



MEGA CENTRUM
ROZWOJU
SŁAWOMIR
GALIŃSKI



Skuteczny i powtarzalny proces sprzedaży - z Patrykiem Jasińskim. Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy

Numer usługi 2025/02/03/20716/2537715

📍 Katowice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 16.06.2025 do 18.06.2025

5 100,00 PLN brutto

5 100,00 PLN netto

212,50 PLN brutto/h

212,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Pracownicy działów sprzedaży – osoby, które chcą podnieść swoje umiejętności w zarządzaniu czasem, tworzeniu strategii sprzedaży oraz budowaniu relacji z klientami. Przedsiębiorcy i właściciele firm – osoby prowadzące własną działalność, które chcą usprawnić swoje procesy sprzedażowe, poznać skuteczne techniki prospectingu i finalizacji sprzedaży. Konsultanci sprzedaży – specjaliści doradzający firmom w zakresie optymalizacji sprzedaży i poszukujący efektywnych metod pracy z klientami. Nowi pracownicy działów sprzedaży – osoby, które dopiero rozpoczynają karierę w sprzedaży i chcą zdobyć solidne podstawy. Osoby zainteresowane rozwojem kariery w sprzedaży – uczestnicy, którzy pragną rozwijać umiejętności niezbędne w tej branży.
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	15-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie rozwija umiejętności sprzedażowe uczestników, ucząc skutecznego prowadzenia procesu sprzedaży w trybie doradczo-konsultacyjnym. Uczestnicy poznają metody identyfikacji potrzeb klientów, budowania relacji, zarządzania czasem, skutecznego prospectingu i finalizacji transakcji. Nauczą się radzić sobie z obiekcjami i zwiększać skuteczność sprzedaży.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozumie zasady skutecznej sprzedaży doradczo-konsultacyjnej	Wymienia kluczowe etapy procesu sprzedaży	Test teoretyczny
	Wyjaśnia, jak dostosować strategię sprzedaży do potrzeb klienta	Test teoretyczny
Potrafi skutecznie planować działania sprzedażowe	Tworzy plan sprzedaży krótko- i długoterminowy	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Opracowuje strategię sprzedaży dostosowaną do rynku	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Potrafi analizować konkurencję i budować przewagi konkurencyjne	Identyfikuje głównych konkurentów na rynku	Test teoretyczny
	Opracowuje unikalne przewagi konkurencyjne swojej oferty	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Potrafi skutecznie zarządzać relacjami z klientami	Stosuje narzędzia do zarządzania bazą klientów	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wykorzystuje techniki budowania długoterminowych relacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
Potrafi skutecznie prowadzić prospecting	Identyfikuje i kwalifikuje potencjalnych klientów	Test teoretyczny
	Tworzy plan działań prospectingowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Potrafi skutecznie rozpocząć rozmowę sprzedażową	Stosuje techniki angażującego otwarcia rozmowy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Radzi sobie z trudnymi rozmówcami i przełamuje obiekcje klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
Potrafi skutecznie badać potrzeby klientów	Zadaje odpowiednie pytania diagnozujące potrzeby klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dopasowuje ofertę do rzeczywistych problemów i wyzwań klienta	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Potrafi prezentować ofertę w sposób przekonujący	Tworzy prezentację oferty zgodnie z potrzebami klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje techniki podkreślania wartości oferty dla klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
Potrafi skutecznie finalizować sprzedaż	Rozpoznaje sygnały gotowości klienta do zakupu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje techniki finalizacji transakcji	Obserwacja w warunkach symulowanych
Potrafi pracować z obiekcjami klientów	Rozpoznaje różne typy obiekcji i skutecznie na nie reaguje	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje model radzenia sobie z obiekcjami w negocjacjach	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

Kwalifikacje	Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym – sprzedawca
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji	12639
Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	Związek Zakładów Doskonalenia Zawodowego oddział w Warszawie- Krajowe Centrum Akredytacji (KCA)
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak

Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	Związek Zakładów Doskonalenia Zawodowego o/Warszawa - Krajowe Centrum Akredytacji (KCA)
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Tak

Program

-- Dzień 1

MODUŁ 1: Zarządzanie czasem i planowanie działań w sprzedaży

Jednym z najważniejszych narzędzi w sprzedaży jest czas. Wybitni sprzedawcy potrwają precyzyjnie zarządzać sobą w czasie i odpowiednio planować zadania. Jak zaplanować swój dzień i miesiąc, odpowiemy sobie w tym module.

W module m.in.:

- Czym są działania strategiczne i operacyjne?
- Jakie rodzaje zadań ma współczesny handlowiec?
- Co wpływa na moje zarządzanie czasem
- Macierz Einsenhowera
- 3 worki zadań w sprzedaży
- Układanie dnia w sprzedaży

MODUŁ 2: Tworzenie planu i strategii sprzedaży

Brak planu, to przygotowanie do porażki. Wielu sprzedawców nie planuje swoich działań, przez co działają po omacku. W tym module uświadomimy sobie rolę planowania sprzedaży, budowania strategii i zarządzania swoją sprzedażą.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Czym jest plan sprzedaży?
- Jak stworzyć plan sprzedaży?
- Plan krótko i długo terminowy
- Strategia sprzedaży
- Opracowanie strategii sprzedaży

MODUŁ 3: Budowanie przewag konkurencyjnych

Kiedy sprzedajesz, jak wszyscy, masz wyniki dokładnie takie same, jak wszyscy. W jaki sposób wypracować przewagi konkurencyjne? Jak odpowiednio „podawać je klientowi”. To wypracujemy w trakcie tego modułu

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Kto jest moim konkurentem?
- Analiza konkurencji
- Co jest moim USP?
- Jakie jest moje ESP?
- Mapowanie przewag konkurencyjnych
- Jak konstruować ofertę w oparciu o realne potrzeby klienta.

- Jak prawidłowo akcentować to co dla klienta jest istotne.

- Zdobywanie zobowiązań klienta

MODUŁ 4: Powtarzalny i skalowalny proces sprzedaży

Mamy XXI wiek, a nadal spora część firm nie wie, jak ważny jest proces sprzedaży w ich firmie. Jak skalować sprzedaż skoro nie jest ona dla nas przewidywalna i skalowalna? Na tym skupimy się w trakcie tego modułu

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Jak najczęściej popełniamy błędy w skalowaniu sprzedaży?

- Czym jest proces sprzedaży?

- Jak zaprojektować proces sprzedaży?

- W jaki sposób możemy skalować naszą sprzedaż?

- Weryfikacja i testowanie procesu

- Co warto mierzyć i jak?

- Narzędzia wspierające proces sprzedaży

-- Dzień 2

MODUŁ 5: Skuteczny prospecting

W XXI wieku, każda firma chce pozyskać jak największą ilość klientów. Firmy wydają potężne nakłady na marketing, zapominając, że jednym z podstawowych narzędzi dobrego handlowca jest właśnie prospecting, czyli poszukiwanie nowych klientów. W trakcie tego modułu uświadomimy uczestnikom, jak ważną rolę w ich pracy pełni skuteczny prospecting, kto jest ich klientem i gdzie go poszukiwać.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Wprowadzające ćwiczenie: Co gdybyś stracił dziś wszystkich klientów?

- Określenie avatara mojego klienta.

- Czym jest prospect, zimny i ciepły lead.

- Gdzie wyszukiwać klientów?

- Kanały dotarcia do klienta.

- Efekt siania, ile zasiejesz, tyle zbierzesz.

- Jak rozmawiać z prospectem?

MODUŁ 6: Budowanie i zarządzanie relacjami z klientem

Doradcza sprzedaż, opiera się przede wszystkim na umiejętnym zarządzaniu relacjami z klientem. W trakcie tego modułu poznamy szczegóły, wskaźniki i sposoby umiejętnego wykorzystania relacji z klientami.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Jak prawidłowo zarządzać relacjami w oparciu o bazę danych.

- Czym jest scoring klientów i jak go mierzyć?

- Od prospecta do CLV- wykorzystaj w pełni potencjał swoich klientów

- Jak mądrze nadawać statusy klientów?

- Trójpodział władzy w firmie.

- Zasada 3 x 48.

- Multikanałowość w kontakcie z klientem, oparta o bazę danych.

- Jak i kiedy followupować klienta?

- Do kogo kierować specjalne oferty?
- Budowanie długofalowych relacji biznesowych.
- Zasada 3R w budowaniu relacji z klientem.

MODUŁ 7: Typologia klientów- Aspekt psychologiczny.

W tym module skupimy się na typach klientów, dopasowaniu swojego komunikatu do konkretnego typu klienta, dzięki tej umiejętności nabędziemy większą pewność siebie w rozmowie z klientem oraz umiejętnie dopasujemy komunikat do naszego rozmówcy.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Najpopularniejsze typy klientów.
- Typologia Inside Discovery i Jung.
- Jak rozpoznać typ naszego rozmówcy?
- Dopasowanie komunikatu do konkretnego typu rozmówcy.
- Operowanie językiem dostosowanym do rozmówcy.
- Autorski podział na 12 kategorii klientów
- Kto jest dla mnie trudnym klientem? Dlaczego on?

MODUŁ 8: Jak rozpoczynać rozmowę sprzedażową z przytupem Dlaczego klient ma poświęcić swój czas na rozmowę z tobą? Jak zapewne zdążyłeś zauważyć istnieją sprzedawcy, którzy nie mają żadnego problemu z rozpoczęciem rozmowy, i klienci sporadycznie „rzucają im słuchawką”. Istnieją też sprzedawcy, którzy tylko sporadycznie przechodzą dalej. W tym module skupimy się jak „zagaić” swojego potencjalnego klienta, aby zrobić na nim piorunujące pierwsze wrażenie.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Dlaczego System EDP nazwany jest nowoczesnym modelem sprzedaży?
- Pierwsze 20 sekund ma znaczenie, reguła 4x 20.
- Jak wypracować hak na uwagę.
- Sposoby na wywołanie konfuzji.
- W jaki sposób „przebijać się” przez sekretarki.

-- Dzień 3

MODUŁ 9: Badanie potrzeb Klienta, a może uśmierzanie bólu?

Badanie potrzeb jest kluczowym elementem, od którego należy rozpocząć proces sprzedaży. To właśnie nabycie i wykorzystanie tej umiejętności, otwiera drogę do sukcesu w sprzedaży. W tym module uczestnicy poznają główne motywatory zakupu klientów oraz nauczą się trafnie i skutecznie zadawać pytania, mające na celu precyzyjną diagnozę potrzeb klienta. Zrozumiemy również jakie najczęściej błędy są popełniane w procesie diagnozy potrzeb. **W module m.in. takie zagadnienia jak:**

- Motywatory zakupu, co tak naprawdę kupuje klient
- Badanie potrzeb klienta, a zadawanie pytań
- System wartości klienta a diagnoza potrzeb
- 3P – model diagnozy potrzeb klienta
- Realne potrzeby mylone ze stanowiskiem klienta lub jego opisem sytuacji
- Błędy w diagnozie potrzeb
- Jakie bóle mają moi klienci?

MODUŁ 10: Prezentacja oferty, która otwiera klienta na zamknięcie sprzedaży

Gdyby zapytać sprzedawców, po co prezentują ofertę, większość odpowie „żeby klient kupił”. To bardzo mylne myślenie, gdyż prezentacja oferty ma na celu przygotowanie klienta do późniejszego sprawnego sfinalizowania transakcji.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Co jest moim USP?
- Jakie jest moje ESP?
- Jak konstruować ofertę w oparciu o realne potrzeby klienta.
- Czym są sygnały sygnalizujące gotowość do zakupu?
- Jak prawidłowo akcentować to co dla klienta jest istotne.
- Jak powinien wyglądać mail, którego klient chce czytać
- Zdobywanie zobowiązań klienta

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 21

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Wprowadzenie do szkolenia (cele, harmonogram, integracja uczestników)	Patryk Jasiński	16-06-2025	08:00	08:15	00:15
2 z 21 Omówienie wniosków z dnia poprzedniego	Patryk Jasiński	16-06-2025	08:00	08:15	00:15
3 z 21 Moduł 1: Zarządzanie czasem i planowanie działań w sprzedaży	Patryk Jasiński	16-06-2025	08:15	10:15	02:00
4 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	16-06-2025	10:15	10:45	00:30
5 z 21 Moduł 2: Tworzenie planu i strategii sprzedaży	Patryk Jasiński	16-06-2025	10:45	12:45	02:00
6 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	16-06-2025	12:45	13:15	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 21 Moduł 3: Budowanie przewag konkurencyjnych	Patryk Jasiński	16-06-2025	13:15	15:15	02:00
8 z 21 Moduł 4: Powtarzalny i skalowalny proces sprzedaży	Patryk Jasiński	16-06-2025	15:15	16:00	00:45
9 z 21 Moduł 5: Skuteczny prospecting	Patryk Jasiński	17-06-2025	08:15	10:15	02:00
10 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	17-06-2025	10:15	10:45	00:30
11 z 21 Moduł 6: Budowanie i zarządzanie relacjami z klientem	Patryk Jasiński	17-06-2025	10:45	12:45	02:00
12 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	17-06-2025	12:45	13:15	00:30
13 z 21 Moduł 7: Typologia klientów – aspekt psychologiczny	Patryk Jasiński	17-06-2025	13:15	15:15	02:00
14 z 21 Moduł 8: Jak rozpoczynać rozmowę sprzedażową z przytupem	Patryk Jasiński	17-06-2025	15:15	16:00	00:45
15 z 21 Omówienie wniosków z dnia poprzedniego	Patryk Jasiński	18-06-2025	08:00	08:15	00:15
16 z 21 Moduł 9: Badanie potrzeb klienta	Patryk Jasiński	18-06-2025	08:15	10:15	02:00
17 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	18-06-2025	10:15	10:45	00:30
18 z 21 Wprowadzenie do dnia	Patryk Jasiński	18-06-2025	10:45	12:45	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 21 Moduł 10: Prezentacja oferty, która otwiera klienta na zamknięcie sprzedaży	Patryk Jasiński	18-06-2025	12:45	13:15	00:30
20 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	18-06-2025	13:15	15:15	02:00
21 z 21 Walidacja	Patryk Jasiński	18-06-2025	15:15	16:00	00:45

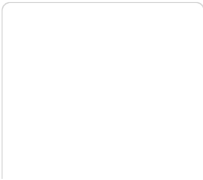
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 100,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	212,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,50 PLN
W tym koszt walidacji brutto	300,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	300,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1
Patryk Jasiński



Patryk od 14 lat działa w sprzedaży i jest jednym z najbardziej charyzmatycznych trenerów w Polsce. Jego energia i doświadczenie pomogły tysiącom sprzedawców osiągać lepsze wyniki.

Karierę szkoleniową rozpoczął w 2009 roku u czołowego operatora komórkowego, zdobywając tytuł najlepszego sprzedawcy. Do dziś aktywnie sprzedaje i prowadzi firmę outsourcingową Deal Makers. Jego sukcesy to m.in. sprzedaż za 2 mln zł przez telefon, wzrost sprzedaży o 230% w 8 miesięcy (poligrafia) i 300% w 2 lata (konsulting).

Przez 13 lat przeprowadził ponad 1600 warsztatów, spędzając 3000 dni szkoleniowych. Współpracował z firmami takimi jak Orange, Tauron, PKO BP, Ergo Hestia, Martes Sport, Saint Gobain i wieloma innymi. Jest również ekspertem na konferencjach (Forum Szefów Sprzedaży, Zgrupowanie Asów Sprzedaży) i wykładowcą MBA.

Autor książek o sprzedaży, m.in. „Telebohater”, „Zaprojektuj swoją sprzedaż” i „MVP sprzedaży”. Prywatnie honorowy dawca krwi, sportowiec i fan swojego psa Bombla.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają komplet materiałów szkoleniowych, w tym prezentację multimedialną, zestaw ćwiczeń praktycznych oraz skrypt zawierający kluczowe techniki sprzedażowe i narzędzia do planowania działań handlowych.

Adres

ul. Bytkowska 1a
40-147 Katowice
woj. śląskie

Sala A

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Igor Ginalski

E-mail igor.ginalski@megacentrumrozwoju.pl

Telefon (+48) 513 020 414