

SANDLER™

Sandler Training
Polska Sp. z o.o.**Klinika Innowacyjnej Sprzedaży Sandlera
wg metodyki SANDLER SELLING
SYSTEM®**

Numer usługi 2025/02/27/26255/2587257

📍 Szczecin / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 80 h

📅 05.05.2025 do 17.06.2025

12 238,50 PLN brutto

9 950,00 PLN netto

152,98 PLN brutto/h

124,38 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	sprzedawcy, menedżerowie sprzedaży
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	15
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	80
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest wzmocnienie kompetencji sprzedażowych oraz zapoznanie i wdrożenie uczestników w innowacyjny model Sandler Selling System. Proces szkoleniowy umożliwi poznanie najważniejszych założeń modelu, przećwiczenie technik budowania relacji, zadawania pytań, kontraktowania, prezentowania rozwiązań, zamykania sprzedaży, czy wywierania wpływu oraz nabycie kompetencji społecznych jak aktywne słuchanie, umiejętność "dostrojenia się", budowanie relacji i „nowej” motywacji do działania.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik rozumie zasady Systemu Sprzedaży Sandlera i założenia narzędzia diagnostycznego Extended DISC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - rozpoznaje standardowy proces sprzedaży, a także jest świadomy najważniejszych pułapek i zagrożeń relacji handlowej; - rozróżnia psychologiczne gry klientów w procesie współpracy; - rozumie podstawowe założenia Sandler Selling System; - przechodzi badanie typologii osobowości w oparciu o Extended DISC; - definiuje kim jest jego klient w kontekście rozpoznania jego typu osobowości, czyli naturalnego sposobu zachowań; - wymienia elementy komunikacji z innymi, aby zbudować możliwie najlepszą relację z klientem, czyli tzw. sztukę dostrojenia. 	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik opanowuje techniki budowania relacji z klientami</p> <p>Uczestnik umie zadawać pytania w odpowiednim kierunku i we właściwym celu, aby utrzymywać kontrolę nad spotkaniem z klientem</p>	<ul style="list-style-type: none"> - definiuje elementy budowania innowacyjnej relacji z ludźmi w oparciu o techniki parafrazy, dowartościowania, czy odwartościowania; - charakteryzuje prawdziwe intencje rozmówcy z wykorzystaniem klaryfikacji i parafrazy kierunkowej; - wywiera umiejętnie wpływ na innych bazując na koncepcji dowodu społecznego, czyli tzw. „Historii z drugiej ręki”; - umiejętnie pracuje z obiekcjami i świadomie oraz spokojnie rozmawia o wątpliwościach klienta. - opanował sztukę wprowadzania trudnych tematów do rozmowy z klientem w oparciu o tzw. „Technikę Wprost”; - wie jak bronić się przed darmowym konsultingiem i zna taktyki zadawania pytań, a także związane z nimi trzy kierunki odwracania; - zachowuje kontrolę nad przebiegiem spotkania i panować nad kolejnością omawiania tematów; 	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik wie jak wywierać wpływ na klienta, aby ten otwierał się na jego argumentację i stosował się do ustaleń odnoszących się do przebiegu spotkania</p>	<ul style="list-style-type: none"> - opanował sztukę zmiany przekonania rozmówcy tzw. „Strategię Negatywnego Odwracania” - zna „Prawo do NIE” - wskazuje zasady zarządzania procesami zakupu oraz sprzedaży poprzez kontraktowanie ustaleń z klientami i zabezpieczanie uzgodnień. 	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik rozumie ideę bólu jako najsilniejszego motywatora przy zakupie i umie do niego nawiązać w przemyślany sposób</p>	<ul style="list-style-type: none"> - zna koncepcję trój etapowego procesu kwalifikacji prospekta - opanował pojęcia "ból" w sprzedaży i najważniejsze motywacje ludzi do zakupu - Uczestnik zna etapy przeprowadzania rozmowy przez tzw. "Lejek bólu" 	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik opanowuje techniki służące do weryfikacji budżetu</p>	<ul style="list-style-type: none"> - umie zweryfikować gotowość rozmówcy do podjęcia decyzji o rozwiązaniu problemu, z jakim się boryka; - zna i potrafi korzystać z technik zadawania pytań o jego budżet lub oczekiwania finansowe przy zakupie lub sprzedaży nieruchomości; - wie jak sprawdzać wiarygodność deklaracji swojego rozmówcy; - opanował kluczowe zasady tzw. „Mini-negocjacji”. 	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik rozumie jak wygląda proces decyzyjny Klienta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - umie weryfikować proces decyzyjny Klienta - potrafi wywierać wpływ na rozmówcę m.in. poprzez odpowiednie zadawanie pytań; - wie jak i kiedy podjąć decyzję o pełnej kwalifikacji rozmówcy i zdecydować, czy ten zostaje jego klientem, czy też współpraca nie ma sensu; 	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik umie prezentować w odniesieniu do potrzeb oraz bólu klienta, a także zamykać sprzedaż</p>	<ul style="list-style-type: none"> - zna elementy sprzedaży przy pomocy „ból”; - rozpoznaje emocjonalną decyzję klienta od razu po prezentacji; - wymienia wszystkie techniki konieczne do rozmowy o obietnicach klienta, a także potrafi zabezpieczyć jego decyzję o zakupie lub nawiązaniu współpracy; - analizuje własny wizerunek w oparciu o tzw. „30-sekundową bolesną reklamę”. 	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

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 (certyfikat) 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 (certyfikat) 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 (certyfikat) potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Program usługi to w praktyce czteromiesięczny trening sprzedażowy, ułożony w proces, w którym pomiędzy sesjami przewidziane są odstępy, podczas których uczestnicy wykonywać będą zadania wdrożeniowe. Przez cały proces uczestnikom towarzyszyć będzie aplikacja Improver, która nie pozwoli zapomnieć o poruszanych zagadnieniach podczas sesji szkoleniowej. Będzie też wymuszać aktywności, które pozwolą uczestnikom trwale wdrożyć metodykę Sandlera do działań, zmienić nastawienie na trwałą zmianę postaw, umiejętności i nawyków sprzedażowych.

Program oparty jest na modelu „Sandler Selling System” (wdrażanych wyłącznie w autoryzowanych biurach Sandler Training na świecie)

RAMOWY PROGRAM USŁUGI:

Złamschematbudowaniarelacji

- Jak zmieniły się "reguły gry" na rynku doradczym i dlaczego stare podejście już nie sprawdza się tak skutecznie?
- "Odczarowanie" sprzedaży - czym jest sprzedaż dziś oraz czy sprzedawać może każdy?
- Wprowadzenie do modelu Sandler Selling System.
- Dlaczego klienci obawiają się kontaktu z osobami, które chcą sprzedawać - optyka drugiej strony
- Jak budować zaufanie w relacji z klientem, zarówno na etapie sprzedaży, jak i podczas prowadzenia projektu
- Jak tworzyć szczerze i partnerskie relacje z klientem, pozbawione sztuczności, blichtru i "pustych" wzajemnych zobowiązań stron.
- Przestrzeń do powiedzenia "nie" - na ile pomaga w budowaniu wizerunku doradcy "premium"?

Kontraktowanie "up-front"

- Zarządzanie procesem rozmowy z klientem (na każdym etapie kontaktu).
- Ustalanie celu, agendy i wyniku każdego spotkania (lub rozmowy telefonicznej).
- Jak unikać pułapki bezpłatnego consultingu i przepalania czasu na procesy sprzedażowe z góry skazane na porażkę?

Ból, budżet, decyzja, kwalifikacja klienta

- Wprowadzenie do pojęcia "ból" i motywacji do zakupu.
- Wzmacnianie motywacji do zakupu (praca z "bólami").
- Lejek Bólu – strategia pytań. Jak umiejętnie zadawać pytania?
- Budowa przewagi w oparciu o eksperckie pytania.
- Weryfikacja gotowości klienta do podpisania umowy (budżet).
- Weryfikacja procesu decyzyjnego.
- Usprawnianie procesu decyzyjnego u klienta.

- Po czym poznać potencjał? Dlaczego umiejętna kwalifikacja klientów jest tak ważna?

Prezentacja

- Praca w modelu "najpierw pytaj, potem prezentuj".
- Jak prezentować, by porwać publikę?
- O mowie sprawczej słów kilka.
- Jak doprowadzić podczas rozmowy/prezentacji do dwóch słynnych Sandlerowych efektów na spotkaniu?

METODOLOGIA

Program oparty o metodykę Sandlera to nie jednorazowe szkolenie, nakierowane na rozwój punktowych umiejętności, ale kompleksowy system (proces) edukacyjny, którego rezultatem jest trwała zmiana w sposobie sprzedawania i podejścia do klienta (tzw. kulturze sprzedażowej).

Dzięki rozłożeniu całego procesu w czasie, zróżnicowanej metodologii, stałemu monitoringowi i permanentnemu wsparciu merytorycznemu, „nowa” wiedza sprzedażowa jest przez uczestników lepiej przyswajana i szybciej staje się częścią ich repertuaru zachowań.

Filozofia programów **SANDLER SELLING SYSTEM** opiera się na odejściu od metod proponowanych w tradycyjnych szkoleniach, w tym także od tradycyjnych etapów sprzedaży, i skierowaniu uwagi na wyzwania zakupowe klienta, jego gry psychologiczne i stosowanie niestandardowych mechanizmów wywierania wpływu. System Sandlera poddaje w wątpliwość dotychczasowe rozważania na temat:

- Co i jak powinien w rzeczywistości kontrolować sprzedawca w rozmowie z klientem?
- Jakie są etapy i zadania w kontakcie handlowym?
- Jakich technik i metod budowania relacji z klientem powinien używać handlowiec, a z czego powinien zrezygnować?
- Jak powinien postrzegać rolę swoją i klienta w relacji handlowej?
- Jak zbuduje osobisty komfort pracy?

Sala szkoleniowa z dostępem do światła dziennego i infrastruktury (toalety) oraz możliwością aranżacji stołów i krzeseł, z rzutnikiem multimedialnym i flipchartem.

Usługa jest realizowana w godzinach dydaktycznych. Przerwy (60 min/sesję) nie są wliczone do czasu szkolenia. Planowane godziny przerw: 10.30-10.45, 13.00-13.30, 15.30-15.45.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Wprowadzenie do modelu Sandler Selling System	Mariusz Łysy	05-05-2025	09:15	17:30	08:15
2 z 9 Budowanie innowacyjnej relacji	Mariusz Łysy	06-05-2025	09:00	17:15	08:15
3 z 9 Strategia negatywnego odwracania	Mariusz Łysy	19-05-2025	09:15	17:30	08:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 9 Budowanie motywacji do zakupu	Mariusz Łysy	20-05-2025	09:00	17:15	08:15
5 z 9 Badanie gotowości do zakupu/Rozmowa o budżecie/Mapowanie procesu decyzyjnego	Mariusz Łysy	02-06-2025	09:15	17:30	08:15
6 z 9 Sztuka prezentacji i zamykanie sprzedaży	Mariusz Łysy	03-06-2025	09:00	17:15	08:15
7 z 9 Rozmowa telefoniczna	Mariusz Łysy	16-06-2025	09:00	17:30	08:30
8 z 9 Warsztaty treningowe	Mariusz Łysy	17-06-2025	09:00	16:30	07:30
9 z 9 Walidacja/egzamin	-	17-06-2025	16:30	17:30	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	12 238,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 950,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	152,98 PLN
Koszt osobogodziny netto	124,38 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mariusz Łysy

Menedżer, kierownik zespołów sprzedażowych, szkoleniowiec, trener i konsultant, praktyk/trener z ponad 10 letnim doświadczeniem. Przez ponad 10 lat działający w sprzedaży i zarządzaniu zespołami w branży ubezpieczeniowej/finansowej. W latach 2004-2007 współtwórca projektów rozwojowych w zakresie rodzinnych planów finansowych i systemów wspierających pracę pośredników ubezpieczeniowych.

Ukończył Akademię Zarządzania Sprzedażą i Akademię Menedżera Sandler Training Polska.

Od 2020r. konsultant, trener w firmie Sandler Training Polska (zrealizował ponad 500 dni szkoleniowych), gdzie współpracuje ze średnimi i dużymi przedsiębiorstwami wspomagając ich działania w następujących obszarach: komunikacja i budowanie relacji w sprzedaży, techniki sprzedażowe wg metodyki Sandler Selling System, doradztwo w zakresie organizacji procesów sprzedaży i zarządzania sprzedażą, optymalizacja sprzedaży w zespole, zarządzanie zespołem sprzedażowym, negocjacje w biznesie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- **Podręcznik na licencji Sandler Training**, zawierający pełny materiał merytoryczny poruszany w trakcie zajęć oraz specjalnie opracowane materiały wspierające program (m.in. usprawniające indywidualną pracę wdrożeniową).
- Dostęp do **aplikacji mobilnej IMPROVER**, pełniącej funkcję "wirtualnego trenera/walidatora", który poprzez misje i quizy wyznacza zadania wdrożeniowe, waliduje i monitoruje wykorzystanie nowych umiejętności, a jednocześnie nagradza sukcesy i piętnuje zaniechania.

Informacje dodatkowe

Koszty szkolenia finansowane w całości lub co najmniej w 70% ze środków publicznych są zwolnione z VAT (ustawa o podatku od towarów i usług, ustawa o finansach publicznych)

Adres

Szczecin

Szczecin

woj. zachodniopomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Małgorzata Bogusławska

E-mail malgorzata.boguslawska@sandler.com

Telefon (+48) 787 078 018