



Marketing wspierający sprzedaż - Umiejętności komunikacyjne sprzedaży

Numer usługi 2024/10/17/115852/2366542

2 375,00 PLN brutto

2 375,00 PLN netto

148,44 PLN brutto/h

148,44 PLN netto/h

COCONUT SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ



Bydgoszcz / stacjonarna

Usługa szkoleniowa

16 h

13.03.2025 do 14.03.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<ul style="list-style-type: none">Zarząd odpowiadający za strategiczne decyzje i kierunki rozwoju firmy, wyniki sprzedażowe i operacyjneHandlowcy (Przedstawiciele handlowi) odpowiedzialni za bezpośrednią sprzedaż produktów i usług.Dział serwisu odpowiedzialny za obsługę posprzedażową oraz wsparcie klientów.
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	12-03-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego stosowania efektywnych strategii marketingowych oraz umiejętności komunikacyjnych, które wspierają proces sprzedaży. Uczestnicy nauczą się, jak budować i utrzymywać

długotrwałe relacje z klientami, a także jak skutecznie wykorzystywać techniki perswazji i wpływu w rozmowach sprzedażowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opisuje rolę marketingu w procesie sprzedażowym.	Wskazuje jak marketing wpływa na decyzje zakupowe klientów.	Test teoretyczny
Rozróżnia różne techniki komunikacji w sprzedaży	Wymienia co najmniej trzy techniki komunikacyjne i omawia ich zastosowanie.	Test teoretyczny
Identyfikuje kluczowe elementy efektywnej komunikacji z klientem.	Wskazuje najważniejsze zasady skutecznej komunikacji.	Test teoretyczny
Stosuje techniki aktywnego słuchania w symulacjach sprzedażowych.	Wykazuje się umiejętnością efektywnego słuchania podczas rozmowy z klientem.	Wywiad swobodny
Korzysta z narzędzi cyfrowych do wsparcia procesu sprzedaży	Demonstruje umiejętność korzystania z CRM oraz narzędzi analitycznych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Opracowuje skuteczną prezentację oferty dla klientów	Wskazuje techniki perswazji.	Test teoretyczny
Współpracuje z innymi członkami zespołu w celu osiągnięcia wspólnych celów.	Aktywnie angażuje się w ćwiczenia grupowe, demonstrując umiejętności komunikacyjne.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykazuje się umiejętnością budowania relacji z klientami.	Skutecznie nawiązuje kontakt z klientem podczas symulacji sprzedażowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Angażuje się w proces wprowadzania nowych umiejętności w zespole	Wskazuje pomysły na poprawę komunikacji w zespole.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdzający 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?

Tak, dokument 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?

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

Program

Wprowadzenie do marketingu wspierającego sprzedaż

Temat 1: Rola marketingu w procesie sprzedażowym

1. Definicja marketingu wspierającego sprzedaż – co to oznacza?
2. Jak marketing wpływa na decyzje zakupowe klientów?
3. Współpraca działów marketingu i sprzedaży – klucz do sukcesu.
4. Narzędzia marketingowe wspierające sprzedaż – co warto znać?

Temat 2: Analiza rynku i potrzeb klienta

1. Metody zbierania danych o klientach – ankiety, wywiady, analiza konkurencji.
2. Segmentacja rynku – jak dopasować działania marketingowe do różnych grup docelowych?
3. Tworzenie person klientów – jak lepiej zrozumieć odbiorców?
4. Trendy rynkowe a strategia marketingowa – co warto monitorować?

Umiejętności komunikacyjne w sprzedaży

Temat 1: Kluczowe elementy skutecznej komunikacji

1. Techniki aktywnego słuchania – jak zrozumieć potrzeby klienta?
2. Umiejętność zadawania pytań – jak prowadzić rozmowę sprzedażową?
3. Jak budować zaufanie i relacje z klientami – kluczowe zasady.
4. Rola mowy ciała w komunikacji sprzedażowej – co mówi nasza postawa?

Temat 2: Perswazja i techniki wpływu

1. Psychologia sprzedaży – jak wykorzystać mechanizmy wpływu w komunikacji?
2. Techniki perswazyjne – jak skutecznie przekonywać klientów do zakupu?
3. Rola emocji w sprzedaży – jak angażować klientów na poziomie emocjonalnym?
4. Sztuka prezentacji oferty – jak zaprezentować produkt, aby wzbudzić zainteresowanie?

Praktyczne zastosowanie umiejętności komunikacyjnych i marketingowych w sprzedaży

Budowanie relacji z klientem

Temat 1: Kreowanie wartości w relacjach z klientami

1. Jak zbudować długotrwałe relacje z klientami?
2. Techniki utrzymania klienta – jak dbać o lojalność?
3. Rola follow-upu – jak skutecznie komunikować się po sprzedaży?
4. Rozwiązywanie problemów i obsługa reklamacji – jak budować zaufanie?

Temat 2: Marketing relacyjny w praktyce

1. Narzędzia marketingu relacyjnego – co warto wdrożyć w firmie?
2. Jak wykorzystać dane o klientach do personalizacji komunikacji?
3. Programy lojalnościowe – jak je tworzyć i promować?
4. Jak korzystać z mediów społecznościowych w marketingu relacyjnym?

Wykorzystanie technologii w komunikacji sprzedażowej

Temat 1: Narzędzia cyfrowe wspierające sprzedaż

1. CRM i jego rola w zarządzaniu relacjami z klientami.
2. Automatyzacja marketingu – jak oszczędzać czas i zwiększać efektywność?
3. Narzędzia analityczne – jak monitorować skuteczność działań marketingowych?
4. Wykorzystanie e-mail marketingu – jak tworzyć skuteczne kampanie?

Temat 2: Komunikacja w erze cyfrowej

1. Rola mediów społecznościowych w komunikacji sprzedażowej – jak efektywnie korzystać?
2. Webinar i live streaming – nowoczesne metody dotarcia do klienta.
3. Wideo marketing – jak wideo wpływa na decyzje zakupowe?
4. Trendy w komunikacji cyfrowej – co przyniesie przyszłość?

Walidacja efektów uczenia się

Informacje dodatkowe:

Szkolenie adresowane jest do:

- Zarząd odpowiadający za strategiczne decyzje i kierunki rozwoju firmy, wyniki sprzedażowe i operacyjne
- Handlowcy (Przedstawiciele handlowi) odpowiedzialni za bezpośrednią sprzedaż produktów i usług.
- Dział serwisu odpowiedzialny za obsługę posprzedażową oraz wsparcie klientów.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 45 minut

Walidacja i przerwy wliczają się w czas trwania usługi

Warunki uczestnictwa:

- Nowoczesny sprzęt audiowizualny,
- Ergonomiczne wyposażenie sali: Dostęp do stołów ustawionych w układzie sprzyjającym pracy zespołowej oraz wygodnych krzeseł zapewniających komfort podczas dłuższych sesji.
- W sali szkoleniowej będą dostępne długopisy, ołówki, notatniki oraz flipcharty. Flipcharty z zestawami markerów zostaną przeznaczone do wspólnej pracy grupowej, co ułatwi wizualizację pomysłów, tworzenie notatek w czasie rzeczywistym oraz angażowanie uczestników w praktyczne ćwiczenia.
- Materiały szkoleniowe zostaną dostarczone zarówno w wersji papierowej, jak i cyfrowej, a na sali będą dostępne przybory piśmiennicze oraz flipcharty do wspólnej pracy.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 11

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 11 Rola marketingu w procesie sprzedażowym	Przemysław Kalski	13-03-2025	09:00	10:30	01:30
2 z 11 Analiza rynku i potrzeb klienta	Przemysław Kalski	13-03-2025	10:30	12:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 11 Przerwa	Przemysław Kalski	13-03-2025	12:00	12:15	00:15
4 z 11 Kluczowe elementy skutecznej komunikacji	Przemysław Kalski	13-03-2025	12:15	13:30	01:15
5 z 11 Perswazja i techniki wpływu	Przemysław Kalski	13-03-2025	13:30	15:00	01:30
6 z 11 Kreowanie wartości w relacjach z klientami	Przemysław Kalski	14-03-2025	09:00	10:30	01:30
7 z 11 Marketing relacyjny w praktyce	Przemysław Kalski	14-03-2025	10:30	12:00	01:30
8 z 11 Przerwa	Przemysław Kalski	14-03-2025	12:00	12:15	00:15
9 z 11 Narzędzia cyfrowe wspierające sprzedaż	Przemysław Kalski	14-03-2025	12:15	13:30	01:15
10 z 11 Komunikacja w erze cyfrowej	Przemysław Kalski	14-03-2025	13:30	14:45	01:15
11 z 11 walidacja	-	14-03-2025	14:45	15:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 375,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 375,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	148,44 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Przemysław Kalski

Posiada ponad trzydziestoletnie doświadczenie w branży, podczas którego z powodzeniem pełnił role negocjatora, trenera sprzedaży i doradcy biznesowego. Ukończył Wyższą Szkołę Błędów i Porażek, co umożliwiło mu przekształcanie niepowodzeń w cenne lekcje oraz sukcesy.

W swojej karierze nieustannie poszukuje odpowiedzi na kluczowe pytanie: jak skutecznie sprzedawać i sprawić, aby klienci zdecydowali się na zakupy? Wierzy, że w biznesie wszystko sprowadza się do umiejętności generowania zysku poprzez zrozumienie potrzeb klientów i budowanie trwałych relacji.

Dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem, oferując uczestnikom sprawdzone metody oraz praktyczne narzędzia, które pomagają w osiąganiu sukcesów sprzedażowych. Jego celem jest wsparcie uczestników w rozwijaniu umiejętności niezbędnych do efektywnego zarządzania sprzedażą oraz budowania silnej pozycji na rynku.

W ciągu ostatnich 5 lat licząc wstecz od dnia rozpoczęcia usługi aktywnie działał w branży zbierając i umacniając swoje doświadczenie zawodowe i podnosił swoje kwalifikacje w branży.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Skrypt szkoleniowy

Informacje dodatkowe

- Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat potwierdzający uczestnictwo w szkoleniu - wymagane jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć.
- Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 45 minut
- Uczestnicy zobowiązani są do podpisania listy obecności, potwierdzającej ich udział w usłudze.
- W trakcie każdego dnia szkoleniowego trwającego więcej niż 4 godziny uczestnicy mają prawo do co najmniej 1 przerwy, trwającej co najmniej 15 minut
- Walidacja i przerwy wliczają się w czas trwania usługi

Adres

ul. Stanisława Sadowskiego 12
85-151 Bydgoszcz
woj. kujawsko-pomorskie

Kontakt



Bartek Mikocki

E-mail bartekmbur@gmail.com

Telefon (+48) 516 730 080