



## Szkolenie: Sprzedaż i negocjacje w praktyce – skuteczna komunikacja z klientem

Numer usługi 2025/04/18/132672/2698415

4 800,00 PLN brutto  
4 800,00 PLN netto  
120,00 PLN brutto/h  
120,00 PLN netto/h

APM GRUPA  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ  
★★★★☆

📍 zdalna w czasie rzeczywistym  
🏠 Usługa szkoleniowa  
🕒 40 h  
📅 25.08.2025 do 29.09.2025

## Informacje podstawowe

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kategoria                       | Biznes / Sprzedaż                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Identyfikator projektu          | Kierunek - Rozwój                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Sposób dofinansowania           | wsparcie dla osób indywidualnych                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Grupa docelowa usługi           | Szkolenie skierowane jest do osób pracujących w sprzedaży, obsłudze klienta oraz negocjacjach handlowych – zarówno stacjonarnie, jak i telefonicznie. Uczestnikami mogą być pracownicy działów handlowych, doradcy klienta, telemarketerzy, przedstawiciele handlowi oraz osoby aspirujące do pracy w tych obszarach. |
| Minimalna liczba uczestników    | 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Maksymalna liczba uczestników   | 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Data zakończenia rekrutacji     | 24-08-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Forma prowadzenia usługi        | zdalna w czasie rzeczywistym                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Liczba godzin usługi            | 40                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0                                                                                                                                                                                                                                                                   |

# Cel

## Cel edukacyjny

Po ukończeniu usługi uczestnik będzie przygotowany do profesjonalnej obsługi klienta, prowadzenia efektywnych rozmów sprzedażowych oraz negocjacji handlowych. Zdobędzie umiejętności budowania relacji, radzenia sobie w sytuacjach trudnych i stresujących oraz stosowania zaawansowanych technik wpływu i argumentacji.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Metoda walidacji        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <p>Segment 1</p> <p>Wiedza</p> <p>Wyjaśnia zasady skutecznej komunikacji werbalnej i niewerbalnej w kontakcie z klientem.</p> <p>Omawia różnice między zachowaniem asertywnym, uległym i agresywnym.</p> <p>Charakteryzuje mechanizmy powstawania sytuacji konfliktowych i sposoby ich rozwiązywania.</p> <p>Wymienia techniki radzenia sobie z emocjami i stresem w środowisku zawodowym.</p> <p>Opisuje elementy profesjonalnej obsługi klienta, uwzględniając różne style osobowości.</p> | <p>Wskazuje różnice między komunikacją werbalną a niewerbalną w relacji z klientem.</p> <p>Opisuje wpływ tonu głosu, postawy ciała i mimiki na przebieg rozmowy.</p> <p>Charakteryzuje postawy asertywną, uległą i agresywną, podając ich cechy.</p> <p>Przedstawia przykłady sytuacji zawodowych, w których zachowania te mogą wystąpić.</p> <p>Opisuje źródła konfliktów i ich wpływ na jakość obsługi klienta.</p> <p>Wyjaśnia etapy narastania konfliktu i możliwe reakcje uczestników.</p> <p>Wymienia techniki radzenia sobie ze stresem w środowisku zawodowym.</p> <p>Tłumaczy znaczenie technik relaksacyjnych dla efektywności zawodowej.</p> <p>Podaje elementy składające się na profesjonalną obsługę klienta.</p> <p>Wyjaśnia, jak różne style osobowości klienta wpływają na sposób prowadzenia rozmowy.</p> | <p>Test teoretyczny</p> |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Metoda walidacji             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| <p>Segment 1</p> <p>Umiejętności</p> <p>Stosuje techniki aktywnego słuchania i zadawania pytań w rozmowie z klientem.</p> <p>Reaguje asertywnie w trudnych sytuacjach z klientem, utrzymując profesjonalizm.</p> <p>Dobiera adekwatne techniki komunikacyjne do typu klienta i sytuacji.</p> <p>Radzi sobie ze stresem zawodowym, wykorzystując poznane metody relaksacyjne.</p> <p>Rozwiązuje sytuacje konfliktowe z klientami w sposób spokojny i konstruktywny.</p> | <p>Wykorzystuje parafrazę, odzwierciedlanie i pytania otwarte w rozmowie z klientem.</p> <p>Stosuje pytania kierujące w celu diagnozy potrzeb klienta.</p> <p>Formułuje asertywne odpowiedzi w sytuacjach trudnych i konfliktowych.</p> <p>Zachowuje spokój i profesjonalizm podczas konfrontacyjnych interakcji.</p> <p>Dostosowuje sposób komunikacji do stylu zachowania rozmówcy.</p> | Prezentacja                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Rozpoznaje sygnały niewerbalne klienta i odpowiednio reaguje.</p> <p>Wykonuje proste ćwiczenia oddechowe i wizualizacyjne w sytuacji stresowej.</p> <p>Stosuje codzienne rutyny antystresowe w celu obniżenia napięcia.</p> <p>Proponuje klientowi konstruktywne rozwiązania w sytuacji sporu.</p> <p>Utrzymuje rzeczowy ton rozmowy nawet w przypadku krytyki lub reklamacji.</p>     | Analiza dowodów i deklaracji |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Metoda walidacji        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <p>Segment 2</p> <p>Wiedza</p> <p>Wskazuje techniki wywierania wpływu i perswazji w procesie sprzedaży.</p> <p>Opisuje etapy przygotowania do rozmowy handlowej i ich znaczenie.</p> <p>Wymienia metody prezentacji oferty dostosowane do typu klienta.</p> <p>Omawia najczęstsze techniki radzenia sobie z obiekcjami klientów.</p> <p>Charakteryzuje przyczyny wypalenia zawodowego w pracy handlowca i sposoby przeciwdziałania.</p> | <p>Wymienia techniki wywierania wpływu i perswazji stosowane w sprzedaży.</p> <p>Opisuje psychologiczne mechanizmy podejmowania decyzji zakupowych przez klientów.</p> <p>Przedstawia etapy przygotowania rozmowy handlowej i ich znaczenie dla skuteczności.</p> <p>Wskazuje elementy skutecznej prezentacji oferty handlowej.</p> <p>Charakteryzuje sposoby dostosowania języka sprzedaży do typu klienta.</p> <p>Wymienia popularne obiekcje klientów i techniki ich neutralizowania.</p> <p>Opisuje sposoby prowadzenia rozmowy o cenie z zastosowaniem argumentacji wartości.</p> <p>Wyjaśnia przyczyny wypalenia zawodowego w pracy handlowca.</p> <p>Wskazuje objawy wypalenia oraz konsekwencje ich ignorowania.</p> <p>Opisuje metody przeciwdziałania wypaleniu i utracie motywacji w sprzedaży.</p> | <p>Test teoretyczny</p> |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Metoda walidacji                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <p>Segment 2</p> <p>Umiejętności</p> <p>Tworzy prezentację sprzedażową opartą na języku korzyści.</p> <p>Analizuje potrzeby klienta i dopasowuje argumentację do jego oczekiwań.</p> <p>Stosuje techniki domykania transakcji i prowadzi rozmowy posprzedażowe.</p> <p>Reaguje na obiekcje klienta, wykorzystując poznane strategie sprzedażowe.</p> <p>Wdraża techniki zarządzania stresem i planowania działań sprzedażowych.</p> | <p>Tworzy prezentację handlową dopasowaną do potrzeb klienta i typu jego osobowości.</p> <p>Dobiera język korzyści i argumenty sprzedażowe do sytuacji klienta.</p> <p>Prowadzi rozmowę handlową z uwzględnieniem oczekiwań i obiekcji klienta.</p> <p>Finalizuje sprzedaż, stosując odpowiednie techniki domykania.</p> <p>Kontynuuje kontakt z klientem po zakończeniu transakcji, dbając o relację.</p> <p>Przeprowadza analizę problemów i sytuacji trudnych w sprzedaży.</p> <p>Dobiera kreatywne rozwiązania do nietypowych wyzwań zawodowych.</p> <p>Stosuje techniki twórczego myślenia w rozmowie z trudnym klientem.</p> <p>Monitoruje swoje zaangażowanie i rozpoznaje sygnały spadku motywacji.</p> <p>Wdraża metody zarządzania stresem i planowania działań sprzedażowych.</p> | <p>Prezentacja</p> <p>Analiza dowodów i deklaracji</p> |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Metoda walidacji        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <p>Segment 3</p> <p>Wiedza</p> <p>Wyjaśnia różnice między stylem negocjacji twardym, miękkim i pozycyjnym.</p> <p>Opisuje elementy przygotowania się do negocjacji oraz ich znaczenie dla wyniku rozmów.</p> <p>Wskazuje najczęstsze strategie i techniki manipulacyjne stosowane w negocjacjach.</p> <p>Charakteryzuje etapy procesu negocjacyjnego i zasady domykania rozmów.</p> <p>Omawia rolę emocji w negocjacjach i sposoby ich kontrolowania.</p> | <p>Wyjaśnia różnice między negocjacjami twardymi, miękkimi i pozycyjnymi.</p> <p>Wskazuje kluczowe elementy negocjacji, takie jak BATNA, dolna linia, punkt aspiracji.</p> <p>Charakteryzuje proces przygotowania się do rozmów negocjacyjnych.</p> <p>Opisuje znaczenie zbierania informacji o drugiej stronie negocjacji.</p> <p>Wymienia strategie negocjacyjne i warunki ich stosowania.</p> <p>Przedstawia techniki manipulacyjne wykorzystywane w trakcie negocjacji.</p> <p>Wskazuje sposoby rozpoznawania prób manipulacji werbalnej i niewerbalnej.</p> <p>Opisuje etapy procesu negocjacyjnego oraz działania charakterystyczne dla każdego z nich.</p> <p>Tłumaczy, jak emocje wpływają na skuteczność negocjatora.</p> <p>Przedstawia metody kontroli emocji w trudnych rozmowach handlowych.</p> | <p>Test teoretyczny</p> |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Kryteria weryfikacji                                                                      | Metoda walidacji             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| <p>Segment 3</p> <p>Umiejętności</p> <p>Planuje przebieg negocjacji, uwzględniając cele i możliwe scenariusze.</p> <p>Dobiera odpowiednie strategie negocjacyjne do typu rozmówcy.</p> <p>Reaguje na manipulacje i presję drugiej strony, zachowując profesjonalizm.</p> <p>Formułuje i prezentuje argumenty negocjacyjne w sposób przekonujący.</p> <p>Przełamuje impas negocjacyjny, proponując alternatywne rozwiązania.</p> | <p>Tworzy plan negocjacji uwzględniający cele, możliwe warianty i granice ustępstw.</p>   | Prezentacja                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Dobiera strategię negocjacyjną do rozmówcy i sytuacji rynkowej.</p>                    |                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Rozpoznaje stosowane przez drugą stronę taktyki i odpowiednio na nie reaguje.</p>      |                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Zachowuje profesjonalizm i spójność przekazu pod presją negocjacyjną.</p>              | Analiza dowodów i deklaracji |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Formułuje logiczne i przekonujące argumenty handlowe.</p>                              |                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Stosuje kontrargumenty w odpowiedzi na zastrzeżenia drugiej strony.</p>                |                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Prowadzi rozmowę negocjacyjną z uwzględnieniem emocji i potrzeb obu stron.</p>         |                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Proponuje alternatywne rozwiązania w sytuacji impasu.</p>                              |                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Rozpoznaje blef i stosuje adekwatne techniki obrony.</p>                               |                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Zamyka proces negocjacyjny, podsumowując ustalenia i zabezpieczając ich wykonanie.</p> |                              |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Metoda walidacji                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <p>Kompetencje społeczne (dla wszystkich segmentów)</p> <p>Komunikuje się z klientem w sposób spójny, świadomy i dopasowany do kontekstu.</p> <p>Zachowuje profesjonalną postawę w sytuacjach stresujących i konfliktowych.</p> <p>Buduje relacje z klientem oparte na zaufaniu, otwartości i szacunku.</p> <p>Współpracuje w zespole sprzedażowym, dzieląc się wiedzą i doświadczeniem.</p> <p>Rozpoznaje własne emocje i kontroluje je w celu utrzymania skuteczności w pracy.</p> <p>Przyjmuje konstruktywną krytykę i wykorzystuje ją do rozwoju zawodowego.</p> <p>Elastycznie reaguje na zmieniające się potrzeby i oczekiwania klientów.</p> <p>Wykazuje inicjatywę i odpowiedzialność w podejmowaniu decyzji zawodowych.</p> <p>Wspiera kulturę dialogu i otwartej komunikacji w organizacji.</p> <p>Podejmuje działania na rzecz podnoszenia jakości obsługi i etycznej sprzedaży.</p> | <p>Komunikuje się z klientem w sposób spójny i dopasowany do kontekstu sytuacji zawodowej.</p> <p>Reaguje spokojnie i profesjonalnie w trudnych, stresujących lub konfliktowych sytuacjach.</p> <p>Buduje relacje z klientami, opierając się na otwartości, empatii i wzajemnym szacunku.</p> <p>Współpracuje efektywnie w zespole, dzieląc się doświadczeniem i wspierając innych członków grupy.</p> <p>Rozpoznaje i kontroluje własne emocje w celu utrzymania jakości relacji interpersonalnych.</p> <p>Przyjmuje informację zwrotną i wykorzystuje ją do doskonalenia swojego działania.</p> <p>Dostosowuje sposób działania do potrzeb klientów oraz zmieniających się warunków.</p> <p>Wykazuje inicjatywę w działaniu, proponując rozwiązania i podejmując decyzje z odpowiedzialnością.</p> <p>Buduje atmosferę sprzyjającą otwartej komunikacji w relacjach zawodowych.</p> <p>Podejmuje działania na rzecz podnoszenia jakości obsługi i etycznego podejścia do sprzedaży i negocjacji.</p> | <p>Test teoretyczny</p> <p>Analiza dowodów i deklaracji</p> |

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

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

Certyfikat otrzymany po ukończeniu szkolenia zawiera szczegółowe informacje dotyczące osiągniętych efektów edukacyjnych przez uczestnika.

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

Certyfikat potwierdza, przeprowadzenie procesu walidacji zgodnie ze zdefiniowanymi działaniami.

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

Certyfikat potwierdza, że proces walidacji jest niezależny od etapu szkolenia, a obiektywność trenerów przeprowadzających walidację jest zagwarantowana.

# Program

## Segment 1: Profesjonalna obsługa klienta (2 dni)

### Dzień 1

#### Test z wiedzy początkowej

#### Rozdział 1: Komunikacja z klientem

1. Budowanie zaufania poprzez styl komunikacji.
2. Dopasowanie języka do emocji rozmówcy.
3. Rozpoznawanie i odczytywanie sygnałów niewerbalnych.
4. Kluczowe zasady komunikacji dwustronnej.
5. Szybkie przełamywanie bariery pierwszego kontaktu.

#### Przerwa

#### Rozdział 2: Asertywność i rozwiązywanie konfliktów

1. Stosowanie komunikatu „ja” w trudnych rozmowach.
2. Odróżnianie zachowań asertywnych od agresywnych i uległych.
3. Techniki radzenia sobie z krytyką klienta.
4. Rozpoznawanie typowych sytuacji konfliktowych.
5. Stosowanie opanowania i rzeczowości w reakcji.

#### Przerwa

#### Rozdział 3: Zarządzanie emocjami w kontakcie z klientem

1. Rozpoznawanie emocji własnych i cudzych.
2. Sposoby kontrolowania emocji w stresujących sytuacjach.
3. Wzmacnianie pozytywnego nastawienia w relacji z klientem.
4. Ćwiczenia zwiększające inteligencję emocjonalną.
5. Radzenie sobie z emocjami „toksycznych” klientów.

#### Przerwa

#### Rozdział 4: Techniki komunikacyjne w praktyce

1. Ćwiczenia z aktywnego słuchania i zadawania pytań.
2. Wykorzystywanie parafrazy i odzwierciedlania w rozmowie.
3. Reagowanie na sygnały niewerbalne klienta.
4. Prowadzenie rozmów z trudnymi osobami.
5. Scenki sytuacyjne z analizą zachowań.

### Dzień 2

#### Rozdział 5: Obiekcje i reklamacje klientów

1. Identyfikowanie prawdziwych zastrzeżeń klienta.
2. Typowe postawy klientów niezadowolonych.
3. Formułowanie rozwiązań odpowiadających na potrzeby klienta.
4. Asertywna reakcja na krytykę i roszczenia.

5. Przyjmowanie reklamacji z zachowaniem spokoju.

#### **Przerwa**

### **Rozdział 6: Konflikty i równowaga emocjonalna**

1. Fazy konfliktu i sposoby ich rozpoznawania.
2. Zasady konstruktywnego reagowania na konflikt.
3. Techniki deeskalacji napięcia w rozmowie.
4. Zachowanie równowagi między reakcją a emocjami.
5. Utrzymanie profesjonalizmu w sytuacjach napiętych.

#### **Przerwa**

### **Rozdział 7: Techniki relaksacyjne i antystresowe**

1. Proste ćwiczenia oddechowe na szybkie uspokojenie.
2. Stosowanie wizualizacji dla zmiany nastawienia.
3. Odreagowywanie napięcia przez ruch i świadome rozluźnienie.
4. Sposoby na odzyskanie spokoju w pracy.
5. Praktyczne triki do stosowania „na co dzień”.

#### **Przerwa**

### **Rozdział 8: Podsumowanie i wdrożenie**

1. Koło życia – diagnoza i cele rozwojowe.
2. Start: co wdrażam od zaraz w pracy.
3. Stop: z jakich nawyków rezygnuję.
4. Continue: co już działa i chcę utrzymać.
5. Indywidualny plan działania po szkoleniu.

#### **Test z wiedzy końcowej**

## **Segment 2: Zaawansowane techniki sprzedaży. Budowanie relacji (2 dni)**

### **Dzień 1**

#### **Test z wiedzy początkowej**

### **Rozdział 1: Psychologia sprzedaży i wpływu**

1. Poznanie mechanizmów podejmowania decyzji przez klientów.
2. Wykorzystanie zasad wpływu społecznego w sprzedaży.
3. Różnice między sprzedażą bezpośrednią a telefoniczną.
4. Rola emocji i zaangażowania w procesie sprzedaży.
5. Znaczenie aktywnego słuchania w rozmowie z klientem.

#### **Przerwa**

### **Rozdział 2: Przygotowanie do rozmowy sprzedażowej**

1. Rozpoznawanie potrzeb i motywów zakupowych klienta.
2. Tworzenie skutecznej prezentacji oferty telefonicznej.
3. Dopasowanie języka i tonu do klienta.
4. Przygotowanie odpowiedzi na typowe obiekcje.
5. Planowanie rozmowy z uwzględnieniem możliwych scenariuszy.

#### **Przerwa**

### **Rozdział 3: Rozmowa z klientem – techniki i błędy**

1. Pierwsze 30 sekund rozmowy – jak zainteresować klienta.
2. Autoprezentacja i prezentowanie celu rozmowy.
3. Reagowanie na odmowę i unikanie zrażenia klienta.
4. Rozpoznawanie emocji i typów klientów.
5. Unikanie błędów w komunikacji i niefortunnych sformułowań.

## **Przerwa**

### **Rozdział 4: Argumentacja i rozmowa o cenie**

1. Uzasadnianie wartości oferty językiem korzyści.
2. Techniki radzenia sobie z obiekcjami cenowymi.
3. Prezentowanie ceny w sposób akceptowalny dla klienta.
4. Zastosowanie metod kotwiczenia i pustych opcji.
5. Odpowiednia argumentacja w przypadku rabatów.

## **Dzień 2**

### **Rozdział 5: Finalizacja sprzedaży i relacja z klientem**

1. Techniki domykania transakcji i wzmacniania decyzji.
2. Tworzenie wrażenia pilności i wartości oferty.
3. Utrzymywanie relacji z dotychczasowymi klientami.
4. Zbieranie poleceń i referencji po sprzedaży.
5. Komunikacja w sytuacji, gdy klient nie kupił.

## **Przerwa**

### **Rozdział 6: Twórcze podejście do trudnych sytuacji**

1. Identyfikacja typowych problemów sprzedażowych.
2. Analiza barier psychologicznych i rutyny.
3. Generowanie rozwiązań metodą „co bym zrobił na miejscu klienta?”.
4. Ćwiczenia kreatywnego myślenia i zamiany wad w zalety.
5. Zastosowanie technik twórczych w sytuacjach reklamacyjnych.

## **Przerwa**

### **Rozdział 7: Motywacja i wypalenie zawodowe**

1. Czynniki motywujące i demotywuujące w sprzedaży.
2. Objawy wypalenia – kiedy się niepokoić.
3. Różne typy wypalenia i sposoby ich rozpoznania.
4. Wpływ stresu i presji na spadek zaangażowania.
5. Strategie odbudowy motywacji do pracy.

## **Przerwa**

### **Rozdział 8: Stres i równowaga w pracy handlowca**

1. Stres dobry vs. stres szkodliwy w sprzedaży.
2. Techniki poznawcze i behawioralne redukcji napięcia.
3. Asertywność jako narzędzie ochrony przed wypaleniem.
4. Znaczenie snu, regeneracji i odpoczynku.
5. Równowaga między pracą a życiem prywatnym.

## **Test z wiedzy końcowej**

## **Segment 3: Negocjacje handlowe (1 dzień)**

### **Dzień 1**

#### **Test z wiedzy początkowej**

#### **Rozdział 1: Podstawy i style negocjacyjne**

1. Wprowadzenie do rodzajów negocjacji: twarde, miękkie, pozycyjne.
2. Kluczowe pojęcia: BATNA, dolna linia, punkt aspiracji.
3. Rola emocji w procesie negocjacyjnym i sposoby ich kontroli.
4. Style negocjacyjne – jak rozpoznać swój i cudzy.
5. Zasady kooperacji i tworzenia "pomostu" między stronami.

## **Przerwa**

Rozdział 2: Przygotowanie do negocjacji

- 1. Wyznaczanie celu głównego i celów pośrednich.
- 2. Analiza mocnych i słabych punktów swojej pozycji.
- 3. Zbieranie informacji o partnerze negocjacyjnym.
- 4. Dobór argumentów i przewidywanie możliwych scenariuszy.
- 5. Planowanie struktury spotkania negocjacyjnego.

Przerwa

Rozdział 3: Techniki prowadzenia negocjacji

- 1. Rozpoczynanie negocjacji i budowanie atmosfery współpracy.
- 2. Identyfikacja stylu i strategii drugiej strony.
- 3. Techniki przełamywania impasu i "twardych punktów".
- 4. Sposoby radzenia sobie z presją i emocjami.
- 5. Domykanie rozmowy i finalizowanie ustaleń.

Przerwa

Rozdział 4: Strategie i pułapki negocjacyjne

- 1. Wybór odpowiedniej strategii do sytuacji i rozmówcy.
- 2. Reagowanie na manipulacje i techniki wywierania presji.
- 3. Rozpoznawanie blefów i sygnałów ostrzegawczych.
- 4. Sposoby obrony przed „brudnymi” chwytami negocjacyjnymi.
- 5. Utrzymanie pozytywnej relacji mimo trudnych warunków rozmowy.

Test z wiedzy końcowej

# 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 | 4 800,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 4 800,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 120,00 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 120,00 PLN   |

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Krzysztof Fruba

33 lata doświadczenia w marketingu, sprzedaży, praca w agencjach reklamowych, kierowanie agencji reklamowymi, wykładowca akademicki, wieloletni szef działu sprzedaży i obsługi klienta w agencjach reklamowych, ponad 10 letnie doświadczenie w branży szkoleniowej i trenerskiej. Od lat prowadzi szkolenia dotyczące działań marketingowych zarządzania przedsiębiorstwami, zatrudniania pracowników i oceny ich pracy.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe zgodne z opisem zagadnień omawianych podczas szkolenia.

### Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

Usługa może być dostosowana do potrzeb uczestników programu Kierunek Rozwój zarówno pod względem terminu, jak i zagadnień programowych.

W ramach szkolenia zostanie przeprowadzony test z wiedzy teoretycznej na początku i końcu szkolenia. Przerwy nie wliczają się w czas szkoleniowy.

## Warunki techniczne

Szkolenie prowadzone będzie na platformie Google Meet.

Instrukcja korzystania ze szkolenia znajduje się w linku: <https://apmprojekt.com.pl/SzkoleniaOnline.pdf>

Na szkolenie można zalogować się poprzez aplikację Google Meet na telefonie, komputerze lub tablecie oraz przez link wklejony do przeglądarki.

Link do szkolenia:

## Kontakt



## Ewa Polowczyk

**E-mail** [ewa.polowczyk@apmedukacja.pl](mailto:ewa.polowczyk@apmedukacja.pl)

**Telefon** (+48) 655 047 869