Możliwość dofinansowania

"LUGA" AGNIESZKA GLIŃSKA

★★★★★

Szkolenie- Techniki obrony ceny (10x45 min.)

Numer usługi 2024/05/29/7321/2165775

2 383,00 PLN brutto
2 383,00 PLN netto
238,30 PLN brutto/h
238,30 PLN netto/h

Częstochowa / stacjonarna
Usługa szkoleniowa
10 h
08.09.2025 do 29.12.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników wsparcie dla osób indywidualnych
Grupa docelowa usługi	Przedstawiciele Handlowi- Osoby odpowiedzialne za bezpośrednią sprzedaż produktów lub usług, zarówno w modelu B2B (business-to-business), jak i B2C (business-to-consumer). Menadżerowie Sprzedaży- Osoby zarządzające zespołami sprzedażowymi, odpowiedzialne za realizację celów sprzedażowych i strategii cenowej firmy. Specjaliści ds. Marketingu- Osoby zajmujące się promocją produktów i usług, które współpracują z działem sprzedaży w zakresie ustalania strategii cenowej. Konsultanci i Doradcy Biznesowi- Profesjonaliści doradzający firmom w zakresie strategii sprzedażowych i marketingowych, w tym polityki cenowej. Właściciele Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MŚP)- Osoby prowadzące własne firmy, odpowiedzialne za wszystkie aspekty działalności, w tym ustalanie cen i sprzedaż. Pracownicy Działu Obsługi Klienta- Osoby, które mają bezpośredni kontakt z klientami i często spotykają się z pytaniami lub żądaniami dotyczącymi cen. Usługa adresowana również dla Uczestników Projektu "Kierunek – Rozwój".
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	07-09-2025

Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	10
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Kurs przygotowuje do samodzielnej obrony ceny poprzez zwiększenie świadomości w zakresie czynników wpływających na ocenę wysokości ceny przez klienta oraz oddziaływanie na emocje klienta za pomocą efektywnej prezentacji towarów i usług.Kurs prowadzi do tego, aby uczestnik samodzielnie stosował różne techniki obrony ceny, finalizował transakcje oraz operował technikami lingwistycznymi, które pozwalają na uzyskanie przewagi w targowaniu się o cenę.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posiada świadomość w zakresie tego co wpływa na ocenę wysokości ceny przez klienta	charakteryzuje proces podejmowania decyzji zakupowych przez klienta, rozróżnia czynniki inne niż cena mające wpływ na decyzje klientów (doświadczenie dowodowe)	Test teoretyczny
wpływa na emocje klienta przez skuteczną prezentację swoich towarów i usług	rozróżnia kluczowe elementy skutecznej prezentacji opartej na emocjach (język korzyści, obrazowanie wzmacniające, schematy hipnotyczne w prezentacji)	Test teoretyczny
broni ceny różnymi technikami i finalizuje transakcję	rozpoznaje różne techniki obrony ceny oraz przykłady (aikido, karate, krav maga, capoeira, capoeira carioca, incepcja negatywna i pozytywna)	Test teoretyczny
operuje słowami i technikami lingwistycznymi pozwalającymi na przewagę w sytuacjach targowania się ceną	rozróżnia przykłady technik lingwistycznych: języka hipotetycznego (hipotetycznie), zabierania oferty, technik jakie stosują zwykle klienci aby uzyskać lepszą cenę.	Test teoretyczny

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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Po odbytym szkoleniu, uczestnik przystępuje do dobycia egzaminu końcowego. Na certyfikacie znajduje się informacja o zaliczeniu egzaminu. Implementowane mechanizmy zapewniają niezależność i obiektywność procesu walidacji, co gwarantuje jego wiarygodność i przejrzystość.

Program

Program szkolenia będzie dostosowany do specyficznych potrzeb konkrentnej grupy uczestników. Będzie uwzględniał różne scenariusze sprzedażowe i branżowe -oparte na rzeczywistych przykładach oraz technikach, które uczestnicy będą mogli od razu zastosować w swojej pracy.

Szkolenie odbywa się w sali szkoleniowej wyposażonej w tablicę, rzutnik. Zajęcia są realizowane w godzinach zegarowych. Przerwy nie są wliczane w czas trwania usługi.

Program:

1. Strategia kolorowych barw w obronie ceny
- Strach przed odrzuceniem ceny
- Ilość klientów a odwaga propozycji cenowej

2. Istota i znaczenie ceny
- proces podejmowania decyzji zakupowych
- cena nie jest najważniejsza

– doświadczenia dowodowe

- Zasada sprężynek

– możliwości obrony ceny

3. Prezentacja oferty firmy - emocjonalny sposób prezentacji oferty - budowa argumentacji opartej o korzyści
- obrazowanie wzmacniające (opisy wizualne, historie i analogie, multimedia)
- schematy hipnotyczne w prezentacji (słowa wyzwalacze, pytania retoryczne, powtórzenia, progresywne twierdzenia).

4.Techniki obrony ceny i reakcji na straszenie konkurencją. - Istota obiekcji cenowych
- typowe błędy
- technika aikido

- technika karate
- krav maga

- capoeira
- capoeira carioca
- Incepcja negatywna i pozytywna

5. Lingwistyka targowania się o cenę - ostatecznie

- hipotetycznie (Hipotetyczne scenariusze)
- zabieranie oferty (wywarcie presji i wywołanie poczucia straty)

- zwykle gdy klienci (Typowe zachowania klientów:Próba uzyskania informacji o najniższej cenie, Porównywanie z konkurencją, Deklarowanie maksymalnego budżetu, Stosowanie ciszy)

- Test teoretyczny- WALIDACJA

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

Minimalna liczba uczestników to 5 osób, maksymalna 10 osób. Zajęcia bez względu na liczbę uczestników będa realizowane w jednej grupie. Zajęcia praktyczne będą realizowane w formie warsztatów w dużej grupie oraz w formie wystąpień indywidualnych przed grupą i prowadzącym.

Grupą docelową dla szkolenia z technik obrony ceny mogą być osoby zawodowo związane ze sprzedażą, marketingiem, obsługą klienta oraz zarządzaniem cenami w różnych branżach.

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	2 383,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 383,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	238,30 PLN
Koszt osobogodziny netto	238,30 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2

1 z 2

Roman Kawszyn

Handlowiec i Manager Działów Sprzedaży, Marketingu i Szkoleń. Charyzmatyczny lider i mówca. Współpracował m.in. z: TVP, Orlen, Polkomtel, HRK, Adidas, Reebok, Levi`s, Zepter, Lotos, Philipiak, VOX, Agora i wieloma innymi. Ekspert TVP, TVN CNBC oraz TVN BiŚ.
Autor i współautor trzech książek (Pragnę, Techniki Obrony Ceny i Pierwsze skrzypce) oraz audio CD (Emocjonalna Prezentacja Oferty, Psychotechniki w przyjęciu Reklamacji, Storytelling, Prawda i Charyzma, Strategie efektywności Sprzedażowej).Obecnie Managing Partner w Al Fianco Partners, firmie, zajmującej się dostarczaniem produktów rozwojowych dla sił sprzedaży.

2 z 2

Adam Szaran

Manager sprzedaży i handlowiec w obszarze usług dla biznesu i finansów. Ekspert TVN BiŚ oraz DD TVN. Wykładał w Akademii Telewizyjnej TVP, prowadził audycje tematyczne w lokalnych rozgłośniach radiowych. Dyplomowany coach i trener biznesu ze specjalizacją w zakresie wsparcia i optymalizacji sprzedaży. Szkolił i doradzał dla takich marek jak m.in.: Adidas, Reebok, Levi`s, Lotos, Vox, Agora, Tax Care, Belvedere, Komfort, Zepter, Thalgo.Autor i współautor trzech publikacji w formie CD (Storytelling, Techniki obrony ceny, Psychotechniki w przyjęciu reklamacji) oraz bestsellerowej książki (Techniki Obrony Ceny). Obecnie Managing Partner w Al Fianco Partners. by

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

materiały autorskie

Informacje dodatkowe

Przed zapisem na usługę, prosimy o kontakt.

Adres

ul. Jasnogórska 32/8
42-202 Częstochowa
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt

Agnieszka Glińska

E-mail info@luga.pl
Telefon (+48) 692 547 267