

**Akademia Sprzedaży i Negocjacji**

Numer usługi 2025/06/10/137673/2806236

2 880,00 PLN brutto

2 880,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

FUNDACJA
ROZWOJU
KOMPETENCJI I
PRZEDSIĘBIORCZO
ŚCI PROAKTYWNI

★★★★★ 4,6 / 5

204 oceny

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🎓 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 01.12.2025 do 18.12.2025

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	5
Maksymalna liczba uczestników	14
Data zakończenia rekrutacji	27-11-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
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

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 przekonanym 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 szkoleniu może wziąć udział każda osoba posiadająca dofinansowanie lub nie, skierowana przez pracodawcę na szkolenie lub uczestnicząca w nim z własnej inicjatywy

Prosimy o kontakt w sprawie szczegółów.

Warunki techniczne

Komputer/urządzenie mobilne z dostępem do Internetu.

Kontakt



Fundacja Proaktywni

E-mail szkolenia@fundacjaproaktywni.pl

Telefon (+48) 533 442 199