Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego pn. „**Przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia z obszaru rozwoju kompetencji sprzedażowych dla uczestników pilotażowego programu „Best Innovators PW**”, sygn. CINN-ZP04/2024

**Załącznik nr 1 „Opis Przedmiotu Zamówienia”**

1. Przedmiotem zamówienia jest: przygotowanie i przeprowadzenie szkoleń z obszaru rozwoju kompetencji sprzedażowych uczestników pilotażowego programu ,,Best Innovators PW” wraz z zapewnieniem odpowiednich materiałów szkoleniowych i certyfikatów, badaniem predyspozycji sprzedażowych i przygotowaniem na ich podstawie raportów indywidualnych i raportu zbiorowego, przeprowadzeniem konsultacji sprzedażowych oraz warsztatu sprzedażowego dla pracowników Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej wraz z zapewnieniem materiałów szkoleniowych i certyfikatów. Szkolenie i warsztat sprzedażowy musi opierać się na metodzie sprzedażowej ukierunkowanej w stronę doradztwa i konsultacji z klientem, dostosowanych do sprzedaży technologii i innych produktów będących wynikiem prac badawczych prowadzonych na Politechnice Warszawskiej. Metoda musi być skoncentrowana na skutecznej i dokładnej diagnozie potrzeb klienta, właściwego doboru produktu/rozwiązania technologicznego, właściwej selekcji klientów oraz uczyć techniki negatywnego odwracania w celu skutecznej finalizacji sprzedaży. Ważnym założeniem szkolenia jest odniesienie efektywności sprzedaży tak, aby sprzedający nie musieli poświęcać dużo czasu na nieudanych próbach sprzedaży.

2.Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia został podzielony na cztery zakresy:

**Zakres I - Przygotowanie i przeprowadzenie szkoleń z obszaru rozwoju kompetencji sprzedażowych dla uczestników pilotażowego programu ,,Best Innovators PW” wraz z zapewnieniem odpowiednich materiałów szkoleniowych i certyfikatów, zgodnie z programem przygotowanym przez Politechnikę Warszawską.**

1. **Przeprowadzenie szkoleń z obszaru rozwoju kompetencji sprzedażowych dla uczestników pilotażowego programu ,,Best Innovators PW” wraz z zapewnieniem materiałów szkoleniowych i certyfikatów**
2. Szkolenie będzie miało formę stacjonarną. Miejscem szkolenia będzie Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej ul. Rektorska 4, 00-614 Warszawa.
3. Treść merytoryczna szkolenia i materiałów szkoleniowych musi korespondować z zagadnieniami oraz oczekiwanymi efektami przedstawionymi w tabeli poniżej. Zakres szkolenia oraz materiałów szkoleniowych musi być zgodny z programem PW, który zostanie dostarczony Wykonawcy do 7 dni od daty podpisania umowy.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr** | **Obszar** | **Forma** | **Ilość uczest-ników** | **Zagadnienia** | **Przewidziane efekty** |
| **1.** | **Proces sprzedażowy** | 2-dniowe szkolenia | min. 15 osób, max. 30 osób | Elementy procesu sprzedażowego, identyfikowanie potrzeb konsumenckich, wycena oferty, budowanie marki, proces decyzyjny. | Uczestnik będzie posiadał wiedzę dot. procesu sprzedażowego. Będzie potrafił wyszczególnić jego elementy oraz zdobędzie wiedzę jak nimi zarządzać. |
| **2.** | **Komunikacja w sprzedaży** | 2-dniowe szkolenia | min. 15 osób, max. 30 osób | Nawiązywanie relacji z klientem, pozyskiwanie klientów, budowanie marki osobistej w biznesie, kontraktowanie w procesie sprzedaży, networking, organizacja wydarzeń. | Uczestnik będzie wiedział w jaki sposób pozyskać kontakty biznesowe, jak inicjować spotkania i podtrzymywać relacje biznesowe. Zdobędzie wiedzę z zakresu organizacji wydarzeń i eventów wspierających proces komercjalizacji. |
| **3.** | **Negocjacje** | 2-dniowe szkolenia | min. 15 osób, max. 30 osób | Techniki negocjacyjne, ośrodki decyzyjne, sposób prezentacji oferty. | Uczestnik będzie potrafił przeprowadzić negocjacje oraz przekonać klienta do zakupu. Zdobędzie wiedze z zakresu technik negocjacyjnych |

1. Szkolenie będzie realizowane w ramach pilotażowego programu ,,Best Innovators PW”, który jest elementem przewidzianym w programie ,,Inicjatywa Doskonałości- Uczelnia Badawcza”.
2. Głównym celem ww. aktywności jest podniesienie kompetencji uczestników w zakresie komercjalizacji technologii, dlatego program szkolenia musi odnosić się bezpośrednio do sprzedaży technologii (patenty, licencje etc.).
3. Uczestnikami szkolenia będą brokerzy innowacji (pracownicy PW, doktoranci PW, pracownicy spółek z udziałem PW), którzy zostali zakwalifikowani do programu.
4. Potrzeba szkoleniowa wynika z konieczności operacjonalizacji transferu technologii na uczelni. Ze względu na to, że przyszli sprzedający (uczestnicy szkolenia) są pracownikami lub doktorantami Politechniki Warszawskiej. Są to osoby cechujące się doświadczeniem i wiedzą specjalistyczną dotyczącą sprzedawanych produktów. Produkty, które będą sprzedawane przez uczestników szkolenia nie są produktami standardowymi, gdyż często będą miały za zadanie: zwiększyć efektywność produkcji w konkretnym przedsiębiorstwie, zoperacjonalizować i zoptymalizować produkcję, rozwiązać specyficzny problem technologiczny. W związku z tym, metoda sprzedażowa omawiana na szkoleniu musi być metodą ukierunkowaną w stronę doradztwa i konsultacji z klientem, gdyż produkt będzie musiał być spersonalizowany i odpowiadać na potrzeby klienta. W przypadku transferu technologii i jej sprzedaży, musi być ona oparta na szczegółowej diagnozie potrzeb klienta, identyfikacji jego problemów, ustaleniu oczekiwań, klasyfikacji klientów oraz uczyć techniki negatywnego odwracania w celu skutecznej finalizacji sprzedaży. Ważnym założeniem szkolenia jest odniesienie efektywności sprzedaży tak, aby sprzedający nie musieli poświęcać dużo czasu na nieudanych próbach sprzedaży.
5. Szkolenia odbędą się w trzech dwudniowych cyklach.
6. Dzień szkolenia powinien trwać 8 godzin (zegarowych) z przerwami (łączny czas przerw nie powinien przekroczyć 1,5 godziny zegarowej).
7. Zamawiający planuje przeprowadzenie szkoleń w okresie 5 miesięcy od dnia podpisania umowy. Dokładny termin szkoleń zostanie uzgodniony z Wykonawcą, w trybie przewidzianym umową.
8. W każdym cyklu będzie brała udział grupa , która składać się będzie z min. 15 do max. 30 brokerów innowacji.
9. Wykonawca zapewnia materiały szkoleniowe dla wyżej wymienionej grupy, które korespondują z treścią merytoryczną szkolenia i będą stanowić wsparcie w utrwalaniu wiedzy.
10. Wykonawca zapewnia uczestnikom szkolenia certyfikaty potwierdzające udział w szkoleniu.
11. Certyfikaty muszą spełniać następujące kryteria:

- forma: papierowa,

-treść musi zawierać: nazwę szkolenia, organizatora szkolenia/nazwę firmy prowadzącej szkolenie, imię i nazwisko uczestnika, datę wystawienia, podpis szkoleniowca.

n) Zamawiający zapewnia zaplecze techniczne (sala konferencyjna, sprzęt).

o) Zapłata będzie zrealizowana za realną ilość uczestników szkolenia ostateczna liczba uczestników zostanie potwierdzona 7 dni przed rozpoczęciem szkolenia.

p) Zamawiający nie dopuszcza dzielenia uczestników szkolenia na mniejsze grupy.

**Zakres II - badanie predyspozycji sprzedażowych i przygotowaniem na ich podstawie raportów indywidualnych i raportu zbiorowego.**

1. Badanie predyspozycji sprzedażowych będzie skierowane do wybranych min. 5 i max 15 uczestników warsztatów, o których mowa w zakresie I i zakresie III.
2. Celem badania jest ocena umiejętności sprzedażowych badanych oraz identyfikacja obszarów, które powinny zostać doskonalone przez badanego.
3. Badanie musi być przeprowadzone za pomocą standaryzowanej metody lub narzędzi pozwalających zdiagnozować kompetencje osoby badanej.
4. Na podstawie badań, każdy z uczestników powinien otrzymać raport z indywidualnym wynikiem.
5. Zamawiający oczekuje dostarczenia raportu zbiorowego, który byłby podsumowaniem raportów indywidualnych, dostarczającego informacji o kompetencjach całej grupy.
6. Raporty mogą mieć formę cyfrową lub papierową.
7. Zapłata będzie zrealizowana za realną ilość uczestników, którzy zostaną poddani badaniu. Ostateczna liczba uczestników zostanie potwierdzona 7 dni przed rozpoczęciem badania.

**Zakres III** - **Przeprowadzenie konsultacji sprzedażowych dla pracowników Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej**

1. Konsultacje będą dedykowane pracownikom Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej.
2. Konsultacje mogą mieć formę stacjonarną w siedzibie Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej przy ulicy Rektorskiej 4 lub on-line poprzez platformę MS Teams.
3. Konsultacje zostaną przeprowadzone w trakcie trwania umowy. Dokładny termin konsultacji zostanie uzgodniony z Wykonawcą, w trybie przewidzianym umową.
4. Zakres merytoryczny konsultacji powinien odnosić się do studiów przypadku dostarczonych przez Zamawiającego.
5. Zamawiający dostarczy Wykonawcy 6 studiów przypadku, które powinny stanowić przedmiot konsultacji.
6. Zaangażowania Wykonawcy na poziomie 4 godziny (zegarowe) na studium przypadku, łączna ilość godzin konsultacji: 24 godziny zegarowe.

**Zakres IV** - **Przeprowadzenie warsztatu sprzedażowego dla pracowników Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej wraz z zapewnieniem materiałów szkoleniowych i certyfikatów.**

1. Warsztat będzie dedykowany min. 5 i max.15-osobowej grupie pracowników Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej.
2. Warsztat będzie miał formułę jednodniową tj. 8 godzin (zegarowych) z przerwami (łączny czas przerw nie powinien przekroczyć 1,5 godziny zegarowej).
3. Warsztat będzie miał formę stacjonarną. Miejscem warsztatu będzie Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej ul. Rektorska 4, 00-614 Warszawa.
4. Treść merytoryczna szkolenia musi korespondować z poniższymi zagadnieniami oraz oczekiwanymi efektami:

* Zakres merytoryczny musi obejmować:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr** | **Zagadnienia** | **Oczekiwane efekty** |
| 1. | Wprowadzenie do procesu sprzedażowego | Uczestnik warsztatów ma wiedzę dotyczącą elementów procesu sprzedażowego, potrafi świadomie zaplanować proces i sprawnie zarządzać każdym z jego elementów. |
| 2. | Budżetowanie | Uczestnik potrafi oszacować wartość i przygotować budżet przedsięwzięcia. |
| 3. | Kontraktowanie | Uczestnik potrafi skutecznie zakończyć proces sprzedażowy i przygotować kontrakt. |

1. Warsztat będzie realizowany w ramach pilotażowego programu ,,Best Innovators PW”, który jest elementem przewidzianym w programie ,,Inicjatywa Doskonałości- Uczelnia Badawcza”.
2. Głównym celem ww. aktywności jest podniesienie kompetencji uczestników w zakresie komercjalizacji technologii. Dlatego program szkolenia musi odnosić się bezpośrednio do sprzedaży technologii (patenty, licencje etc.).
3. Potrzeba szkoleniowa wynika z konieczności operacjonalizacji transferu technologii na uczelni. Ze względu na to, że przyszli sprzedający (uczestnicy warsztatów) są pracownikami Centrum Innowacji Politechniki Warszawskiej. Są to osoby cechujące się doświadczeniem i wiedzą specjalistyczną dotyczącą sprzedawanych produktów. Produkty, które będą sprzedawana przez uczestników warsztatów nie są produktami standardowymi, gdyż często będą miały za zadanie: zwiększyć efektywność produkcji w konkretnym przedsiębiorstwie, zoperacjonalizować i zoptymalizować produkcję, rozwiązać specyficzny problem technologiczny etc. W związku z tym, metoda sprzedażowa omawiana na warsztatach musi być metodą ukierunkowaną w stronę doradztwa i konsultacji z klientem, gdyż produkt często będzie musiał być spersonalizowany i odpowiadać na konkretne potrzeby klienta. W przypadku transferu technologii i jej sprzedaży, musi być ona oparta na szczegółowej diagnozie potrzeb klienta, identyfikacji jego problemów, ustaleniu oczekiwań, klasyfikacji klientów oraz uczyć techniki negatywnego odwracania w celu skutecznej finalizacji sprzedaży. Ważnym założeniem warsztatu jest podniesienie efektywności sprzedaży tak, aby sprzedający nie musieli poświęcać dużo czasu na nieudanych próbach sprzedaży.
4. Zamawiający planuje przeprowadzenie warsztatu w okresie 5 miesięcy od dnia podpisania umowy Dokładny termin warsztatu zostanie uzgodniony z Wykonawcą, w trybie przewidzianym umową.
5. Wykonawca zapewnia materiały szkoleniowe dla wyżej wymienionej grupy, które korespondują z treścią merytoryczną szkolenia i będą stanowić wsparcie w utrwalaniu wiedzy.
6. Zagadnienie 1. Ujęte w powyższym zakresie merytorycznym zostanie przeprowadzone w języku angielskim.
7. Wykonawca zapewnia uczestnikom szkolenia (max. 15 osób) certyfikaty potwierdzające udział w szkoleniu.
8. Certyfikaty muszą spełniać następujące kryteria:

- forma: papierowa

-treść musi zawierać: nazwę szkolenia, organizatora szkolenia/nazwę firmy prowadzącej szkolenie, imię i nazwisko uczestnika, datę wystawienia, podpis szkoleniowca

1. Zamawiający zapewnia zaplecze techniczne (sala konferencyjna, sprzęt).
2. Zapłata będzie zrealizowana za realną ilość uczestników warsztatu.
3. Ostateczna liczba uczestników zostanie potwierdzona 7 dni przed rozpoczęciem warsztatu.