



## Kompendium handlowca

Numer usługi 2024/05/15/7392/2150347

2 900,00 PLN brutto

2 900,00 PLN netto

90,63 PLN brutto/h

90,63 PLN netto/h

Zakład

Doskonalenia

Zawodowego



📍 Poznań / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 02.09.2024 do 13.09.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Sprzedaż
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menedżerowie sprzedaży</li><li>• Przedstawiciele handlowi, handlowcy, doradcy klienta, specjaliści ds. sprzedaży</li><li>• Osoby kontaktujące się z klientem bezpośrednio i/lub przez telefon</li><li>• Konsultanci ds. sprzedaży</li><li>• Osoby powiązane z handelem i sprzedażą</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	15
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	01-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	32
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Uczestnik zostanie przygotowany do wykorzystania narzędzi oraz odpowiednich technik sprzedażowych oraz negocjacyjnych w celu prowadzenia skutecznej sprzedaży. Dodatkowo usługa przygotowuje do prawidłowej identyfikacji

klienta oraz komunikowania się z nim, a także do opracowywania strategii negocjacyjnych oraz sprzedażowych. Narzędziami w sprzedaży są np.: budowanie korzystnej relacji, komunikacja werbalna  
Technikami w sprzedaży są np.: negocjacja, badanie oczekiwań i możliwości klienta

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Potrafi efektywnie planować czas pracy, rozumiejąc znaczenie priorytetów i elastycznie dostosowując się do zmieniających się warunków.	Tworzy jasny plan działania.	Wywiad swobodny
	Wykazuje efektywność w działaniu czasu.	Wywiad swobodny
Identyfikuje potencjalnych klientów, analizuje rynek, korzystając z dostępnych danych i potrzeb klienta.	Analizuje dane rynkowe i określa profil idealnego klienta.	Wywiad swobodny
	Planuje działania poszukiwawcze na podstawie zidentyfikowanych profili klientów.	Wywiad swobodny
Buduje efektywne strategie prospectingu, ustala metody kontaktu i komunikacji.	Argumentuje wybór metod kontaktu i komunikacji z potencjalnymi klientami, analizując ich skuteczność.	Wywiad swobodny
	Określa kluczowe techniki poszukiwania klientów i otwierania rozmów.	Wywiad swobodny
Opisuje etapy procesu sprzedaży, przedstawiając kolejne kroki od nawiązania kontaktu z klientem po finalizację transakcji, oraz charakteryzuje różne techniki sprzedaży stosowane na każdym etapie.	Analizuje poszczególne etapy procesu sprzedaży, określając kluczowe działania i techniki sprzedażowe.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór konkretnych technik sprzedaży na poszczególnych etapach, oceniając ich skuteczność i zastosowanie w praktyce.	Wywiad swobodny
Buduje strategie zamykania sprzedaży, opracowuje plan działania na końcowych etapach procesu sprzedaży, który uwzględnia techniki finalizacji transakcji.	Planuje kroki prowadzące do zamknięcia sprzedaży, określając odpowiednie momenty i techniki finalizacji transakcji.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór konkretnej techniki zamykania sprzedaży, ocenia jej dopasowanie do danej sytuacji i danego klienta.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje strategie radzenia sobie z trudnym klientem, opracowuje plan działania uwzględniający odpowiednie techniki komunikacyjne i negocjacyjne.	Planuje kroki prowadzące do rozwiązania konfliktów i poprawy relacji z klientem, określając odpowiednie techniki komunikacyjne.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór strategii radzenia sobie z trudnym klientem, analizując ich skuteczność w różnych sytuacjach.	Wywiad swobodny
Inicjuje odpowiedni moment na zakończenie spotkania handlowego. Charakteryzuje dynamikę rozmowy oraz sygnały ze strony klienta.	Opracowuje działania prowadzące do efektywnego zakończenia spotkania, uwzględniając dynamikę rozmowy.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór strategii zamykania spotkania, analizuje ich skuteczność w różnych sytuacjach.	Wywiad swobodny

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

**Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?**

Zaświadczenie potwierdzające uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się.

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

Zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

Zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

## Program

Ramowy program usługi

Pokaż program

Uczestnik szkolenia zdobywa niezbędne narzędzia w zakresie: rodzajów sprzedaży, etapów sprzedaży, poznaje techniki do klasyfikacji typów klientów.

Poznaje narzędzia z zakresu komunikacji z klientem oraz identyfikacji klienta. Nabywa umiejętności technik strategii negocjacyjnych oraz

sprzedażowych. Otrzymuje narzędzia, które pozwalają na właściwą postawę sprzedawcy w kontaktach biznesowych.

#### 1. Organizacja pracy własnej - 3h

- określenie celów i metod pracy własnej
- kontrolowanie i monitorowanie efektów swojej pracy
- planowanie spotkań na obszarze działań sprzedażowych
- ustalanie priorytetów i sposobów pracy pod presją czasu i terminów
- radzenie sobie ze stresem i trudnymi sytuacjami z zakresu sprzedaży

#### 2. Prospecting, czyli poszukiwanie Klientów - organizacja pracy Handlowca - 3h

- czym są referencje?
- rodzaje referencji
- skąd, jak i od kogo brać rekomendacje?
- kiedy klienci polecają nas innym?
- najlepsze okazje do uzyskania rekomendacji
- określenie profilu klienta
- metody pozyskiwania referencji
- potencjalni klienci - wybór najskuteczniejszych źródeł

#### 3. Przygotowanie do rozmowy z klientem -3h

- telefon - instrument nawiązywania kontaktu i budowania relacji z klientem
- czynniki wpływające na sukces podczas rozmowy telefonicznej
- zebranie wstępnych informacji
- planowanie efektów sprzedażowych
- przygotowanie schematu rozmowy

#### 4. Identyfikacja klienta - 2h

- psychologiczne typy klienta oraz sposoby rozpoznawania ich
- "dostrajanie się" do określonego typu klienta w rozmowie handlowej
- typy osobowości klienta
- model preferencji klienta

#### 5. Techniki sprzedaży - proces sprzedaży - 3h

- zasady sprzedaży
- otwarcie rozmowy
- diagnoza potrzeb klienta
- prezentacja oferty
- wyjaśnianie obiekcji
- czynności administracyjne
- pożegnanie klienta
- obsługa posprzedażowa

#### 6. Nawiązanie pierwszego kontaktu z klientem - otwarcie rozmowy - 4h

- efekt Pigmaliona - tworzenie pierwszego wrażenia i kierowanie się tym wrażeniem
- autoprezentacja - tworzenie pierwszego wrażenia
- przedstawiciel handlowy jako reprezentant firmy - techniki wzbudzania zaufania i budowania wiarygodności
- aspekt wizualny - wygląd i ubiór
- nastawienie i motywacja
- technika ingracji - jak wywierać pozytywny wpływ na klienta
- "warsztat handlowca" - podstawowe umiejętności niezbędne w rozmowie z klientem (formułowanie wypowiedzi, aktywne słuchanie, znaczenie różnorodności pytań, parafrazowanie, klaryfikowanie, podsumowanie wypowiedzi)
- wyposażenie, atrybuty i profesjonalizm w pracy
- standardy pracy i standardy etyczne
- kreowanie pozytywnej opinii klienta o firmie
- techniki i metody budowania lojalności klienta

#### 7. Rozpoznanie potrzeb klienta - 4h

- merytoryczne, psychologiczne i proceduralne potrzeby klientów
- metaprogramy

- techniki zadawania pytań
- parafraza
- podsumowania i klaryfikacja
- unikanie błędów w komunikacji z klientem

#### 8. Prezentacja produktów, usług i "wartości dodanej" firmy - 3h

- argumenty sprzedażowe
- treść i struktura prezentacji
- techniki wzbudzania pozytywnego nastawienia i motywacji do sprzedaży
- techniki wywierania wpływu
- zachowanie, które są cenione przez klientów
- rozwijanie umiejętności argumentacji - argumenty merytoryczne i psychologiczne
- warsztat praktyczny

#### 9. Zamykanie sprzedaży - kiedy finalizować sprzedaż? - 4h

- rola sygnałów niewerbalnych
- techniki zamykania sprzedaży

#### 10. Budowanie długofalowych relacji z klientem - 4h

- metody budowania wiarygodności
- etapy budowania relacji
- sztuka ustępowania oraz korzyści z budowania relacji

#### 11. "Trudny klient" i trudne sytuacje sprzedażowe - sposoby i techniki postępowania - 3h

- jak poradzić sobie z tzw. trudnym klientem?
- asertywne techniki radzenia sobie z trudnymi sytuacjami
- technika POPO

#### 12. Zakończenie spotkania z klientem - 4h

- techniki zamykania spotkania
- jak pokonać opór klienta?
- rozpoznawanie werbalnych i niewerbalnych sygnałów kupna
- procedury i ceremoniał zakończenia spotkania
- wyznaczenie kolejnej daty spotkania

#### 13. Egzamin

Usługa szkoleniowa realizowana jest w godzinach dydaktycznych. W ramach każdego zajęcia przewidziana jest jedna przerwa 10-minutowa.

Egzamin realizowany jest w godzinach zegarowych - 2h.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<div style="background-color: #e00000; color: white; padding: 2px; display: inline-block;">1 z 13</div> Organizacja pracy własnej	Krzysztof Kraszkiewicz	02-09-2024	08:00	10:15	02:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>2 z 13</b> Prospecting, czyli poszukiwanie Klientów - organizacja pracy Handlowca	Krzysztof Kraszkiewicz	02-09-2024	10:15	12:30	02:15
<b>3 z 13</b> Przygotowanie do rozmowy z klientem	Krzysztof Kraszkiewicz	02-09-2024	12:30	14:45	02:15
<b>4 z 13</b> Identyfikacja klienta	Jarosław Manelski	02-09-2024	14:45	16:15	01:30
<b>5 z 13</b> Techniki sprzedaży - proces sprzedaży	Krzysztof Kraszkiewicz	06-09-2024	08:00	10:15	02:15
<b>6 z 13</b> Nawiązanie pierwszego kontaktu z klientem - otwarcie rozmowy	Jarosław Manelski	06-09-2024	10:15	13:15	03:00
<b>7 z 13</b> Rozpoznanie potrzeb klienta	Krzysztof Kraszkiewicz	06-09-2024	13:15	16:15	03:00
<b>8 z 13</b> Prezentacja produktów, usług i "wartości dodanej" firmy	Krzysztof Kraszkiewicz	12-09-2024	08:00	10:15	02:15
<b>9 z 13</b> Zamykanie sprzedaży - kiedy finalizować sprzedaż?	Krzysztof Kraszkiewicz	12-09-2024	10:15	13:15	03:00
<b>10 z 13</b> Budowanie długofalowych relacji z klientem	Krzysztof Kraszkiewicz	12-09-2024	13:15	16:15	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>11 z 13</b> "Trudny klient" i trudne sytuacje sprzedażowe - sposoby i techniki postępowania	Krzysztof Kraszkiewicz	13-09-2024	08:00	10:15	02:15
<b>12 z 13</b> Zakończenie spotkania z klientem	Krzysztof Kraszkiewicz	13-09-2024	10:15	13:15	03:00
<b>13 z 13</b> Egzamin	-	13-09-2024	13:15	15:15	02:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,63 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,63 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



**1 z 2**

### Krzysztof Kraszkiewicz

Psycholog i socjolog. Wykładowca Uniwersytetu WSB Merito w Bydgoszczy, Łodzi i Toruniu. Zajmuje się szkoleniami, doradztwem zawodowym, treningami funkcji poznawczych oraz realizacją badań. Posiada kilkaset godzin doświadczenia szkoleniowo-doradcze w ramach działań realizowanych indywidualnie i grupowo. Prowadzi szkolenia m.in. z zakresu szeroko pojętego zarządzania, motywowania pracowników, inteligencji emocjonalnej, metod realizacji badań pracowniczych. W ramach działalności psychologicznej prowadzi także wsparcie indywidualne oraz warsztaty psychoedukacyjne dla młodzieży.

W okresie ostatnich 5 lat współpracy z ZDZ prowadził zajęcia z zakresu wykorzystywania narzędzi oraz technik sprzedażowych, negocjacyjnych w celu prowadzenia skutecznej sprzedaży, a także

realizował zagadnienia z zakresu komunikacji z klientem, komunikacji werbalnej, badaniu oczekiwań i możliwości klienta.



2 z 2

## Jarosław Manelski

W chwili obecnej zajmuje się zarządzaniem w CityHotel\*\*\*\*Bydgoszcz, zaczęło się jednak od innej branży. Przez ostatnie lata, jako Szef Sprzedaży w salonie samochodowym marki premium nauczył się, co jest najważniejsze w odpowiedzialnym biznesie. Po wielu latach postanowił rozszerzyć swoją wiedzę i "przebranżować" się. Jako Dyrektor Sprzedaży w firmie Ros Media a później Prezes Zarządu RosMedia Sp. z o.o. nabył umiejętności i doświadczenia w branży multimedialnej, produkując filmy oraz animacje informacyjno-promocyjne, a także zajmując się nowoczesnymi kanałami komunikacji. Przez 3 semestry miał przyjemność dzielić się wiedzą podczas prowadzenia zajęć w Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu i Bydgoszczy na Akademii Menedżera Sprzedaży.

W ostatnich 5 latach współpracując z m.in. z ZDZ, czy PSG szkolił z zakresu skutecznej sprzedaży, technik negocjacyjnych, wykorzystując wiedzę oraz nabyte umiejętności podczas pracy zawodowej.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w wersji elektronicznej

### Informacje dodatkowe

Kontakt do osoby odpowiedzialnej za szkolenie:

Patrycja Stefańska

patrycja.stefanska@zdz.poznan.pl

tel. 507 075 461

## Adres

ul. Metalowa 4

60-118 Poznań

woj. wielkopolskie

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami

## Kontakt



Patrycja Stefańska





**E-mail** [patrycja.stefanska@zdz.poznan.pl](mailto:patrycja.stefanska@zdz.poznan.pl)

**Telefon** (+48) 507 075 461