

SPRZEDAŻ

Jak powodować, żeby klient kupował z własnej woli i dobrowolnie zgłaszał się po nasze produkty i usługi
– rzecz o magii wywierania wpływu podczas procesu sprzedaży



STARY DOBRY
TEMAT W NOWEJ
ARANŻACJI,
czyli
w konwencji
skutecznej nauki
przez **śmiech, żart
i zabawę.**



**STARY DOBRY TEMAT
W NOWEJ ARANŻACJI,
czyli
w konwencji skutecznej nauki przez
ŚMIECH, ŻART I ZABAWĘ.**

Jak powodować, żeby klient kupował z własnej woli i dobrowolnie zgłaszał się po nasze produkty i usługi – rzecz o magii wywierania wpływu podczas procesu sprzedaży



Sprzedawanie jest zajęciem dla osób, które nie szanują samych siebie. Człowiek dobrze urodzony, pochodzący z odpowiedniej rodziny i posiadający właściwe koneksje – sprzedaży nie dotknie nawet kijem. Fui!

Lekarz nie musi umieć sprzedawać, bo wystarczy kartka na drzwiach. Dyrektor nie musi, bo ma władzę. Ojciec nie musi, bo po prostu wymusi. Nauczyciel też nie musi, bo wystarczy, że postraszy. Wystarczy, że sprzedawca sprzedaje, bo musi. Musi przynieść pieniądze na pensję. Na pensję dla tych, którzy nie splugawią się i nie poniżą sprzedawaniem.

Ale to na sprzedawcach stoi cały biznes

Każdy... Dosłownie każdy jest sprzedawcą: czy chce, czy nie chce Ale: jesteś sprzedawcą albo złym, albo doskonałym. *Podkreśl właściwe.* Jeśli wybierasz doskonałym, to...

Sprzedawanie ? ! Nigdy w życiu !

Jak tu się przyznać (w Polsce!) do tego, że jestem sprzedawcą? Opinii jest mnóstwo! Oto trzy przykłady. Autentyczne.

„Praca sprzedawcy, który zarabia tylko na prowizji, jest nieuczciwa. Dostaje dwadzieścia procent od ceny, albo i więcej. Gdyby nie taki agent krwiopijca, to klient miałby taniej, a czasy są ciężkie, kryzys. Nie można ograbić rodzin z pieniędzy, i tak już płacimy wysokie podatki...”

„Nawet się nie przyznawaj, że sprzedajesz polisy na życie. Będą cię wytykać palcami! W naszej rodzinie nikt tak nisko nie upadł, żeby zostać domokrążcą! Kto to widział, żeby pukać od drzwi do drzwi i wypchać ludziom oszukańcze produkty. Aż dziw, że cię jeszcze nie zamknęli, razem z tą twoją firmą. Rozmawiałem w urzędzie gminy, poszukują gońca. Na jutro jesteś umówiony...”

„To hańba! Nie ma gorszej roboty, jak wciskanie klientom ciemnoty i robienie im wody z mózgu. Uczymy się technik manipulacyjnych, które powodują, że klient kupi, czy chce, czy nie chce, i otrzeźwieje dopiero w domu. W ten sposób zdobywamy wrogów, którzy nie dość, że nas nienawidzą, to jeszcze pogardzają. Jakby nie było u nas uczciwej pracy, tylko takie upodlenie! Łażenie po domach i skamlanie, to już lepiej żebrać!”

I ja też chyba tak myślałem. Zanim... Zanim nie zostałem agentem sprzedaży, potem kierownikiem zespołu, a wreszcie szefem dużej agencji. Co sprzedawaliśmy? Polisy na życie. Nauki brałem od doświadczonych trenerów i sprzedawców. Dowiedziałem się takich rzeczy, o jakich nie miałem najmniejszego pojęcia.

Że sprzedawanie – to najstarszy zawód świata. Że zawodowy sprzedawca – to specjalista w zakresie budowania relacji, zarządzania relacjami, mistrz komunikacji, negocjacji i wywierania wpływu. Fachowiec od przywództwa, słuchania, kierowania... Wiem też, że każdy człowiek jest sprzedawcą, czy mu się to podoba, czy nie. Tylko jeden będzie sprzedawcą znakomitym, a drugi... fatalnym.

Zapraszamy na warsztaty szkoleniowe. Zdobędziesz nowe umiejętności i udoskonalisz dotychczasowe...

tel.(48) 32 738 51 91

e-mail: szkolenia@eck-prestige.pl

P R E S T I G E

EUROPEJSKIE CENTRUM KSZTAŁCENIA

www.eck-prestige.pl

PROGRAM SZKOLENIA

Warsztaty umiejętności składają się
z sesji szkoleniowej i sesji coachingowej



SESJA I

Ćwiczenie integracyjne grupy

Określenie indywidualnych celów szkolenia. Natychmiastowe przeformułowanie programu szkolenia w taki sposób, aby każdy z Uczestników osiągnął swój cel

Podział uczestników na zespoły problemowe

Zadanie zespołowe główne. Referowanie, dyskusja panelowa

WPŁYW - indywidualne określenie, na kogo i kiedy mamy wpływ
Zdecydowanie, w jaki sposób wywiera się wpływ na innych

1. Klasyczny trójkąt handlowy



Czy sprzedawca ma wpływ na klienta, czy nie ma?
Na co sprzedawca ma rzeczywisty wpływ?
Co należy uczynić, aby ten wpływ zaakceptować i wzmocnić?

2. Cechy profesjonalnego sprzedawcy

wiedza branżowa,
wiedza sprzedażowa,
image sprzedawcy

wizerunek
sprzedawcy

Sprzedaż

Praktyczna definicja
sprzedaży

Kompatybilność „sprzedawania”
z „kupowaniem”

3. Zdefiniowanie pojęcia przywództwa w sprzedaży

definicja przywództwa; cechy przywódcy; poziomy przywództwa

charyzma w sprzedaży; budowanie relacji sprzedażowych

4. Komunikowanie interpersonalne



definicja komunikacji

komunikowanie werbalne,
parawerbalne,
niewerbalne; rzeczowe
i emocjonalne

„mowa ciała”

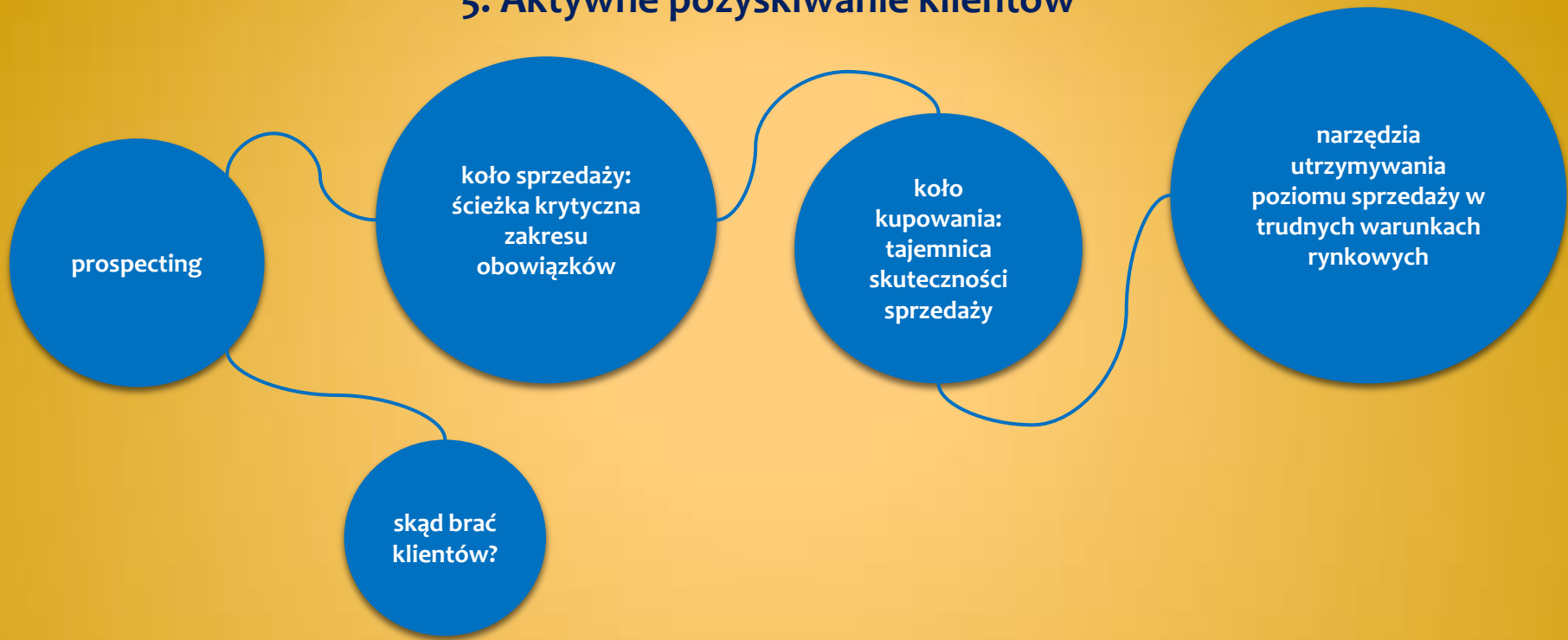
prawa perswazji

narzędzia skutecznej
komunikacji

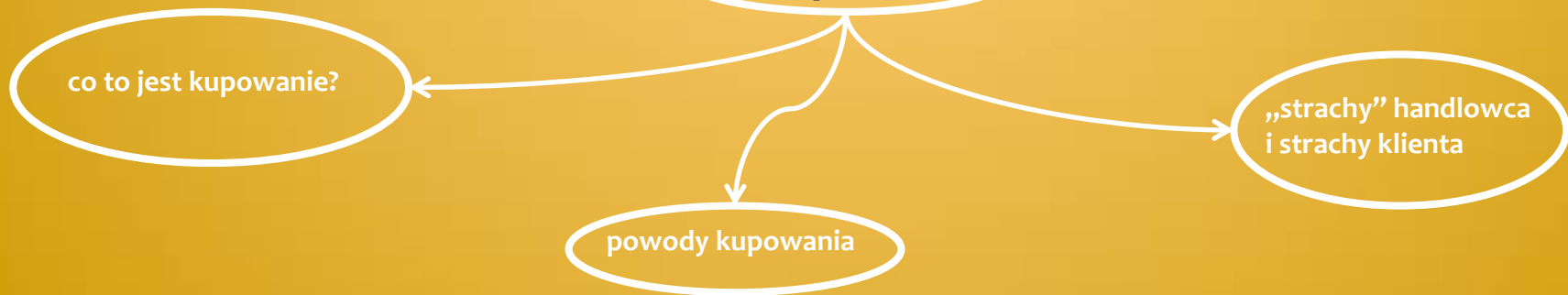
okno Johari – trudne
zachowania – narzędzia
asertywnego zachowania
w relacjach z klientami

udrażnianie kanałów
przepływu informacji
pomiędzy sprzedawcą
a klientem

5. Aktywne pozyskiwanie klientów



6. Kupowanie



7. Charakterystyka klientów mojej Firmy

typy i oczekiwania klientów

typy osobowości klientów

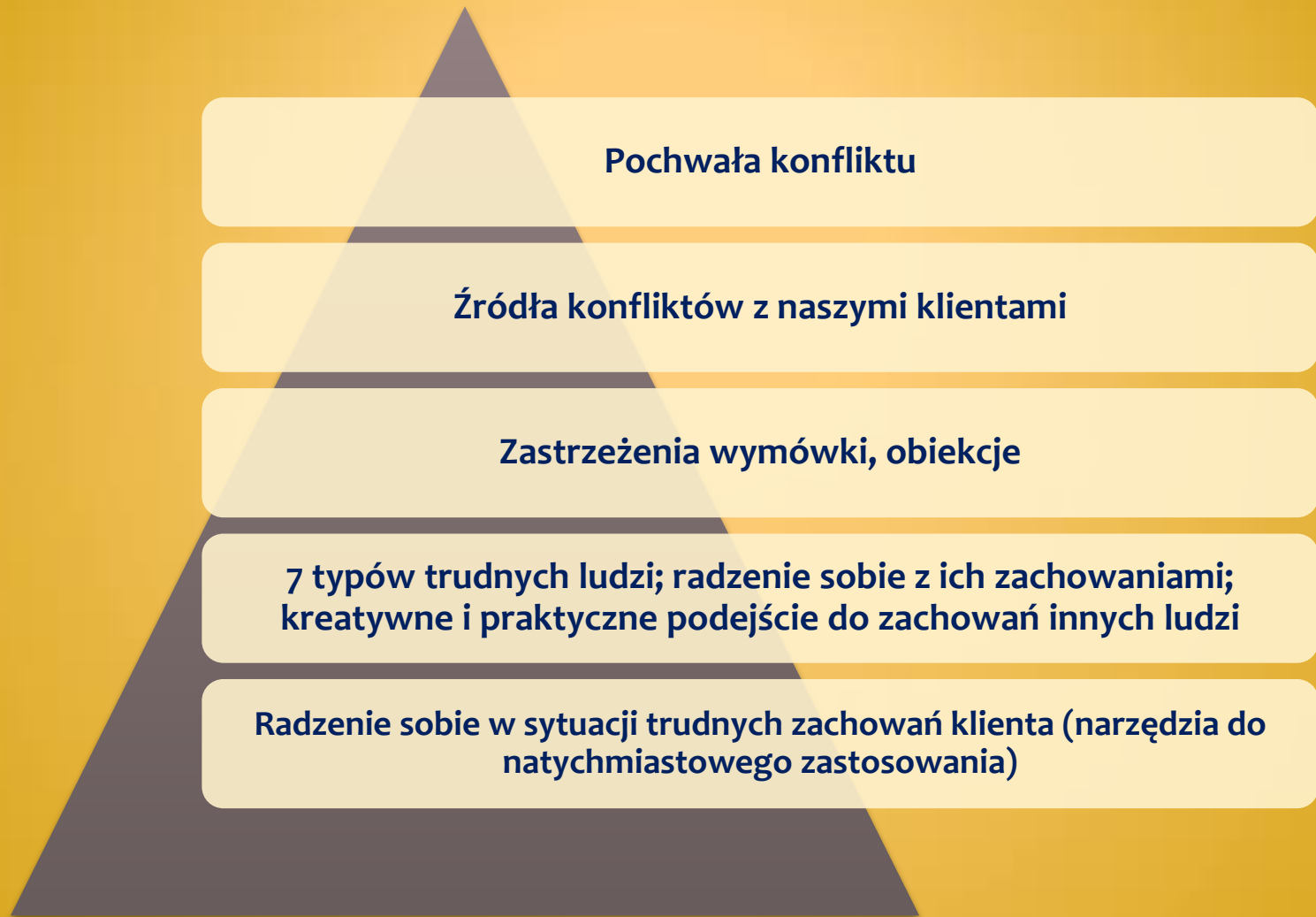
potrzeby i korzyści

8. Telefon – narzędzie pracy Handlowca

zasady prowadzenia rozmów handlowych przez telefon; obsługa klienta; budowanie rynku; umawianie spotkań handlowych

zasady indywidualnych ćwiczeń, prowadzących do wysokiej sprawności w umawianiu spotkań handlowych przez telefon;

9. Elementy zarządzania konfliktem



Zadanie do wykonania w ramach nauki własnej do II sesji.

SESJA II

Ćwiczenie integracyjne grupy
Prowadzenie rozmów handlowych: coaching

Podsumowanie warsztatów szkoleniowych.
Opracowanie własnej mapy drogowej.

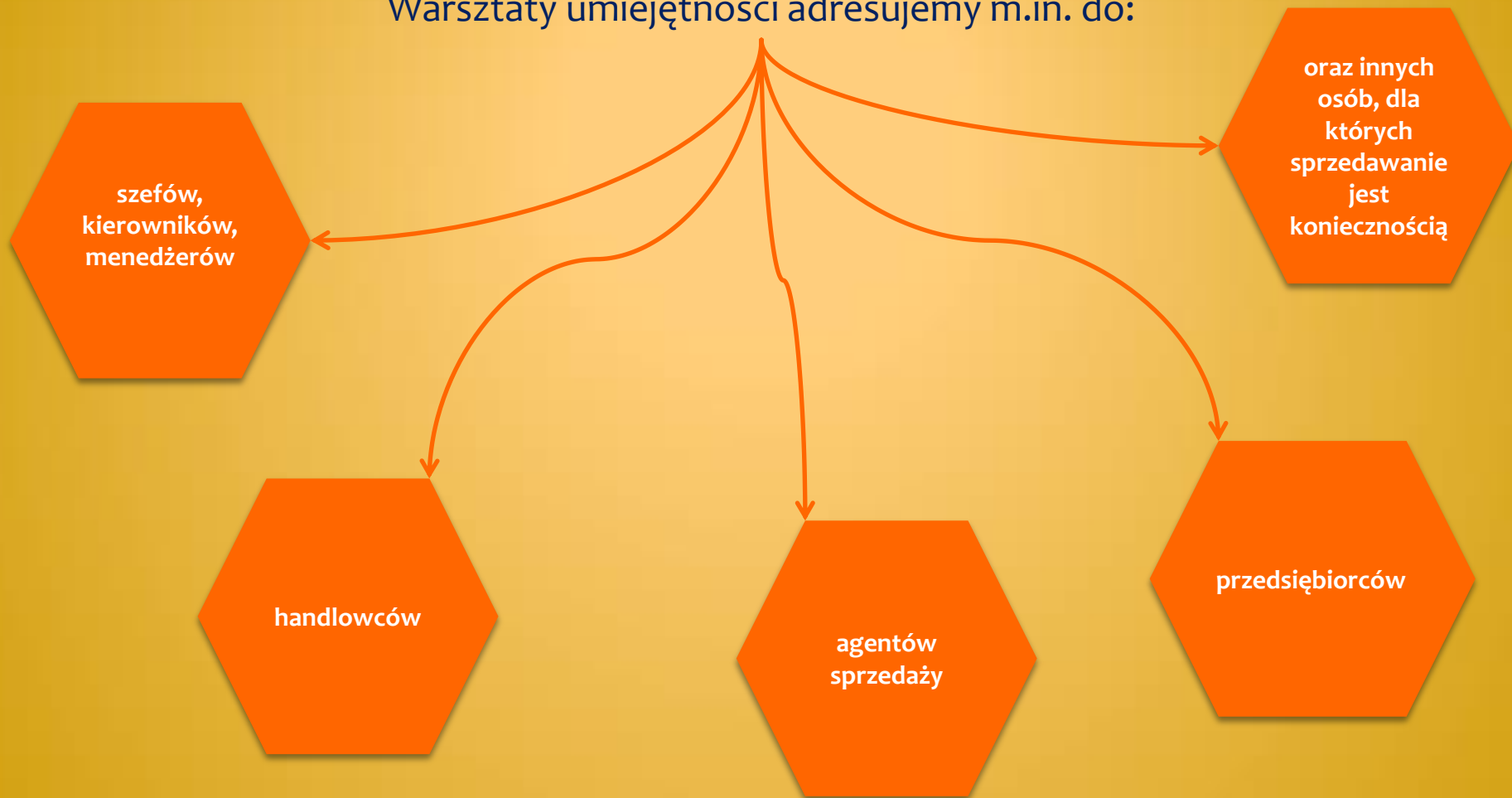


**10. Podsumowanie szkolenia.
Pytania, odpowiedzi, konsultacje
Wręczenie certyfikatów .**



Do kogo adresujemy warsztaty umiejętności z psychologii i technik sprzedaży?

Warsztaty umiejętności adresujemy m.in. do:



Cele tego szkolenia:



- Określenie poziomu umiejętności szczegółowych na dzień dzisiejszy
- Określenie docelowych kompetencji sprzedażowych (umiejętności)
- Wskazanie narzędzi, technik i metod osiągnięcia odpowiedniego poziomu umiejętności w zakresie sprzedaży
- Wdrażanie narzędzi treningowych
- Minimalizację konfliktów, wynikających z nieporozumień z klientem
- Wypracowanie i doskonalenie szczegółowych **umiejętności**, związanych ze sprzedawaniem
- Kształtowanie właściwych **postaw** wobec samego siebie i ludzi, z którymi pracujemy
- Zwiększenie **odwagi** i **asertywności** w relacjach z ludźmi
- Pogłębienie **wiedzy**, związanej z tematem głównym szkolenia
- Nauka sposobów godnego i nie raniącego odnoszenia się do innych
- Ćwiczenia **umiejętności** praktycznego reagowania w sytuacji trudnych i konfliktowych zachowań innych ludzi
- Kreatywna praca nad kształtowaniem osobistej **charyzmy** handlowca
- Przekonanie siebie, że **poczucie humoru** zwielokrotnia skuteczność w zarządzaniu relacjami międzyludzkimi
- Poznanie i praktyczne zastosowanie wybranych technik z zakresu sprzedawania, negocjacji, perswazji
- Zidentyfikowanie własnych **mocnych stron** i określenie kierunków ich wzmocnienia
- Refleksja nad własnymi **kompetencjami** i znalezienie sposobów ich doskonalenia

Cechy tego szkolenia:

- inne, niestandardowe podejście do rozwoju umiejętności swobodna atmosfera, rezygnacja z koszarowej dyscypliny i przyzwolenie na różnorodność zachowań
- uczestnicy mają wpływ na ostateczny program szkolenia i przebieg zajęć
- uczestnicy są współautorami tego przedsięwzięcia (trener zaś – liderem i moderatorem, a nie najmądrzejszym nadzorcą)
- obniżenie poziomu stresu poprzez doskonalenie „narzędzi” porozumiewania się
- osiągamy wysoki poziom szkolenia i zadowolenia uczestników
- budujemy wysokie Poczucie Własnej Wartości uczestników i dobre samopoczucie



Metody pracy:

Podstawowa metoda – **coaching prowokatywny** to m.in.:

- * uczestnicy uczą się śmiać ze swoich problemów,
- * samodzielnie znajdują rozwiązania,

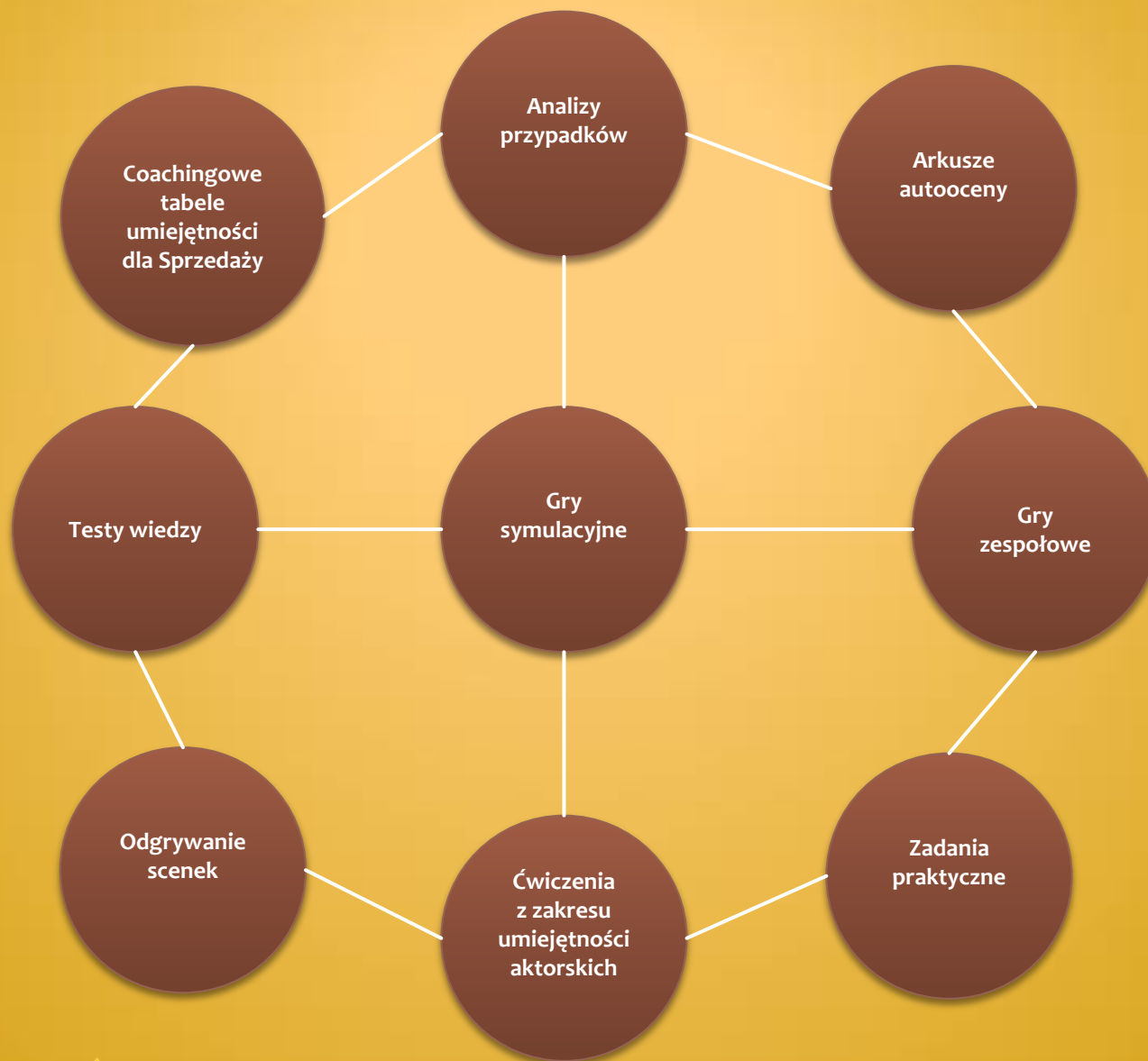
- * są bardziej asertywni i realistyczni,
- * pracują nad zmianą.

To bardzo skuteczna metoda pracy z ludźmi, oparta na humorze, prowokacji (wyzwania) oraz życzliwości, ciepłe i akceptacji.

Trenerzy są coachami prowokatywnymi.

- Ćwiczenia praktyczne
- Doskonalenie praktycznych umiejętności
- **Refleksje Uczestników nad własną pracą i zachowaniami**
- Wykłady (mini) w zależności od potrzeb
- **Zadania zespołowe, indywidualne**
- Prezentacje wyników prac szkoleniowych
- **Dyskusje**
- Coaching indywidualny (trener osobisty) - jako osobne zadanie
- **On-line kontakt z trenerem przez określony czas – jako osobne zadanie po szkoleniu**
- Swoboda w wygłaszaniu ocen i opinii
- **Absolutny zakaz i brak krytykowania oraz wygłaszania negatywnych opinii**
- Wymiana doświadczeń
- **Wspólne tworzenie atmosfery silnej motywacji**
- Metoda relacyjna – proces pozytywnego budowania relacji w gronie osób w sali szkoleniowej
- **Metoda coachingowa (skupienie się na analizie umiejętności, czynności i zachowań oraz szukanie sposobów doskonalenia się)**
- Przywódczy styl prowadzenia warsztatów szkoleniowych (budowanie atmosfery szacunku, tolerancji, ciekawości, rozbudzania zainteresowań)

Narzędzia szkoleniowe, stosowane w warsztatach:



KORZYŚCI ZE SZKOLENIA:

✓ Opracowanie i przygotowanie programu szkoleniowego w oparciu o analizę aktualnego stanu kompetencji pracowników oraz określenie celów szkolenia

✓ Zdecydowanie, do jakiego poziomu kompetencji powinno doprowadzić szkolenie

✓ Nacisk na rozwój umiejętności (czynności, zachowań) pracowników na stanowisku pracy (rozwój umiejętności podnosi wartość pracownika)

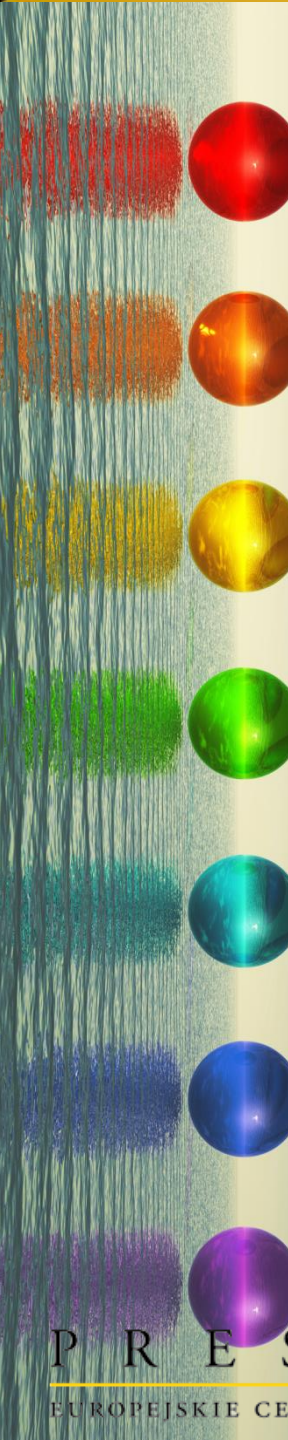
✓ Na trudnym, współczesnym rynku towarów, produktów i usług największym problemem wydaje się ich zbywalność; kierunkiem poprawy tego stanu rzeczy jest zwiększenie skuteczności kadry zarządzającej w zakresie motywacji i przywództwa oraz pracowników z działów sprzedaży, obsługi klienta i budowania rynku. Warsztaty umiejętności, a następnie coaching wewnątrzfirmowy są dobrym rozwiązaniem.

✓ Z wieloletniej praktyki szkoleniowej wysnuwamy wniosek, że w zakresie budowania relacji interpersonalnych i zarządzania tymi relacjami problemem bywa niskie poczucie własnej wartości pracowników na różnych szczeblach, charakteryzujące się agresywnym, pasywnym lub manipulacyjnym stylem porozumiewania się. Zauważamy niską lub bardzo niską asertywność. Dla handlowca i sprzedawcy są to problemy dużego kalibru.

✓ Ogromny nacisk kładziemy na techniki coachingu prowokatywnego. Nieprawdą jest bowiem, że każdy problem szkoleniowy, a więc dotyczący Uczestników, musi być rozpatrywany w poważnym skupieniu. O wiele skuteczniej działa się w atmosferze swobody i dobrej zabawy.

✓ Firma, aby odnosić sukcesy rynkowe, przekształca się w organizację uczącą się. Wdraża szeroko rozumiany coaching – od samego szczytu organizacji w dół. Gotowi jesteśmy w tym pomóc.

✓ Kładziemy nacisk na praktyczne umiejętności radzenia sobie z trudnymi zachowaniami własnymi i innych ludzi; osoby, które posiadają wysokie kompetencje w tym zakresie, są znacznie bardziej skuteczne w zarządzaniu relacjami

- 
- ✓ Nie ulega wątpliwości, że przywódczy styl budowania relacji jest oczekiwany i wysoko punktowany przez pracowników, współpracowników i klientów.
 - ✓ Znaczna część klientów, porzucających swoje firmy, czyni to ze względu na złą jakość obsługi. Klientem jest też podwładny. Dobrze przygotowane szkolenia wzmocnione coachingiem potrafią temu zaradzić.
 - ✓ Inwestycja w szkolenie jest wysoko ocenianym sposobem motywacji pracowników.
 - ✓ Budowanie i ugruntowanie wysokiego poczucia własnej wartości
 - ✓ Dobra zabawa
 - ✓ Kształtowanie właściwych postaw wobec siebie i otaczających ludzi
 - ✓ Każdy Uczestnik szkolenia jest traktowany indywidualnie i z szacunkiem
 - ✓ Zapewniamy Uczestnikom bezpieczeństwo i komfort psychiczny; zajęcia prowadzone wyłącznie w sposób motywujący; nie używamy krytyki ani negatywnej oceny.
 - ✓ Poznanie i rozwój umiejętności (czynności, zachowań), prowadzących do profesjonalnego budowania relacji interpersonalnych i zarządzania tymi relacjami
 - ✓ Opanowanie podstawowej wiedzy, niezbędnej do efektywnego wykonywania pracy
 - ✓ Rozwój osobistych umiejętności interpersonalnych, wykorzystywanych szczególnie w warunkach konfliktowych
 - ✓ Swobodna atmosfera i humor
 - ✓ Skuteczne osiaganie indywidualnych celów szkoleniowych
 - ✓ Otrzymanie dyplomu lub zaświadczenia
 - ✓ Biorąc udział w naszym szkoleniu, identyfikujesz swoje mocne strony i znajdujesz sposób ich wzmocnienia.

**Szkolenie prowadzi aż
2 doświadczonych trenerów**

TRENER ANDRZEJ



Urodziłem się w podkrakowskiej miejscowości Gdańsk. Data mojego urodzenia jest poufna zgodnie z wymogami GIODO. Inne dane też.

Zaraz po urodzeniu zorganizowałem pierwsze szkolenie dla personelu medycznego kliniki. Aparat mowy i inne moje aparaty nie działały jeszcze poprawnie, zatem w moim imieniu zajęcia prowadził profesor doktor docent habilitowany magister inżynier.

Potem poszło już łatwo. Przeszedłem różne poziomy szkolnictwa, na żadnym z nich nie zdobywając opinii prymusa. Ale może i dobrze, bowiem było to szkolnictwo jeszcze z „tamtych czasów”, więc fatalne. Mogę zatem być dumny, bo złe wyniki w tamtych szkołach stały się potwierdzeniem mojego wysokiego intelektu, czy jak on się nazywa.

Mam różne tytuły. Przede wszystkim tytuły prasowe i książkowe, bo wbrew przeciwnościom nauczyłem się pisać. I czytać, oczywiście.

Największe osiągnięcia miałem w kabarecie, który w subtelny sposób opiniował różne sprawy, w tym – raz – naszego szefa. Ten raz przyspieszył moja karierę. Celem pozbycia się mojej osoby awansowano mnie systematycznie i ozdabiano orderami.

Mam skłonności autokratyczne i nieco sadystyczne, dlatego zawód trenera biznesu jest dla mnie w sam raz. Mogę z pasją rozwijać swoje pasje. Dzięki różnym kolejom (m.in. losu) dowiedziałem się, jak być. Więc jestem. Oświadczam to z zadowoleniem.

TRENERKA BARBARA

Jestem blondynką. Ten niezaprzeczalny fakt zdeterminował moje życie. Mam ustabilizowane poglądy, które są słuszne, więc nie podlegają zmianom ani wahaniom.

Urodziłam się, rozejrzałam i stwierdziłam, że miejsce mojego logowania się do rzeczywistości nie za bardzo mi odpowiada. Był to mianowicie Wrocław. Czekali już na mnie moi młodszy i starsi bracia i siostry. Przez wiele lat wspieraliśmy się we wzajemnej walce o jeden elementarz Falskiego.

Ten elementarz w zupełności wystarczył mi do edukacji i rozwoju, które na starcie zostały solidnie ukształtowane.

Bardzo lubię ludzi, którzy mnie lubią. Pozwalam im na wygłaszanie odważnych poglądów: ja i tak mam własne. Jako szefowa dużej struktury sprzedaży trzymałam żelazną dyscyplinę, a moi handlowcy zostali skoszarowani na trzy lata. Były to tak zwane stacjonarne studia handlowe. Płatne, oczywiście.

Posiadam różne zaświadczenia, dyplomy i odznaczenia. Najważniejsze wśród nich są zaświadczenia o szczepieniach. Mogę zatem spotykać się z ludźmi w różnych warunkach, więc wybrałam ekstremalne. Podczas warsztatów szkoleniowych.

Lubię mówić, bo mam wiele do powiedzenia. Bardziej lubię słuchać, bo wtedy pracują inni. Nawet, jeśli mówią od rzeczy. To moja pasja, niestety.



Programy pokrewne, które prowadzimy i przygotujemy na zamówienie:

Psychologia i techniki sprzedaży – dla początkujących

Radzenie sobie z trudnymi zachowaniami klientów

Sprzedaż produktów finansowych i ubezpieczeniowych (polis na życie i innych)

Aktywne zdobywanie klientów wraz z budowaniem listy adresowej (internet)

Szkolenie dla uczestników systemów MLM

Prowadzenie skutecznych rozmów handlowych

30 skutecznych technik negocjacyjnych

Jak sprzedawać wszystko, każdemu i o każdej porze – rzecz o najwyższych kwalifikacjach sprzedażowych, przynoszących doskonałe zarobki

Albo inne tematy, które Cię interesują

PRESTIGE

EUROPEJSKIE CENTRUM KSZTAŁCENIA

ROK ZAŁOŻENIA 2004

WIELOLETNIE DOŚWIADCZENIE W REALIZACJI SZKOLEŃ DLA FIRM I PRZEDSIĘBIORSTW



WYBRANE SZKOLENIA NA ZLECENIE ZORGANIZOWANE przez PRESTIGE Europejskie Centrum Kształcenia

LOGISTYKA I MAGAZYNOWANIE

- ▶ Gospodarka magazynowa w łańcuchu logistycznym
- ▶ Zarządzanie zapasami
- ▶ Inwentaryzacja w magazynach
- ▶ Beer Game
- ▶ Informatyka w procesach logistycznych
- ▶ Metody redukcji kosztów zakupu
- ▶ Prawidłowa gospodarka paletowa

IKEA
PKN Orlen
Imperial Tobacco Polska S.A.
TRW Polska Sp. z o.o.
Schneider Electric Energy Poland Sp. z o.o.
Volvo Polska Sp. z o.o.
ZPC Otmuchów S.A.



PRAWO CELNE, TRANSPORT, SPEDYCJA

- ▶ Aktualne zmiany w prawie celnym *Przykładowe tematy*
- ▶ Reguły INCOTERMS 2010
- ▶ System INTRASTAT
- ▶ Mocowanie ładunków
- ▶ Reklamacje w transporcie
- ▶ Czas pracy kierowców
- ▶ Odpowiedzialność przewoźnika za szkody w towarze
- ▶ Międzynarodowa spedycja i transport

IKEA Hanim S.A.
Hager Polo Produkcja Sp. z o.o.
PKN Orlen
Górnośląskie Przedsiębiorstwa Wodociągów S.A.
DHL Express (Poland) Sp. z o.o.
Volvo Polska Sp. z o.o.
PROSEAT Sp. z o.o.

ZARZĄDZANIE PRODUKCJĄ I ZESPOŁEM PRODUKCYJNYM

- ▶ Lean Manufacturing
- ▶ System 5S
- ▶ SMED – skrócenie czasu przebrojeń
- ▶ Skuteczny brygadzysta, mistrz, lider - rozwijanie kompetencji menadżerskich

BREMBO Sp. z o.o.
Gillette Poland International Sp. z o.o.
Rockwell Automation Sp. z o.o.
Stadler Polska Sp. z o.o.
TI Poland Sp. z o.o.



Przykładowe tematy

SPRZEDAŻ I MARKETING

Przykładowe tematy:

- ▶ Skuteczne techniki sprzedaży
- ▶ Profesjonalna obsługa klienta
- ▶ Telemarketing
- ▶ Strategie marketingowe. Wprowadzenie nowego produktu na rynek
- ▶ Miękką windykacja
- ▶ Strategia funkcjonowania firmy

Enke-Werk KG
Interplast Sp. z o.o.
KABE Sp. z o.o.
Konsorcjum Ochrony Kopalń Sp. z o.o.
Multistal & Lohmann Sp. z o.o.
SPS Handel S.A.

ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI

BREMBO Sp. z o.o. Schneider Electric Energy Poland Sp. z o.o.



OBŚLUGA PROGRAMÓW MS OFFICE

ARiMR PKE S.A. Elektrownia Łaziska



ZARZĄDZANIE PRODUKCJĄ I ZESPOŁEM PRODUKCYJNYM

- ▶ Szkolenia energetyczne: G1, G2 i G3
- ▶ Obsługa suwnic z poziomą roboczych
- ▶ Obsługa wózków jezdniowych
- ▶ Obsługa zawiesi hakowych

EuRoPol GAZ S.A.
Delfo Polska S.A.
Brinkman Polska Sp. z o.o.
Kopex Electric Systems S.A.
Trane Polska Sp. z o.o.

Przykładowe tematy

Zamów szkolenie profilowane "in company" w formule maksymalnie dopasowanej do specyfiki Waszej organizacji i otoczenia biznesowego.

Niesie to za sobą szereg korzyści:

- dowolny wybór tematyki z jakiej Państwo pragniecie zorganizować szkolenie
- termin i miejsce zajęć ustalany wspólnie z Państwem
- dokładna analiza potrzeb szkoleniowych
- program "szyty na miarę" uwzględniający wszystkie Państwa potrzeby i upodobania
- uczestnicy pracują na realnych przykładach ze swojego życia zawodowego („business case”)
- materiały szkoleniowe oraz sposób prowadzenia zajęć dostosowane do specyfiki i Państwa wymagań



- uczestnicy szkolenia zamkniętego otrzymują rozwiązania konkretnych problemów działalności przedsiębiorstwa/firmy
- przekazana wiedza jest możliwa do natychmiastowego wykorzystania a również wspiera realizację celów biznesowych przedsiębiorstwa
- wykładowcy/trenerzy szkoleń "in company" to wybrani specjalnie dla Państwa spośród wielu najlepsi eksperci, PRAKTYCY!
- dodatkowe korzyści to integracja pracowników, poprawa komunikacji w firmie i jakości współpracy ludzi w codziennej pracy oraz wymiana doświadczeń i uczenie się uczestników od siebie nawzajem . Wymiana najlepszych praktyk sprzyja wysokiej efektywności procesu uczenia się i doskonalenia umiejętności.

Dziękujemy Państwu za uwagę



PRESTIGE
EUROPEJSKIE CENTRUM KSZTAŁCENIA
Rok założenia 2004

Specjalistyczne szkolenia,
projekty rozwojowe
i doradztwo



Zobacz naszą
wizytówkę, zeskanuj kod
QR za pomocą kamery
swojego telefonu!



www.eck-prestige.pl

(32) 738 51 90

(32) 738 51 91

szkolenia@eck-prestige.pl

office@eck-prestige.pl