



"LUGA" AGNIESZKA  
GLIŃSKA



## SZKOLENIE UMIEJĘTNOŚCI HANDLOWYCH I KOMUNIKACYJNYCH PRACOWNIKÓW FIRMY (21x45 min.)

Numer usługi 2024/05/28/7321/2164043

📍 Częstochowa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 21 h

📅 23.06.2025 do 24.11.2025

3 328,00 PLN brutto

3 328,00 PLN netto

158,48 PLN brutto/h

158,48 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Inne / Edukacja
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Pracownicy działu sprzedaży</b> – osoby bezpośrednio zaangażowane w proces sprzedaży, które mają kontakt z klientami i odpowiadają za realizację celów sprzedażowych.</li><li>• <b>Pracownicy działu obsługi klienta</b> – osoby zajmujące się obsługą posprzedażową, rozwiązywaniem problemów klientów oraz utrzymywaniem dobrych relacji z klientami.</li><li>• <b>Pracownicy działu marketingu</b> – osoby, które wspierają proces sprzedaży poprzez działania marketingowe i komunikacyjne, a także dbają o wizerunek firmy.</li><li>• <b>Nowi pracownicy</b> – osoby świeżo zatrudnione w firmie, które potrzebują wdrożenia w specyfikę działalności sprzedażowej i komunikacyjnej firmy.</li><li>• <b>Pracownicy działów technicznych i produkcyjnych</b> – w przypadku, gdy mają kontakt z klientami, np. podczas wdrożeń produktów lub rozwiązywania problemów technicznych.</li><li>• <b>Menadżerowie i liderzy zespołów</b> – osoby zarządzające zespołami sprzedażowymi i obsługi klienta.</li></ul> <p>Usługa adresowana również dla Uczestników Projektu "Kierunek – Rozwój".</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	9
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	15
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	22-06-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	21

# Cel

## Cel edukacyjny

Przygotowuje do samodzielnej i efektywnej pracy w działach sprzedaży i działach gdzie jest kontakt z klientem, uczy posługiwania się profesjonalnymi technikami sprzedaży, komunikacji z klientami. Ucz. pozna techniki negocjacyjne, utrwali metodykę komunikacji oraz udoskonali umiejętności stosowania ich w praktyce w kontaktach z klientami. Pozyskuje klientów takich jakich chce, daje im wartość oraz utrzymuje współpracę w dłuższej perspektywie, potrafi sprzedawać rentownie dzięki czemu firma rośnie.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>W kategoriach wiedzy po ukończeniu szkolenia uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• określa profile osobowości rozmówców</li> <li>• dobiera odpowiednie formy komunikacji w zależności od osobowości rozmówcy</li> <li>• określa środowisko pracy, cele ilościowe oraz jakościowe firmy:</li> <li>• tworzy oferty wartości</li> <li>• definiuje etapy procesu sprzedaży</li> <li>• używa algorytmów komunikacyjnych</li> </ul> <p>W kategoriach umiejętności po ukończeniu szkolenia uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• realizuje plany sprzedażowe</li> <li>• planuje efektywnie swoją pracę</li> <li>• wykonuje pracę samodzielnie i skutecznie</li> <li>• osiąga zakładane cele sprzedażowe</li> <li>• stosuje dobre praktyki kupieckie w codziennej pracy</li> <li>• negocjuje skutecznie i samodzielnie warunki handlowe</li> <li>• prowadzi rozmowy handlowe w oparciu o wartość dla klienta</li> <li>• rozpoznaje typ osobowości rozmówców i dobiera najlepszą formę komunikacji</li> <li>• radzi sobie w trudnych sytuacjach z nowym i stałym klientem.</li> <li>• nawiązuje i utrzymuje dobre relacje z klientami oparte na zaufaniu</li> </ul>	<p>Testy wiedzy przed i po szkoleniu: Porównanie wyników testów wiedzy na temat umiejętności handlowych i komunikacyjnych przed rozpoczęciem i po zakończeniu szkolenia oraz ocena prezentacji stworzonej przez uczestnika szkolenia</p>	<p>Prezentacja</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>W kategoriach kompetencji społecznych uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• uczestnik szkolenia współpracuje z zespołami z różnych działów</li> <li>• stosuje zasady etyki biznesowej oraz zwykłej ludzkiej uczciwości</li> <li>• samodzielnie stosuje w praktyce posiadane umiejętności komunikacyjne z szacunkiem i bez uprzedzeń do ludzi</li> <li>• argumentuje własne rację, asertywnie wyraża swoje uczucie i odczucia w sposób bezkonfliktowy.</li> </ul>	<p>Testy wiedzy przed i po szkoleniu: Porównanie wyników testów wiedzy na temat umiejętności handlowych i komunikacyjnych przed rozpoczęciem i po zakończeniu szkolenia oraz ocena prezentacji stworzonej przez uczestnika szkolenia</p>	<p>Prezentacja</p>

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

Certyfikat ukończenia szkolenia zawiera opis efektów uczenia się. Efekty te przedstawiają konkretne umiejętności, wiedzę i kompetencje, które osoba zdobyła podczas nauki.

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

Tak, dokument (certyfikat) potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji. Ocena bazuje na wcześniej określonych kryteriach, które jasno wskazują, czy osiągnięto zamierzone cele edukacyjne.

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

Po odbytych szkoleniu, uczestnik przystępuje do dobowcia egzaminu końcowego. Na certyfikacie znajduje się informacja o zaliczeniu egzaminu.

## Program

Szkolenie jest przeznaczone nie tylko dla handlowców ale wszystkich którzy mają kontakt z klientem w firmie, i stawiają na lepszą komunikację i budowanie zaufania z klientami.

- Rynek konkurencyjny – określenie środowiska pracy, co to jest, jak radzić sobie w warunkach konkurencyjnych
- Handlowe cele firmy: ilościowe oraz jakościowe- określmy to sobie precyzyjnie.
- Co tak naprawdę sprzedajemy? Cena a wartość dla klientów

- Proces sprzedaży - od pozyskania kontaktu do finalizacji – etapy, określenie elementów i czynników decydujących o efektach (nawiązanie kontaktu, analiza potrzeb, niska/wysoka/zweryfikowana potrzeba, przedstawienie oferty, finalizacja sprzedaży, obsługa posprzedażowa).
- Komunikacja nieantagonizująca i mechanizm akceptacji - standard zawodowej sprzedaży, częste obiekcje Klientów, trudne sytuacje z klientami. Jak zwiększyć znacznie prawdopodobieństwo sukcesu rozmowy sprzedażowej.
- Sprzedaż Transformacyjna oraz 5-cio Etapowy proces sprzedaży - metodyka, sposoby w branży Zleceniodawcy, metodyka pracy oparta o skuteczność
- Relacje nie sprzedają – to iluzja, której się pozbędziemy. To co jest kluczem to zaufanie.
- Jak budować zaufanie w kontaktach handlowych? Teoria oraz praktycznie ćwiczenia.
- Jak tworzyć oferty wartości dla klientów – konkretne rozwiązania oraz ćwiczenia
- Jak finalizować rozmowy aby uzyskiwać polecenia. Teoria oraz praktycznie ćwiczenia
- Profilowanie typów osobowości rozmówców i dobór najlepszej formy komunikacji
- Negocjacje handlowe – metodyka oraz sposoby prowadzenia. Teoria oraz praktycznie ćwiczenia
- Umiejętności aktorskie w sprzedaży: gesty, mimika, głos
- Odpowiednio dobrane słowa w komunikacji, język korzyści.
- Algorytmy komunikacyjne – jak radzić sobie w trudnych sytuacjach z nowym i stałym klientem., szablony i konstrukcje algorytmiczne dla najczęstszych lub trudnych sytuacji z Klientem. Teoria i praktyka.
- Ćwiczenia praktyczne na przykładach z branży klienta.

egzamin końcowy w formie praktycznej- WALIDACJA

Zajęcia odbędą się w formie warsztatu, gdzie część teoretyczna stanowić będzie nie więcej niż 50% materiału oraz czasu. Pozostała część to ćwiczenia, praktyka w formie warsztatu na przykładach bezpośrednio z biznesowego „życia” klienta.

Efektom szkolenia będzie poprawa wskaźników biznesowych, czyli efektów sprzedażowych osiąganych przez uczestników szkolenia i całej firmy, zwiększenie ilości spotkań handlowych, zwiększenie efektywności i polepszenie komunikacji z nowym i stałym klientem większa ilość dokonywanych transakcji, polepszenie rentowności transakcji dokonywanych, zwiększenie udziału usług dodatkowych w sprzedaży.

**Warunek niezbędnych do spełnienia, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu:**

Aktywny udział z szkoleniu oraz w warsztatach / ćwiczeniach będących częścią składową projektu szkoleniowego,

egzamin końcowy w formie praktycznej

**Wskazanie warunków organizacyjnych dla przeprowadzenia szkolenia,**

Szkolenie odbywa się w sali wyposażonej w tablicę, uczestnik otrzymuje autorskie materiały szkoleniowe.

Zajęcia są realizowane w godzinach dydaktycznych. Przerwa nie jest wliczana w całkowity czas szkolenia.

Minimalna liczba uczestników to 9 osób, maksymalna 15 osób. Ostateczna liczba uczestników może być dostosowana do oczekiwań uczestników. Zajęcia bez względu na liczbę uczestników będą realizowane w jednej grupie. Zajęcia praktyczne będą realizowane w formie warsztatów w dużej grupie oraz w formie wystąpień indywidualnych przed grupą i prowadzącym.

Szkolenie jest skierowane do wszystkich pracowników, którzy w swojej codziennej pracy mają kontakt z klientami i są odpowiedzialni za budowanie i utrzymywanie relacji z nimi, a także za realizację celów sprzedażowych firmy.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 328,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 328,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	158,48 PLN
Koszt osobogodziny netto	158,48 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Przemysław Kalski

Manager sprzedaży, handlowiec z natury. 30 lat zajmuje się sprzedażą, marketingiem, optymalizacją procesów sprzedażowych.

Kontraktowy dyr. zarządzający, handlowy. Strateg biznesu. Fanatyk jakości obsługi klienta oraz skutecznego budowania przewagi konkurencyjnej. Zawodowy negocjator, trener biznesu. Autor unikalnych programów szkoleniowych: Sprzedaż Step\_One / Step\_Two, Negocjacje\_Pro  
Współpracował z ponad trzydziestoma przedsiębiorstwami, usługi/handel/produkcja – zadanie zawsze brzmi: Jak to sprzedać? Jak sprzedać więcej, lepiej, trwale, powtarzalnie.

Jest autorem książki „Nie każdemu sprzedasz wszystko co zechcesz”.

<https://kalski.com.pl/o-autorze/>

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Wszyscy uczestnicy otrzymają podręcznik szkoleniowy zawierający rozbudowany opis każdego poruszanego zagadnienia – 80 stron materiału szkoleniowego.

### Informacje dodatkowe

Przed zapisem na usługę, prosimy o kontakt.

## Adres

ul. Jasnogórska 32/8

42-202 Częstochowa

woj. śląskie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**Agnieszka Glińska**

**E-mail** [info@luga.pl](mailto:info@luga.pl)

**Telefon** (+48) 692 547 267