	4,5
5	Jakość materiałów szkoleniowych	4,6	4,9	4,7	4,7
6	Przydatność materiałów szkoleniowych	4,2	4,7	4,6	4,5
7	Warunki lokalowe	4,6	4,8	4,8	4,7
8	Warunki organizacyjne	4,7	4,9	4,8	4,8
Średnia ocena szkoleń w cyklu		4,6	4,8	4,7	4,7

Tabela 1 Wyniki oceny szkoleń zrealizowanych w ramach projektu

Prowadzona w trakcie realizacji projektu ewaluacja działań wykazała, iż projektodawca w sposób **skuteczny i adekwatny** do założeń zrealizował wszystkie zakładane celu projektu. Przyczynił się tym samym do podniesienia umiejętności marketingowo-promocyjnych przedsiębiorców i pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw woj. wielkopolskiego, niezbędnych do zwiększania efektywności prowadzonej sprzedaży produktów i usług w sektorze turystycznym i paraturystycznym. Pozytywna ocena działań przez samych uczestników szkoleń dowiodła również **dostosowania założonych celów do potrzeb i wymagań grupy docelowej.**

Spełnione zostały również wszystkie **wymogi formalne**, w tym wytyczne szczegółowe POKL dotyczące **sprawozdawczości i rozliczenia** projektu przed Instytucją Pośredniczącą.