

**SPRZEDAŻ XXI WIEKU**

Numer usługi 2025/07/15/151614/2879343

3 200,00 PLN brutto

3 200,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

Alter Szkolenia
Agnieszka Bannach

★★★★★ 5,0 / 5

9 ocen

📍 Sieradz / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 16.09.2025 do 16.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- **Przedstawicieli handlowych**, doradców klienta, sprzedawców B2B i B2C, którzy chcą podnieść swoje kompetencje w zakresie nowoczesnych technik sprzedaży, komunikacji i budowania relacji z klientem.
- **Osób rozpoczynających pracę w sprzedaży**, które potrzebują ugruntowania podstaw oraz poznania aktualnych modeli i narzędzi sprzedażowych.
- **Kierowników i menedżerów sprzedaży**, którzy chcą lepiej rozumieć procesy sprzedażowe XXI wieku i skuteczniej zarządzać zespołem handlowym.
- **Pracowników działów obsługi klienta i call center**, dla których ważna jest efektywna komunikacja oraz umiejętność radzenia sobie z obiekcjami klientów.
- **Osób prowadzących własną działalność gospodarczą**, które odpowiadają za sprzedaż swoich usług lub produktów i chcą robić to w sposób bardziej profesjonalny i skuteczny.

Szkolenie nie wymaga specjalistycznego wykształcenia – istotna jest motywacja do rozwoju umiejętności sprzedażowych i otwartość na pracę warsztatową.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

15-09-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwinięcie praktycznych umiejętności sprzedażowych uczestników poprzez przekazanie aktualnej wiedzy oraz narzędzi niezbędnych do skutecznego prowadzenia procesów sprzedaży w realiach XXI wieku.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określić nowoczesną definicję sprzedaży XXI wieku	Potrafi wymienić 3 kluczowe elementy nowoczesnej sprzedaży i wyjaśnić ich znaczenie	Obserwacja w warunkach symulowanych
Rozpoznać swój styl komunikacyjny i dopasować komunikację do stylu klienta	Uczestnik poprawnie określa swój styl oraz wskazuje różnice w komunikacji z innymi stylami	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykorzystać nowoczesne techniki sprzedażowe w rozmowie z klientem	Poprawnie stosuje narzędzia takie jak: 3-etapowa wizualizacja, piramida potrzeb klienta, implikacje	Obserwacja w warunkach symulowanych
Skutecznie radzić sobie z obiekcjami klientów	Potrafi przyporządkować obiekcje do jednej z 5 grup i dobrać właściwą reakcję	Obserwacja w warunkach symulowanych
Przeprowadzić rozmowę handlową zgodnie z modelem 4Z	Uczestnik potrafi samodzielnie przygotować i przeprowadzić rozmowę według schematu: Zainteresuj – Zbadaj – Zaproponuj – Zatwierdź	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

MODUŁ I

Podstawy sprzedaży (czyli czym kierować się na co dzień w rozwoju oraz działaniach handlowych)

- Kwestionariusze predyspozycji (dwa testy, dzięki którym rozkładamy zawodowe predyspozycje na czynniki pierwsze. Ułatwia to dalszą pracę oraz dobór właściwych ćwiczeń i literatury po szkoleniu).
- Określenie 3 składowych definicji sprzedaży XXI wieku (w firmach XXI wieku powinno się pracować w oparciu o wszystkie 3. Taka postawa bardzo mocno wyróżni handlowców na tle konkurencji).
- Utworzenie jednej, spójnej definicji sprzedaży.
- Poznanie i omówienie starego oraz nowego modelu sprzedaży (dzięki temu unikamy już od pierwszych dni pracy najczęstszych błędów popełnianych przez handlowców).

MODUŁ II

Style komunikacyjne

- **Test**

Określenie stylu komunikacyjnego uczestnika szkolenia oraz wskazanie jego mocnych stron, a także obszarów do pracy.

- **Teoria**

- mocne i słabe strony każdego stylu komunikacyjnego;

- sposoby na poznawanie, jakim stylem komunikacyjnym posługuje się klient;

- wypracowanie sposobów na efektywną komunikację z poszczególnymi stylami;

- określenie, jakie problemy możemy mieć w przyszłości z danym stylem i stworzenie listy „szczepionek”, czyli zachowań handlowca, które dany problem mogą wyeliminować lub nie dopuścić do jego powstania.

- **Analiza wideo**

Rozpoznawanie stylów komunikacyjnych w praktyce na przykładzie analizy wybranych osób ze świata mediów, rozrywki i polityki (ponieważ te obszary każdy zna, więc analizowane osoby nie będą dla uczestników szkolenia obce).

MODUŁ III

Nowoczesne techniki sprzedażowe

- **Pierwsze wrażenie**

- budowanie pierwszego wrażenia w rozmowie telefonicznej

- błędy związane z budowaniem pierwszego wrażenia

- 4 sposoby na budowanie pierwszego pozytywnego wrażenia

- **3-etapowa wizualizacja**

Narzędzie porządkujące rozmowę oraz wzmacniające siłę argumentacji, pokazujące korzyści.

- **Piramida potrzeb klienta**

Piramida uczy, w jaki sposób rozpoznawać potrzeby klienta (jawne oraz ukryte) i na tej podstawie modyfikować schemat rozmowy (tak, by rozmowy nie były identyczne, tylko dopasowane do konkretnego klienta). Piramida pozwala również na tworzenie lepszych tekstów marketingowych oraz mailingu do klienta.

- **Implikacje**

Technika pomagająca za pomocą prostych słów utworzyć handlowcowi pożądany przez niego schemat myślowy u klienta lub wzmocnić siłę argumentów. Dzięki tej technice klient „je nam z ręki”.

- **6 grup pytań w rozmowie handlowej, czyli jak budować dialog i wywoływać potrzeby.**

MODUŁ IV

Radzenie sobie z obiekcjami

- Omówienie 5 grup obiekcji (zrozumienie, z którą grupą mamy w danym momencie do czynienia pozwala dobrać właściwy, dobrze działający argument).
- Najczęstsze błędy popełniane podczas radzenia sobie z obiekcjami (omówienie oraz wypracowanie listy słów i zwrotów zakazanych).
- Argumenter – stworzenie listy dobrych reakcji na obiekcje klienta, dzięki temu handlowcy wychodzą ze szkolenia z gotowym rozwiązaniem do zaimplementowania od następnego dnia.

MODUŁ V

MODEL 4 Z (czyli jak prowadzić nowoczesną rozmowę telefoniczną z klientem)

- **Mity i błędy handlowców podczas rozmów telefonicznych z klientami.**
- **1Z (zainteresuj)**

- W jaki sposób pracować z prospectingiem.

- Sposoby na rozpoczęcie rozmów telefonicznych w taki sposób, aby zaciekać klienta już od pierwszych słów.

- „Marchewka”, czyli w jaki sposób angażować uwagę klienta.

- Najczęstsze obiekcje na początku rozmowy – z czego wynikają i jak sobie z nimi radzić (psychologia sprzedaży)

- **2Z (zbadaj)**

- Omówienie najczęstszych błędów popełnianych przez handlowców podczas badania potrzeb.

- Pokazanie przykładowych pytań, które pomagają handlowcowi w rozmowie.

- **3Z (zaproponuj)**

- Idea złotego kręgu – czyli jak prowadzić rozmowę sprzedażową bez elementu „akwizycji” oraz kopiowania sposobów rozmowy konkurencji

- **Jak prezentować ofertę firmy, aby klient czuł się indywidualnie potraktowany oraz widział korzyści dla siebie**

- **4Z (zatwierdź)**

- techniki na zamykanie sprzedaży z inicjatywą po stronie handlowca

- **Scenariusz rozmowy + argumenter**

- wypracowanie scenariusza rozmowy oraz argumentera (odpowiedzi na obiekcje), aby handlowiec mógł sam efektywnie pracować z bazą klientów.

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	3 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Elżbieta Malik

Trenerka posiada 17 lat praktycznego doświadczenia w szkoleniach z obszaru sprzedaży, zarządzania, komunikacji, motywacji, train the trainers czy coachingu managerskiego. Absolwentka Szkoły Trenerów Wszechnicy Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prelegentka TEDx Talks oraz Międzynarodowych Targów Pracy Career Expo. Autorka licznych artykułów branżowych oraz filmów edukacyjnych i szkoleń internetowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały PDF do każdego modułu

Szablony do pracy indywidualnej i zespołowej

Informacje dodatkowe

Szkolenie obejmuje 24 godzin zegarowych, czyli 32h dydaktyczne. W czasie szkolenia zostanie zweryfikowana lista obecności. Frekwencja wymagana na poziomie co najmniej 80%. Cena usługi zawiera koszt walidacji. Informujemy o możliwości wizyty monitoringowej usługi. W przypadku uczestnictwa w usłudze osób z niepełnosprawnością usługa zostanie dostosowana do ich potrzeb. **Usługa zwolniona z VAT-u (art.113 ust. 1 i 2 ustawy o VAT).**

Adres

ul. Olendry Małe 28
98-200 Sieradz
woj. łódzkie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Agnieszka Bannach

E-mail agnieszka.bannach@gmail.com

Telefon (+48) 508 465 485