Możliwość dofinansowania

APM GRUPA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

4,4 / 5

662 oceny

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

Numer usługi 2025/04/18/132672/2698415

5 904,00 PLN brutto
4 800,00 PLN netto
147,60 PLN brutto/h
120,00 PLN netto/h

zdalna w czasie rzeczywistym
Usługa szkoleniowa
40 h
25.08.2025 do 29.09.2025

Informacje podstawowe

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

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

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

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

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

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

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

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

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 demotywujące 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	5 904,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	147,60 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

Dla uczestników projektów dofinansowanych w co najmniej 70% - VAT Z.W.

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

Kamil Hermanowski

E-mail kamil.hermanowski@apmedukacja.pl

Telefon (+48) 518 394 440