



DWUETAPOWE POZYSKANIE KONTRAHENTA- SZKOLENIE DLA PRACOWNIKÓW DZIAŁU SPRZEDAŻY I ZAKUPÓW (17x45 min.)

Numer usługi 2024/10/17/7321/2366230

3 800,00 PLN brutto

3 800,00 PLN netto

223,53 PLN brutto/h

223,53 PLN netto/h

"LUGA" AGNIESZKA
GLIŃSKA



📍 Częstochowa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 17 h

📅 23.06.2025 do 24.11.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Edukacja

Sposób dofinansowania

wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

Grupa docelowa usługi

- **Pracownicy działu sprzedaży, którzy:**
 - Pozyskują nowych klientów i partnerów biznesowych.
 - Nawiązują i utrzymują długofalowe relacje z kontrahentami.
 - Chcą doskonalić swoje umiejętności negocjacyjne i techniki sprzedaży.
- **Pracownicy działu zakupów, którzy:**
 - Odpowiadają za wybór i negocjacje z dostawcami.
 - Chcą lepiej zrozumieć potrzeby kontrahentów i negocjować bardziej korzystne warunki umowy.
 - Planują nawiązywanie długoterminowej współpracy z zaufanymi dostawcami.
- **Menedżerowie sprzedaży i zakupów**
- **Osoby odpowiedzialne za rozwój biznesu:**- Specjaliści ds. rozwoju rynków, którzy muszą zdobywać i utrzymywać relacje z nowymi kontrahentami.
- **Osoby planujące kariery w działach sprzedaży i zakupów,** które chcą zrozumieć kluczowe procesy pozyskiwania kontrahentów.

Jest to Usługa adresowana również dla Uczestników Projektu "Kierunek – Rozwój".

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji	22-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	17
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest dostarczenie uczestnikom umiejętności związanych ze skutecznym pozyskaniem nowego kontrahenta poprzez nabycie konkretnych, skutecznych technik sprzedaży i technik negocjacyjnych ceny w grupie warsztatowej podczas dwudniowych warsztatów

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Po ukończeniu szkolenia uczestnik:</p> <p>W kategoriach wiedzy:</p> <p>posiada uporządkowaną wiedzę dotyczącą wzorów i algorytmów zimnego telefonu, zimnego maila oraz wzoru zdalnej rozmowy sprzedażowej dostosowanej do sytuacji swojej firmy i branży</p> <p>W kategoriach umiejętności uczestnik:</p> <p>pracuje prospectingowo na rynku</p> <p>wykorzystuje telefon, mail i komunikatory do prowadzenia skutecznej, pierwszej rozmowy z potencjalnym klientem (wzbudzenie ciekawości i umówienie rozmowy sprzedażowej)</p> <p>przeprowadza właściwą rozmowę sprzedażową, wywołującą pragnienie współpracy z Granulatem</p> <p>stosuje różne warianty prowadzenia rozmowy sprzedażowej</p> <p>odpowiadać na obiekcje cenowe i obiekcje związane z okolicznościami pandemii i kryzysu</p> <p>W kategoriach kompetencji społecznych uczestnik:</p> <p>buduje umiejętnie relacje</p> <p>doskonali sztuki współpracy</p>	<p>Osoba walidująca ocenia stopień przyswojenia informacji po szkoleniu-uczestnik wypełnia egzamin końcowy. Aby zaliczyć szkolnie wymagane jest 90% poprawnych odpowiedzi.</p>	<p>Test teoretyczny</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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Po odbytych szkoleniu, uczestnik przystępuje do zdobycia 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

Pozyskanie nowego klienta, w zależności od rodzaju produkcji i procesu zakupowego, przebiega w różnym wymiarze czasowym. Mamy klientów, którzy przed przystąpieniem do współpracy muszą zaaprobować nasze rozwiązania poprzez różnego rodzaju testy, aprobaty. Mamy również takich, dla których zakup naszego produktu to „krótka piłka”.

Zdaje się jednak, że pozyskanie każdego z tych klientów, będzie miało dwa etapy rozmowy sprzedażowej, pozyskującej potencjalnego klienta.

Pierwszym etapem będzie pozyskanie ciekawości klienta do tego stopnia, że będzie chciał się umówić na spotkanie sprzedażowe właściwe. Drugim etapem będzie przeprowadzenie rozmowy sprzedażowej, którym celem jest finalizacja (sprzedaż lub testy - w zależności od rodzaju klienta).

By robić to skutecznie, potrzebny jest odpowiedni mindset handlowca (połączenie motywacji, pozytywnego nastawienia, filtrowania rzeczywistości i odwagi) oraz konkretne umiejętności. Handlowcy zazwyczaj pracują intuicyjnie, nieświadomie, bo „tak zawsze robili”, bo „tak im się wydaje”. I robią obroty. Zbierają zamówienia. Jakie obroty mogą robić, gdy zaczną pracować na konkretnych umiejętnościach, które istnieją i są dostępne na rynku?

1. Mindset i nastawienie psychiczne handlowca kluczem do pozyskania nowego klienta

- strategia filtrowania rzeczywistości
- strategia pozytywnego nastawienia
- strategia umiejętności
- 2. Dwuetapowy schemat pozyskania klienta
- wzbudzenie emocji związanych z ciekawością w pierwszej rozmowie
- rozmowa właściwa sprzedażowa (wzór wg PVG)
- 3. Narzędzia rozmowy telefonicznej umawiającej spotkanie właściwe
- nastawienie przed rozmową
- kolejność przedstawienia - budowanie relacji
- dzwonię ponieważ - zasada powodu
- biały wywiad
- elevator pitch + dowód
- umowa tak/nie + wolny wybór
- umówienie spotkania właściwego
- 4. Pozyskiwanie kontaktu - prospecting w sytuacji zdalnej
- bariera „bramkarza”
- pozyskanie maila + telefonu
- narzędzia wspierające - hunter + lusha
- 5. Mail umawiający zdalną rozmowę sprzedażową
- początek wiadomości mailowej
- biały wywiad
- mailowy elevator pitch + dowód
- umówienie spotkania właściwego
- 6. Professionelles Verkaufs Gespräch - algorytm rozmowy sprzedażowej handlowców Granulat
- szybkie pozyskanie zaufania i sympatii na początku rozmowy
- metakomunikat ze zwrotnym OGP
- emocjonalna prezentacja oferty
- techniki odpowiedzi na obiekcje (cenowe + inne)
- finalizacja

- 8. Metody ożywienia potencjalnego klienta po zakończonym procesie pozyskania
- **GLÓWNE ZASADY NEGOCJACJI**
- 1. Krytyka w negocjacjach
- 2. Racja jest jak dupa, każdy ma swoją
- 3. Udowadnianie racji
- 4. Empatia i sympatia
- 5. Why
- 6. Wyznacz stanowisko wejścia i wyjścia
- 7. Pamiętaj o zasadzie najważniejszych kwestii
- 8. Ustal jaka jest Twoja BATNA i jaka jest BATNA Twojego klienta
- 9. Cena i co poza ceną
- 10. Określenie pól negocjacji i analiza abc
- 11. Przejmij inicjatywę
- 12. Ustępuj zgodnie z zasadami (dbaj o efekt zwycięzcy)
- 13. Bądź miękki dla ludzi a twardy dla interesów
- 14. Negocjuj niezależnie od zaufania
- **TECHNIKI NEGOCJACYJNE**
- 1. Próbnny balon
- 2. Dobry i zły policjant
- 3. Brak uprawnień
- 4. Nagroda w raju
- 5. Technika małych kroków
- 6. Technika drzwiami w twarz
- 7. Technika śmiesznej kasy
- 8. Redukcja oczekiwań

Egzamin ustny w formie praktycznej- WALIDACJA

Zalecane aby uczestnicy posiadali doświadczenie w pracy z klientem.

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 4 osoby, maksymalna 15 osób. 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.

Grupa docelowa szkolenia to przede wszystkim pracownicy oraz menedżerowie działów sprzedaży i zakupów, którzy są odpowiedzialni za budowanie relacji z nowymi kontrahentami, negocjacje oraz efektywne nawiązywanie współpracy handlowej.

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	3 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	223,53 PLN
Koszt osobogodziny netto	223,53 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Roman Kawszyn

Handlowiec i Manager Działów Sprzedaży, Marketingu i Szkoleń. Charyzmatyczny lider i mówca. Studiował we Włoszech. 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 pięciu książek (Pragnę, Techniki Obrony Ceny, Pierwsze skrzypce, Motivazione, Shut up! Modelowe Badanie Potrzeb) oraz audio CD (Emocjonalna Prezentacja Oferty, Psychotechniki w przyjęciu Reklamacji, Storytelling, Prawda i Charyzma, Strategie Efektywności Sprzedażowej). Obecnie Managing Partner w AI Fianco Partners, firmie, zajmującej się dostarczaniem produktów rozwojowych dla sił sprzedaży.

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

Kontakt



Agnieszka Glińska

E-mail info@luga.pl

Telefon (+48) 692 547 267