Możliwość dofinansowania

Strategie skutecznej sprzedaży – uniwersalne narzędzia sprzedażowe w praktyce

Numer usługi 2025/06/12/21247/2812838

4 182,00 PLN brutto
3 400,00 PLN netto
209,10 PLN brutto/h
170,00 PLN netto/h

TOMASZ KOPCZYŃSKI "SYNERGIA"

4,8 / 5
296 ocen

Niepruszewo / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Usługa szkoleniowa
20 h
25.08.2025 do 27.08.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest przeznaczone dla: • Pracowników firm działających w zakresie doradztwa technicznego (PKD 71.12.Z), którzy chcą rozwijać swoje umiejętności sprzedażowe i komunikacyjne. • Przedstawicieli handlowych i właścicieli firm e-commerce (PKD 47.91.Z), pragnących skuteczniej zarządzać sprzedażą online i budować długofalowe relacje z klientami. • Menedżerów i specjalistów ds. sprzedaży, którzy chcą poznać uniwersalne techniki sprzedażowe i dostosować je do specyfiki swoich branż. • Osób odpowiedzialnych za prezentację oferty technicznej i sprzedaż usług lub produktów w modelu B2B oraz B2C.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	24-08-2025
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	20
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

Szkolenie przygotowuje uczestników do efektywnego stosowania uniwersalnych technik sprzedażowych, dostosowanych zarówno do doradztwa technicznego, jak i e-commerce. Uczestnicy zdobędą wiedzę i umiejętności w zakresie:

Analizy potrzeb klientów i personalizacji oferty.
Stosowania narzędzi perswazji i wpływu w procesie sprzedaży.
Budowania relacji z klientami i zwiększania ich lojalności.
Optymalizacji procesów sprzedażowych w różnych modelach biznesowych (offline i online).

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozróżnia kluczowe motywacje zakupowe klientów oraz elementy psychologii wpływające na decyzje zakupowe.	Uczestnik wskazuje różne motywacje zakupowe i przyporządkowuje je do odpowiednich postaw klientów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje skuteczne techniki komunikacji werbalnej i niewerbalnej stosowane w procesie sprzedaży.	Uczestnik przyporządkowuje techniki komunikacyjne do kontekstu sprzedażowego oraz ocenia ich skuteczność w budowaniu relacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje sposoby budowania relacji z klientem i dopasowania stylu komunikacji do jego typu	Uczestnik wybiera adekwatne techniki budowania relacji do charakterystyki klienta oraz analizuje wpływ stylu komunikacji na poziom zaufania.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik odróżnia specyfikę sprzedaży doradczej od sprzedaży w modelu e-commerce.	Uczestnik wskazuje różnice w działaniach handlowych w doradztwie technicznym i sprzedaży online, uwzględniając specyfikę relacji B2B i B2C.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje działania zwiększające wartość koszyka zakupowego oraz poziom personalizacji oferty.	Uczestnik dobiera techniki cross-sellingu, up-sellingu i personalizacji do różnych scenariuszy sprzedażowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje zasady perswazji oraz techniki wpływu w procesie sprzedaży w różnych branżach.	Uczestnik wskazuje zasady wpływu i analizuje ich zastosowanie w etycznym kontekście relacji z klientem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje typowe obiekcje klientów i przyporządkowuje do nich odpowiednie techniki ich przełamywania.	Uczestnik klasyfikuje obiekcje i dobiera do nich adekwatne odpowiedzi oraz analizuje skuteczność zastosowanej strategii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozróżnia działania obsługi posprzedażowej oraz sposoby budowania lojalności w modelach doradczych i e-commerce.	Uczestnik porównuje działania posprzedażowe w obu modelach oraz przypisuje im funkcję budowania lojalności i pozytywnego wizerunku marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje kluczowe elementy doświadczenia klienta (Customer Experience) i ich wpływ na decyzje zakupowe.	Uczestnik analizuje przykłady działań zwiększających satysfakcję klienta oraz ocenia ich skuteczność w różnych punktach styku z marką.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik analizuje dane rynkowe oraz formułuje strukturę strategii sprzedażowej dostosowanej do branży.	Uczestnik wyznacza cele sprzedażowe, dobiera mierniki sukcesu i przypisuje konkretne działania operacyjne do etapu wdrażania strategii.	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

Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

Moduł 1: Podstawy skutecznej sprzedaży

1. **Psychologia sprzedaży – uniwersalne zasady**
   - Dlaczego klienci kupują? Różne motywacje zakupowe.
   - Zasady budowania zaufania w kontakcie z klientem.
2. **Komunikacja w sprzedaży**
   - Techniki skutecznej komunikacji werbalnej i niewerbalnej.
   - Sztuka zadawania pytań i aktywnego słuchania.

3. **Pierwsze wrażenie i budowanie relacji**
   - Kluczowe elementy udanego kontaktu z klientem.
   - Adaptacja podejścia do różnych typów klientów.

Moduł 2: Techniki sprzedaży w różnych modelach biznesowych

1. **Specyfika sprzedaży usług doradczych (PKD 71.12.Z)**
   - Budowanie pozycji eksperta w doradztwie technicznym.
   - Sprzedaż wartości: Jak wyceniać wiedzę i doświadczenie?
   - Obsługa klientów biznesowych – B2B.

2. **Sprzedaż detaliczna w e-commerce (PKD 47.91.Z)**
   - Kreowanie doświadczenia klienta online.
   - Cross-selling, up-selling i personalizacja w sprzedaży internetowej.
   - Rola marketingu w sprzedaży online – content marketing, SEO i reklamy.

3. **Zasady perswazji i wpływu w różnych branżach**
   - Jak wykorzystać zasady Cialdiniego w praktyce?
   - Techniki radzenia sobie z obiekcjami klientów.

4. **Praktyczne ćwiczenia sprzedażowe**
   - Scenariusze dostosowane do obu branż.
   - Rozwiązywanie problemów klientów – symulacje i analiza przypadków.

Moduł 3: Rozwój długoterminowych relacji z klientami

1. **Obsługa posprzedażowa i budowanie lojalności**
   - Jak utrzymać relacje z klientem po zakończeniu transakcji?
   - Znaczenie obsługi klienta w budowaniu marki.

2. **Customer Experience – jak sprawić, by klienci wracali?**
   - Kluczowe różnice między obsługą klientów w doradztwie technicznym a e-commerce.
   - Tworzenie pozytywnych doświadczeń zakupowych.

3. **Tworzenie strategii sprzedażowej**
   - Analiza rynku i potrzeb klientów w obu branżach.
   - Wyznaczanie celów sprzedażowych i mierników sukcesu.
   - Planowanie działań – od strategii do realizacji.
   - walidacja

Metody szkoleniowe:

- Interaktywne wykłady z przykładami branżowymi.
- Warsztaty praktyczne i symulacje sprzedażowe.
- Analiza rzeczywistych przypadków.
- Konsultacje indywidualne i praca nad strategią.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 9 Psychologia sprzedaży i motywacje zakupowe klientów	Robert Zembrowski	25-08-2025	08:00	10:00	02:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
2 z 9 Skuteczna komunikacja w procesie sprzedaży	Robert Zembrowski	25-08-2025	10:00	12:00	02:00	Tak
3 z 9 Typologia klientów i dopasowanie stylu sprzedaży	Robert Zembrowski	25-08-2025	12:00	15:00	03:00	Tak
4 z 9 Sprzedaż doradcza B2B – budowanie eksperckiej pozycji	Robert Zembrowski	26-08-2025	08:00	10:00	02:00	Tak
5 z 9 Sprzedaż online – e-commerce i klient detaliczny	Robert Zembrowski	26-08-2025	10:00	12:00	02:00	Tak
6 z 9 Perswazja i ćwiczenia praktyczne sprzedażowe	Robert Zembrowski	26-08-2025	12:00	15:00	03:00	Tak
7 z 9 Utrzymanie klienta i obsługa posprzedażowa	Robert Zembrowski	27-08-2025	08:00	10:00	02:00	Tak
8 z 9 Tworzenie strategii sprzedażowej	Robert Zembrowski	27-08-2025	10:00	13:00	03:00	Tak
9 z 9 Walidacja efektów uczenia się – test z automatyczni e generowaną odpowiedzią	Robert Zembrowski	27-08-2025	13:00	14:00	01:00	Tak

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 182,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	209,10 PLN
Koszt osobogodziny netto	170,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

Robert Zembrowski

Robert Zembrowski – doświadczony trener biznesu, praktyk sprzedaży z ponad 25-letnim stażem, specjalizujący się w szkoleniach, warsztatach i treningach umiejętności w obszarze sprzedaży, negocjacji i psychologii biznesu. W ostatnich 5 latach aktywnie rozwijał swoje doświadczenie sprzedażowe, realizując ponad 100 szkoleń z udziałem lekarzy medycyny – liderów opinii (Key Opinion Leaders) oraz prowadząc intensywne działania sprzedażowe, których efektem była własna sprzedaż przekraczająca 50 mln zł.

Karierę zawodową rozpoczął jako Przedstawiciel Medyczny w firmie Zentiva, a następnie jako Przedstawiciel Naukowy w GlaxoSmithKline – wiodących firmach farmaceutycznych. Przez 10 lat pracy w sektorze sprzedaży farmaceutycznej osiągał wysokie wyniki, łącząc edukację lekarzy z realizacją celów sprzedażowych. Pełnił również funkcję Consulting Managera w G-Pharma Consulting oraz Dyrektora Sprzedaży w firmie z branży ochrony zdrowia, gdzie zarządzał działem sprzedaży i marketingu.

Jest także certyfikowanym terapeutą TEAM CBT oraz coachem biznesowym, wspierającym rozwój kompetencji menedżerskich i sprzedażowych. Posiada solidne wykształcenie akademickie – ukończył studia magisterskie oraz trzy kierunki studiów podyplomowych z obszaru zarządzania, psychologii i przywództwa na renomowanych uczelniach: SWPS, SGH i Politechnice Warszawskiej.

Specjalizuje się w rozwijaniu kluczowych kompetencji sprzedażowych i liderskich, w tym zarządzania zespołami, komunikacji, negocjacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają bezpłatnie:

- Kompendium wiedzy pt. **„Uniwersalne techniki sprzedażowe: od teorii do praktyki”** – zawierające podsumowanie teorii, studia przypadków oraz checklisty przydatne w pracy handlowca.
- Zestaw arkuszy do analizy potrzeb klientów oraz narzędzi do planowania działań sprzedażowych.
- Materiały wizualne z przykładami najlepszych praktyk sprzedażowych w doradztwie technicznym i e-commerce.

Walidacja efektów uczenia się – test z automatycznie generowanymi wynikami

Warunki techniczne

1. Komputer lub urządzenie mobilne – w przypadku urządzenia mobilnego można pobrać odpowiednią aplikację „Google Meet” ze sklepu Google Play lub AppStore.

2. Szerokopasmowe połączenie z internetem.

3. Wymagania sprzętowe - procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy), 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej).

4. Mikrofon zewnętrzny lub mikrofon wbudowany w urządzeniu oraz głośniki zewnętrzne lub wbudowane w urządzeniu.

Szkolenie prowadzone będzie stacjonarnie

Adres

ul. Świerkowa 4c
64-320 Niepruszewo
woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt

Tomasz Kopczyński

E-mail tomasz.kopczynski@synergia-pm.pl
Telefon (+48) 509 309 328