



PATRINO SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ



Negocjacje koncepcji trade marketingowej z uwzględnieniem matematyki handlowej. Szkolenie stacjonarne.

Numer usługi 2025/03/14/121919/2623353

📍 Biłgoraj / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 18 h

📅 20.05.2025 do 21.05.2025

1 992,60 PLN brutto

1 620,00 PLN netto

110,70 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest skierowane do osób pełniących kluczowe role w zarządzaniu asortymentem, planowaniu półki oraz optymalizacji wyników sprzedażowych tj. zarząd, kierownicy sklepów, zastępcy kierowników oraz osoby odpowiedzialne za politykę cenową.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	19-05-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	18
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwój kompetencji uczestników w zakresie skutecznego przekonywania producentów i partnerów handlowych do koncepcji Trade Marketingu (TM) i strategii działania sieci handlowych. Uczestnicy nauczą się

wykorzystywać język korzyści, radzić sobie z obiekcjami oraz prowadzić rozmowy kontraktowe w sposób oparty na argumentacji, analizie danych i realnych korzyściach biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje kluczowe zasady przekonywania współroz mówców w kontekście trade marketingu (TM).	Uczestnik poprawnie wymienia i opisuje zasady skutecznej argumentacji.	Test teoretyczny
Analizuje błędy w argumentacji i ich wpływ na skuteczność negocjacji.	Uczestnik identyfikuje i klasyfikuje typy obiekcji oraz stosuje odpowiednie metody ich neutralizacji.	Test teoretyczny
Formułuje przekonujące argumenty dostosowane do różnych typów współroz mówców.	Uczestnik konstruuje poprawne argumenty uwzględniające profil współroz mówcy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Oblicza kluczowe wskaźniki efektywności kontraktowej (KPI) w relacjach z producentem.	Uczestnik poprawnie wylicza KPI na podstawie dostarczonych danych. Zadania obliczeniowe,	Test teoretyczny
Stosuje język korzyści w komunikacji dotyczącej TM.	Uczestnik przedstawia ofertę TM w języku korzyści.	Test teoretyczny
Argumentuje w zakresie zarządzania kategorią i miejscem produktu w sieci.	Uczestnik przedstawia poprawne uzasadnienie wyboru strategii TM.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Odpowiada na zastrzeżenia i obiekcje współroz mówców.	Uczestnik stosuje odpowiednie techniki neutralizowania obiekcji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Doskonalą własne umiejętności argumentacyjne poprzez analizę SWOT.	Uczestnik identyfikuje swoje mocne i słabe strony w argumentacji.	Test teoretyczny
Interpretuje efektywność ustaleń kontraktowych i analizuje osiągnięte cele biznesowe.	Uczestnik prawidłowo ocenia wpływ ustaleń TM na wyniki sprzedażowe.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, zaświadczenie o ukończeniu usługi szkoleniowej 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, zaświadczenie o ukończeniu usługi szkoleniowej 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, zaświadczenia o ukończeniu usługi szkoleniowej potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Szkolenie w głównej mierze oparte jest na ćwiczeniach indywidualnych, grupowych (w grupach 5-cio osobowych), dyskusji grupowej, grach symulacyjnych, prezentacji przykładów, mini wykładach.

Szkolenie prowadzone jest w formie godzin dydaktycznych 1h= 45min

Uczestnicy otrzymają na materiały autorskie, opracowane przez wykładowców-praktyków.

Dzień 1

MODUŁ 1: PRZEKONYWANIE PRODUCENTA DO KONCEPCJI TM I STRATEGII MARKETU

- Omówienie zasad przekonywania współroz mówców
- Najczęstsze błędy w przekonywaniu i ich konsekwencje
- Budowanie argumentów
- Matematyka pracy z producentem – analiza kontraktu i KPI
- Typy współroz mówców i dostosowanie argumentacji

MODUŁ 2: JĘZYK KORZYŚCI W TM

- Wprowadzenie do języka korzyści
- Różnica między cechami a korzyściami
- Przykłady skutecznej komunikacji korzyści
- Argumentacja w zakresie zarządzania kategorią i miejscem produktu w sieci
- Argumentacja w zakresie zasad i narzędzi promocji sprzedaży
- Ćwiczenia

Dzień 2

MODUŁ 3: RADZENIE SOBIE Z ZASTRZEŻENIAMI I OBIEKCJAMI

- Zastrzeżenia i obiekcje względem TM
- Metody radzenia sobie z obiekcjami
- Trudne pytania ze strony współroz mówców
- Ćwiczenia

MODUŁ 4: ĆWICZENIA ARGUMENTACYJNE 1X1

- Analiza SWOT własnych kompetencji argumentacyjnych
- Doskonalenie umiejętności skutecznego przekonywania
- Praktyczne zastosowanie wiedzy – analiza przypadków
- Wyliczenia efektywności ustaleń kontraktowych
- Analiza osiągniętych celów biznesowych

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Wprowadzenie do szkolenia.	Artur Dłubak	20-05-2025	09:00	09:15	00:15
2 z 16 MODUŁ 1: Przekonywanie producenta do koncepcji TM i strategii marketu – Zasady skutecznego przekonywania, najczęstsze błędy, techniki argumentacji	Artur Dłubak	20-05-2025	09:15	10:45	01:30
3 z 16 Przerwa kawowa	Artur Dłubak	20-05-2025	10:45	11:00	00:15
4 z 16 MODUŁ 1: Budowanie argumentów, analiza kontraktu i KPI, typy współzależności	Artur Dłubak	20-05-2025	11:00	12:30	01:30
5 z 16 Przerwa obiadowa	Artur Dłubak	20-05-2025	12:30	13:00	00:30
6 z 16 MODUŁ 2: Język korzyści w TM – Wprowadzenie do języka korzyści, argumentacja w zakresie zarządzania kategorią i miejscem produktu w sieci	Artur Dłubak	20-05-2025	13:00	14:30	01:30
7 z 16 Przerwa kawowa	Artur Dłubak	20-05-2025	14:30	14:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 16 MODUŁ 2: Argumentacja w zakresie promocji sprzedaży, ćwiczenia praktyczne	Artur Dłubak	20-05-2025	14:45	15:45	01:00
9 z 16 MODUŁ 3: Radzenie sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami – Identyfikacja obiekcji, techniki radzenia sobie z trudnymi pytaniami	Artur Dłubak	21-05-2025	09:00	10:30	01:30
10 z 16 Przerwa kawowa	Artur Dłubak	21-05-2025	10:30	10:45	00:15
11 z 16 MODUŁ 3: Ćwiczenia praktyczne – symulacje rozmów z producentem	Artur Dłubak	21-05-2025	10:45	12:15	01:30
12 z 16 Przerwa obiadowa	Artur Dłubak	21-05-2025	12:15	12:45	00:30
13 z 16 Przerwa obiadowa	Artur Dłubak	21-05-2025	12:15	12:45	00:30
14 z 16 MODUŁ 4: Ćwiczenia argumentacyjne 1x1 – Analiza SWOT, doskonalenie argumentacji, wyliczenia efektywności ustaleń kontraktowych	Artur Dłubak	21-05-2025	12:45	14:15	01:30
15 z 16 Podsumowanie szkolenia.	Artur Dłubak	21-05-2025	14:15	14:45	00:30
16 z 16 Walidacja efektów uczenia się.	-	21-05-2025	15:15	15:45	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 992,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 620,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	110,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Artur Dłubak

Ukończył m. in. zarządzanie przedsiębiorstwem na Fernakademie w Hamburgu, marketing i sprzedaż w WSHiFM w Warszawie oraz wprowadzanie innowacji i zmiany na York St John University w Yorku.

Jako jeden z nielicznych Polaków uzyskał dyplom Studium Zarządzania Supermarketami w instytucie IGA w Atlancie.

Od ponad 30 lat pracuje w sprzedaży sieciowej i dystrybucji FMCG/DIY, produkcji i handlu materiałami budowlanymi. Posiada doświadczenie w sprzedaży, produkcji, dystrybucji, supply chain oraz ogólnym zarządzaniu przedsiębiorstwem zdobytą na 4 kontynentach w środowisku zarówno małych firm jak i dużych korporacji. SPECJALIZACJA TRENERSKA:

Rozwój zespołów sprzedaży pod kątem technik sprzedaży oraz negocjacji. Zarządzanie na szczeblu managerskim i zarządczym.

Negocjacje z kupcami, hndlowe. Motywowanie zespołu. Zarządzanie zespołem sprzedaży. Wdrażanie zmian i innowacji.

Pełnił różne funkcje: dyrektora hipermarketów, zarządzania zapasami, supply chain, sprzedaży, marketingu i rozwoju biznesu, dyrektora generalnego w takich firmach, jak: Metro, Tesco, Leroy Merlin, Perekriostok, Dixy, Kreisel GmbH, Megapolis Group, IGA Russia, Barlinek Rosja. Od ponad pięciu lat jest aktywny w branży digital marketingu, jako konsultant oraz business training & coaching partner. Jest aktywny w konsultingu biznesowym, zarządzaniu start-upami oraz projektami optymalizacji firm od ponad 15 lat. Wyznaję zasadę, iż nie ma rzeczy niemożliwych, a firmy są na tyle skuteczne, na ile kompetentni są w nich ludzie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptów zostaną udostępnione dla uczestników podczas usługi oraz po jej realizacji.

Informacje dodatkowe

Metodyka szkolenia: Szkolenie w głównej mierze oparte jest na mini wykładach, prezentacji przykładów, dyskusji grupowej, które odbywają się pomiędzy blokami teoretycznymi.

Szkolenie prowadzone jest w formie godzin dydaktycznych 1h= 45min

Zaświadczenie o ukończeniu usługi wydane zostanie uczestnikowi z min. 80% obecnością.

Adres

ul. Tarnogrodzka 28

23-400 Biłgoraj

woj. lubelskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Besaraba

E-mail magdalena.besaraba@patrino.pl

Telefon (+48) 797 454 584