



FUNDACJA
ROZWOJU
KOMPETENCJI I
PRZEDSIĘBIORCZO
ŚCI PROAKTYWNI

★★★★★ 4,6 / 5
224 oceny

Akademia Sprzedaży i Negocjacji

Numer usługi 2025/03/25/137673/2646644

2 880,00 PLN brutto

2 880,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

📍 Kraków / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 30.01.2026 do 20.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Do udziału w szkoleniu zapraszamy sprzedawców, przedstawicieli handlowych, doradców klienta oraz wszystkich tych, którzy na co dzień mają bezpośredni kontakt z klientem..

Minimalna liczba uczestników

8

Maksymalna liczba uczestników

14

Data zakończenia rekrutacji

28-01-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do efektywnej sprzedaży i negocjowania w życiu zawodowym poprzez zdobycie wiedzy oraz umiejętności efektywnego komunikowania się i wywierania wpływu w rozmowie.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Uczestnik po udziale w szkoleniu: - charakteryzuje techniki oraz zasady, niezbędne w pracy profesjonalnego sprzedawcy, przedstawiciela handlowego, czy osoby obsługującej klientów, - charakteryzuje zasady prowadzenia profesjonalnej rozmowy handlowej zmierzającej do skutecznej finalizacji, - charakteryzuje zasady dotyczące prowadzenia negocjacji w sprzedaży, - charakteryzuje techniki pomagające zwiększać sprzedaż, - stosuje praktyki marketingowe wykorzystywane w dzisiejszych czasach, - charakteryzuje zasady budowanie strategii sprzedażowej w oparciu o proces prospectingowy, - definiuje Personal Branding w sprzedaży i jakie są jego założenia, - charakteryzuje zasady dotyczące kreowania wizerunku profesjonalnego handlowca, - omawia modele i trendy sprzedażowe obowiązujące wczoraj i dziś.	Uczestnik: - charakteryzuje techniki i zasady pracy handlowca w kontekście sytuacji sprzedażowej - charakteryzuje poprawną sekwencję i elementy rozmowy handlowej (np. otwarcie, badanie potrzeb, język korzyści, zamknięcie) - charakteryzuje główne etapy negocjacji i zasady przygotowania (BATNA, ustalenie celu, nastawienie negocjacyjne) - rozróżnia skuteczne techniki wspierające sprzedaż (np. upselling, cross-selling, język korzyści) - charakteryzuje współczesne metody marketingowe (np. content marketing, media społecznościowe, automatyzacja marketingu) - rozróżnia elementy procesu prospectingowego (definicja celu, profilu klienta, źródeł i metod dotarcia) - definiuje pojęcie Personal Branding i wskazuje jego podstawowe elementy (tożsamość, spójność, widoczność, wartości) - rozróżnia klasyczne i nowoczesne modele sprzedaży oraz identyfikuje zmiany w podejściu do klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Uczestnik po udziale w szkoleniu: - charakteryzuje różnorodne typy klientów oraz potrafi dostosować sposób komunikacji do zdiagnozowanego typu klienta, - prowadzi rozmowę z klientem tak, aby w naturalny sposób zmierzała do finalizacji sprzedaży, - używa zwrotów przydatnych i często niezbędnych w sprzedaży, - identyfikuje swoje mocne strony jako sprzedawcy i obszary do rozwoju.	Uczestnik: - rozróżnia typ klienta na podstawie opisu sytuacji - dobiera styl komunikacji do typu klienta - unika błędów komunikacyjnych (np. zbyt szybkie tempo dla klienta ostrożnego) - wskazuje właściwą kolejność etapów rozmowy (otwarcie, badanie potrzeb, prezentacja oferty, zamknięcie) - dobiera właściwe pytania (np. otwarte do badania potrzeb, zamykające do finalizacji) - dobiera poprawne i skuteczne zwroty handlowe (np. „Zauważyłem, że...”, „To rozwiązanie pomoże Panu w...”) - projektuje plan działania lub cel rozwojowy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Uczestnik po udziale w szkoleniu: - efektywnie komunikuje się z innymi oraz wywierać wpływ na innych, aby osiągnąć zamierzone cele.	Uczestnik: - w sytuacji problemowej wybiera strategię komunikacyjną opartą na aktywnym słuchaniu, argumentacji i asertywności	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Do udziału w szkoleniu zapraszamy sprzedawców, przedstawicieli handlowych, doradców klienta oraz wszystkich tych, którzy na co dzień mają bezpośredni kontakt z klientem.

W ramach szkolenia poruszymy zagadnienia:

1. Marka mojego produktu/ usługi.

- a. Czym jest marka, którą reprezentuję i co o niej wiem? (wizerunek i wartości marki, przewaga konkurencyjna- wyróżniki marki)
- b. Jaka jest strategia marketingowa mojej firmy? (segmentacja rynku- identyfikacja grup docelowych, sposoby dotarcia do potencjalnego klienta)
- c. Jakie potrzeby klienta zapewnia produkt/usługa, którą oferuję, czyli: „Dlaczego mam to kupić?”
- d. Najlepsze praktyki marketingowe obowiązujące w dzisiejszych czasach
- e. Strategia sprzedaży, czyli mój proces prospectingowy- proces poszukiwania klienta:
 - Jaki jest mój cel sprzedażowy?- definiowanie indywidualnych celów sprzedażowych
 - Kim jest mój klient?- definiowanie profilu mojego klienta
 - Gdzie znaleźć klienta?- definiowanie źródeł klientów
 - Jak dotrzeć do klienta?- definiowanie metod dotarcia do klienta

2. Moja marka osobista, czyli Personal Branding w sprzedaży

a. Marka własna

- Czym jest marka własna i co się na nią składa?
- Proces budowania marki własnej
- Podstawowe założenia „Personal Brandingu”, jako narzędzia do budowania trwałych i efektywnych relacji z partnerami biznesowymi i klientami

b. Kreowanie wizerunku profesjonalnego handlowca

- Elementy etykiety biznesowej
- Biznesowy „dress code”
- Diagnoza naturalnych predyspozycji i wspierających cech osobowościowych
- Przygotowanie do spotkania biznesowego

- Efekt pierwszego wrażenia

c. Body language- wykorzystanie komunikacji niewerbalnej w kontakcie z klientem

d. Komunikacja werbalna i jej wpływ na klienta

e. Spójność marki mojego produktu/usługi z moją marką osobistą

3. Mój proces sprzedaży

a. Czym tak naprawdę jest sprzedaż?

- Sprzedaż wczoraj i dziś- modele i trendy sprzedażowe
- Schematy myślenia o sprzedaży i ich eliminowanie
- Dlaczego jestem sprzedawcą?- czyli o motywacji wewnętrznej

b. Struktura procesu sprzedaży

- Otwarcie i budowanie relacji w sprzedaży
- Aktywne słuchanie i badanie potrzeb klienta
- Język korzyści w sprzedaży
- Zamknięcie sprzedaży

c. Psychologia zachowań klienta

- Rodzaje osobowości klientów- typologia klienta
- Psychologiczne uwarunkowania zachowań konsumentów

d. Iluzoryczna moc trików sprzedażowych

- Omówienie najczęściej wykorzystywanych przez handlowców trików sprzedażowych
- Wskazanie mocnych i słabych stron bazowania na trikach podczas sprzedaży

e. Powody oporu i zastrzeżeń klienta, m.in. stereotypy, brak relacji, niedostosowanie przebiegu rozmowy do potrzeb klienta, brak umiejętnego uświadomienia korzyści

f. Radzenie sobie z oporem i zastrzeżeniami w sprzedaży, czyli:

- Kim jest tzw. „trudny klient” i jak z nim postępować?
- „To jest za drogie!”, czyli jak wpływać na obiekcje klienta związane z ceną
- „Zawiodłem się na Was!”- czyli jak radzić sobie z reklamacjami klientów
- „Rację mam ja!”- jak postępować z klientem błędnie przekonany o swojej racji
- „Jesteśmy partnerami”- asertywność w relacji handlowiec- klient

g. „Sprzedałem i co dalej?”- jak powinien wyglądać profesjonalny serwis posprzedażowy

h. Nowe trendy w sprzedaży

4. Negocjacje w sprzedaży

a. Jaki jest cel negocjacji w sprzedaży

b. Zanim zaczniemy negocjować (gromadzenie informacji; bufor negocjacyjny – BATNA; punkty zwrotne)

c. Rodzaje/style procesów negocjacyjnych

d. Strategie negocjacyjne / nastawienie negocjacyjne

e. Główne etapy w negocjacjach

f. Techniki negocjacyjne

g. Win-win w negocjacjach: Jak dążyć do sytuacji win-win, w której obie strony czują, że wygrały?

Harmonogram szkolenia uwzględnia godziny dydaktyczne 45 minut oraz przerwy (częstotliwość przerw 15 minut po 2 godzinach zegarowych zajęć).

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	2 880,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 880,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Szczepanek

Anna Szczepanek- Certyfikowany trener biznesu, coach i doradca biznesowy. Na swoim koncie ma ponad 7000 godzin pracy doradczej, szkoleniowej i superwizyjnej oraz ponad 3000 godzin pracy coachingowej.

Specjalizuje się w szkoleniach i doradztwie biznesowym z zakresu sprzedaży i obsługi klienta, zarządzania pracownikami oraz wyzwiania potencjału pracowniczego. Skutecznie prowokuje do odkrywania i rezygnacji z utartych schematów myślenia hamujących rozwój i zastąpienia ich twórczym podejściem.

- Na jej koncie jest ponad 7000 godzin pracy szkoleniowej, doradczej i superwizyjnej oraz ponad 3000 godzin coachingu indywidualnego
- Prowadzi szkolenia:
 - sprzedażowe
 - menedżerskie
 - umiejętności osobistych (m.in. „Współpraca w zespole”; „Efektywność osobista”; „Komunikacja interpersonalna”)
- Doradza m.in. w zakresie sprzedaży, zarządzania pracownikami i wyzwiania potencjału pracowniczego (optymalizacja wykorzystania posiadanych zasobów)

- Prowadzi Assessment i Development Center pod kątem selekcji i doboru oraz awansu pracowników
- Projektuje autorskie programy szkoleniowe

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt do szkolenia oraz w zależności od potrzeby pliki dokumentów przygotowanych w dowolnym formacie przez prowadzącego szkolenie.

Informacje dodatkowe

Terminy szkoleń zostaną ustalone wspólnie po zebraniu się grupy i skonsultowaniu potrzeb poszczególnych uczestników. Harmonogram zostanie umieszczony co najmniej 5 dni przed rozpoczęciem szkolenia.

W kursie mogą wziąć udział osoby spoza projektu. Prosimy o kontakt w sprawie szczegółów.

Adres

pl. gen. Władysława Sikorskiego 2
31-115 Kraków
woj. małopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Fundacja Proaktywni

E-mail poczta@fundacjaproaktywni.pl

Telefon (+48) 533 442 199