



HILLWAY Training &
Consulting Drumlak
i Sawicka Spółka
Jawna



Cold Calling – telefoniczne umawianie spotkań handlowych - TERMIN DO USTALENIA

Numer usługi 2025/02/04/10142/2539751

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 29.12.2025 do 30.12.2025

2 335,77 PLN brutto

1 899,00 PLN netto

145,99 PLN brutto/h

118,69 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie przeznaczone jest dla specjalistów działu sprzedaży. Cold Calling – telefoniczne umawianie spotkań handlowych skierowane jest do firm i instytucji, które chcą zwiększyć przychody ze sprzedaży wykorzystując istniejące już struktury Działów Sprzedaży poprzez pozyskanie nowych klientów.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	14
Data zakończenia rekrutacji	17-12-2025
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 "Cold Calling – telefoniczne umawianie spotkań handlowych" przygotowuje uczestników do skutecznego i profesjonalnego prowadzenia rozmów handlowych, których celem jest umówienie spotkania z potencjalnym przyszłym

klientem.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zrozumienie roli i technik Cold Callingu	Uczestnik szkolenia definiuje Cold Calling oraz zna jego znaczenie w procesie sprzedaży. Uczestnik szkolenia wie, jakie cele powinny być osiągnięte podczas rozmowy Cold Calling i jakie elementy wpływają na sukces w umawianiu spotkań.	Test teoretyczny
Rozwijanie umiejętności inicjowania rozmów telefonicznych z potencjalnymi klientami	Uczestnik szkolenia demonstruje umiejętność przełamywania pierwszych barier w rozmowie telefonicznej. Uczestnik szkolenia potrafi zastosować odpowiednie techniki radzenia sobie z odmową i przekonania klienta do dalszej rozmowy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Efektywne radzenie sobie z obiekcjami klientów w rozmowach Cold Calling	Uczestnik szkolenia zna typowe obiekcje klientów podczas rozmów Cold Calling oraz zna skuteczne reakcje na nie, wykorzystując odpowiednie techniki sprzedażowe i argumenty.	Test teoretyczny
Profesjonalne umawianie spotkań handlowych przez telefon	Uczestnik szkolenia potrafi prowadzić rozmowy telefoniczne, które skutecznie prowadzą do umówienia spotkania, dbając przy tym o profesjonalizm i odpowiednią prezentację oferty oraz firmy. Uczestnik szkolenia demonstruje umiejętność zamknięcia rozmowy w sposób, który potwierdza ustalenia spotkania i buduje dobrą relację na przyszłość.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

tak

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

tak

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

tak

Program

PROGRAM SZKOLENIA COLD CALLING – TELEFONICZNE UMAWIANIE SPOTKAŃ HANDLOWYCH

I. Zwiększenie motywacji do prowadzenia rozmów telefonicznych - trema, blokada przed dzwonieniem – jak motywować siebie, jak sobie z tym radzić?

- Przekonania i nawyki - mobilizujące i motywujące oraz powstrzymujące podejmowanie skutecznych działań
- Emocje i racje w decyzjach jakie podejmujemy – pozytywne programowanie siebie
- Analiza własnych emocji i umiejętność ich wykorzystywania do skuteczniejszego działania na polu zawodowym
- Sposoby wpływu na zmianę emocji
- Wywoływanie i wzmacnianie stanów koniecznych do działania i realizacji celów

II. Praca na mapie rozmowy telefonicznej uzupełniana o treści, które będą pomocne w zwiększaniu skuteczności i osiągnięciu celów.

III. Omówienie charakterystyki rozmowy, która ma na celu umówienie spotkania. Różne modele prowadzenia rozmów:

- umówienie spotkania – zaproszenie na spotkanie

- dane o problemach – zainteresowanie, zaintrygowanie Klienta, przejście do celu rozmowy

(Dyskusja moderowana – jak prowadzimy rozmowę, co jest skuteczne, co nie? Co możemy zmienić i na co?)

IV. SCHEMAT ROZMOWY – kontakt z sekretariatem, czyli pokonywanie bramek

1. Znamy imię i nazwisko osoby, do której dzwonimy
2. Nie znamy danych personalnych osoby decyzyjnej

(Metody: Odgrywanie scenek przy poszczególnych punktach, tworzenie bazy wiedzy, forum doświadczeń i rozwiązań wypracowanych wspólnie „A jak myślicie, co się zadzieje, gdy powiemy...”)

V. SCHEMAT ROZMOWY - KONTAKT Z OSOBĄ DECYZYJNĄ:

1. Powitanie: PPW – Rozpoczęcie rozmowy z klientem, pierwsza relacja
2. Przedstawienie siebie i celu telefonu/korzyści – zaintrygowanie
3. Budowanie relacji – otwarcie klienta na rozmowę
4. Badanie potencjału firmy - pytania sondujące potencjalnego Klienta: technika 3 x TAK
5. Zaproszenie do spotkania – prezentacja firmy bazująca na mowie pozytywnej
6. Pokonywanie obiekcji
7. Uzasadnienia/korzyści ze spotkania
8. Umówienie spotkania
9. Potwierdzenie i określenie dalszych kroków (w przypadku braku terminu umówienie ponownego kontaktu, prośba o przemyślenie, zapoznanie się z materiałem)
10. Zakończenie rozmowy

(Metody: dyskusja moderowana na podstawie określonego ćwiczenia porządkowego, czyli w zakresie opracowania „kroków” umawiania spotkań handlowych)

VI. Wypracowanie korzyści ze spotkania – czyli dlaczego warto się z nami spotkać w podziale na:

- Właściciele firm
- Dyrektorzy/Managerowie Działów, specjaliści w organizacjach
- Osoby decyzyjne z poszczególnych działów

- Inni, z którymi próbują umówić spotkania handlowcy

VI. Język korzyści, mocne pozytywne zwroty, zwroty grzecznościowe, para - język

VII. Umiejętne zadawanie pytań

IX. Typologia Klienta

X. Metody wywierania wpływu – praca z obiekcjami

XI. Wyzwania w rozmowie z Klientem (trudne sytuacje i sposoby radzenia sobie z nimi)

- Klient rozgadujący się (docelowo w kolejnych etapach szkolenia typologia klienta)
- Klient - trudne pytania - nie znam odpowiedzi - jak wybrnąć, co robić

XII. Informacje/notatki przydatne dla osoby spotykającej się z Klientem

- Pozycja osoby w organizacji – co o niej wiemy
- Jaki był przebieg rozmowy?
- Czy osoba zaangażowała się, czy było wyczuwalne zaciekawienie?
- Czy Klient wspominał, czego oczekuje wobec spotkania czy ewentualnie, jakie ma problemy obecnie?
- Czy został ustalony czas spotkania?

XIII. Dobre praktyki, które zwiększają efektywność

- Cele: np. umówię 5 spotkań w 2 h
- Planowanie ilości kontaktów

Do poprowadzenia szkolenia wskazaliśmy Trenerkę, która z sukcesami prowadziła projekty szkoleniowe z zakresu telefonicznego umawiania spotkań handlowych, gdyż przez wiele lat w największych call center odpowiadała za te działania. Ponadto, jest praktykiem, który doskonali swój warsztat na bieżąco, gdyż prowadzi własną firmę call center i realizuje wiele projektów związanych z kontaktem telefonicznym.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

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

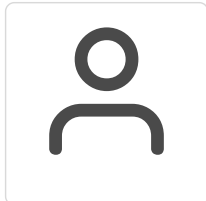
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 335,77 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 899,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	145,99 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Rafał Brożyna

PROFIL TRENERA:

18 lat doświadczenia w sprzedaży.

7 lat doświadczenia w outsourcingu sprzedaży jako Szef Szkoleń, Jakości i Rozwoju.

Ekspert w zakresie sprzedaży i obsługi klienta w kontakcie bezpośrednim i telefonicznym.

Coach sprzedaży w kontakcie bezpośrednim i telefonicznym.

Doświadczenie w tworzeniu i zarządzaniu działami szkoleń i jakości.

Doradca firm i instytucji w zakresie obsługi klienta, sprzedaży i zarządzania zespołami.

DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE:

Realizował liczne projekty szkoleniowe z zakresu sprzedaży i obsługi klienta, zarówno telefonicznej, jak i bezpośredniej. Koordynował i wdrażał różnorodne programy szkoleniowe, zarówno wewnętrznie w organizacjach, gdzie pracował jako Trener, jak i komercyjnie dla biznesu. Bogate doświadczenie zdobywał na stanowiskach Key Account Managera oraz Marketing Managera w firmie WiedzaNet, Kierownika Działu Szkoleń i Rekrutacji w Arteria S.A., Kierownika Działu Szkoleń i Jakości w Call Center Poland S.A. oraz Contact Point sp. z o.o. W tych rolach odpowiadał za tworzenie działów szkoleń i jakości, koordynowanie pracy Trenerów Wewnętrznych oraz prowadzenie coachingu, szkoleń i monitoringu pracowników.

SPECJALIZACJA:

Autorskie opracowanie, koordynowanie i prowadzenie projektów szkoleniowych zarówno w sprzedaży bezpośredniej jak również telefonicznej dla firm z zakresu szkoleń marketingowo – sprzedażowych (zarządzanie zespołem, techniki sprzedaży, profesjonalna obsługa klienta, skuteczny telemarketing)

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi:

Po realizacji szkolenia uczestnicy otrzymują materiał szkoleniowy w postaci podręcznika stworzonego przez Trenera HILLWAY, użytego w trakcie trwania warsztatów.

W zależności od zaangażowania uczestników i postępów prac – szkolenie prowadzone jest zgodnie z cyklem Kolba, Trener dopasowuje treści do potrzeb uczestników warsztatu.

Stosowane są **tips & tricks** oraz inne materiały dodatkowe, tworzone podczas aktywności uczestników szkolenia. Umożliwia to wspólne wypracowanie rozwiązań gotowych do implementacji w codziennej pracy uczestników.

W trakcie warsztatów dodatkowo może być wykorzystywana **prezentacja multimedialna, wyświetlana uczestnikom przy użyciu rzutnika**. Prezentacja jest traktowana jako uzupełnienie i zobrazowanie pewnych treści w myśl zasady jeden obraz wart więcej niż 1 000 słów. **Pracujemy warsztatowo z wykorzystaniem wirtualnej tablicy np. Padlet czy AnswerGarden.**

W trakcie szkolenia wykorzystywane są **testy, gry, case study, ćwiczenia indywidualne, w parach i grupowe**. Wówczas Uczestnicy zostają z poziomu Trenera podzieleni na mniejsze grupy, w których wykonują poszczególne zadania.

W ramach szkoleń stosowane są też innowacyjne rozwiązania angażujące uczestników i urozmaicające stosowane narzędzia. Są to **ankiety on-line np. Kahoot, quizlet.live, AnswerGarden**, gdzie Trener na bieżąco otrzymuje wyniki i może pokazać odpowiedzi np. w formie graficznej.

Przy szkoleniach **rekomendujemy pracę na rzeczywistych sytuacjach z codziennej pracy uczestników**. W celu aktywizacji wprowadzamy odpowiednie ćwiczenia, mające na celu wzmocnienie procesu grupowego.

Uczestnicy aktywnie pracują z Trenerem, wykorzystując nowatorskie rozwiązania technologiczne, tworząc praktyczne rozwiązania poruszanych kwestii **gotowe do zastosowania już po szkoleniu**.

Dodatkowo 14 dni po szkoleniu uczestnicy mają możliwość konsultacji e-mail dotyczących tematu szkolenia z Trenerem prowadzącym.

W trakcie szkolenia Trener uwzględnia indywidualne sytuacje z Państwa środowiska pracy, przedstawia narzędzia i rozwiązania gotowe do zastosowania już następnego dnia po szkoleniu!

Szkolenie kończy się:

- wypracowaniem listy pomysłów (nowe projekty, zmiany, usprawnienia) wraz z ustalonymi datami ich realizacji lub kryteriami oceny
- stworzeniem Indywidualnych Planów Działania

Warunki uczestnictwa

Podpisane zamówienie lub umowa zlecenia realizacji szkolenia otwartego lub szkolenia zamkniętego.

W SYTUACJI DOFINANSOWANIA SZKOLENIA ZE ŚRODKÓW PUBLICZNYCH W WYSOKOŚCI CO NAJMNIEJ 70%, USŁUGA JEST ZWOLNIONA Z PODATKU VAT.

Szkolenia otwarte są to szkolenia dla wszystkich chętnych. Na takie szkolenia przedsiębiorstwa mogą kierować swoich pracowników lub pracownicy firm, managerowie mogą zgłaszać się sami poprzez kontakt z wewnętrznym Działem HR, który zazwyczaj dysponuje budżetem na szkolenia otwarte.

<http://www.hillway.pl/harmonogram-wspolpracy/>

TRENER PROWADZĄCY:

Szkolenie otwarte prowadzi jeden Trener, praktyk ekspert biznesu.

SZKOLENIE OTWARTE HILLWAY

Zobacz Kalendarium Szkoleń Otwartych HILLWAY <http://www.hillway.pl/kalendarium-szkolen-szkolenia-otwarte-warszawa/>

Informacje dodatkowe

Cechą szkolenia HILLWAY jest interaktywność, którą uzyskujemy dzięki **nowoczesnym metodom aktywizacji uczestników** podczas warsztatów. W trakcie szkolenia Trener porusza wraz z uczestnikami kwestie dotyczące wyzwań w ich codziennej pracy.

Cena nie zawiera: (koszty po stronie Zleceniodawcy) – logistyka szkolenia

- zapewnienie wyposażonej sali szkoleniowej
- przerw kawowych oraz lunchu dla uczestników szkolenia i Trenera,
- zakwaterowanie i wyżywienie Trenera podczas szkolenia i na dzień przed szkoleniem

Uczestnicy otrzymują bogaty liczący ok. 40-60 stron Materiał szkoleniowy wraz z notatnikiem oraz w trakcie szkolenia hand-outy np. testy szkoleniowe, ćwiczenia.

Dodatkowo 14 dni po szkoleniu mają możliwość konsultacji e-mail dotyczących tematu szkolenia z Trenerem prowadzącym.

Adres

ul. Grażyny 13/15
02-548 Warszawa
woj. mazowieckie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Aleksandra Duszak

E-mail info@hillway.pl

Telefon (+48) 22 2502 282