



AKAT Consulting Sp.
z o.o.

★★★★★ 4,7 / 5

5 842 oceny

Architektura Wyboru. Jak projektować opcje cenowe, które budują percepcję wartości i zwiększają sprzedaż.

Numer usługi 2025/07/15/52158/2879778

📍 Wrocław / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 12.03.2026 do 13.03.2026

3 600,00 PLN brutto

3 600,00 PLN netto

225,00 PLN brutto/h

225,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Szkolenie kierowane jest do osób odpowiedzialnych za wyniki finansowe i politykę cenową w firmach działających w modelu B2B – zarówno usługowych, jak i produktowych. Adresatami są w szczególności: kadra zarządzająca, dyrektorzy handlowi, pricing managerowie, liderzy i managerowie zespołów sprzedażowych. Szkolenie przeznaczone jest dla tych, którzy odpowiadają za relacje z kluczowymi klientami i stoją przed wyzwaniem skutecznej, profesjonalnej komunikacji zmian cen – bez działania „na wyczucie” i bez utraty wartościowych kontraktów.
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	11-03-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usług Szkoleniowo-Rozwojowych SUS 3.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do świadomego projektowania architektury wyboru w ofertach B2B – poprzez zrozumienie roli opcji w procesie decyzyjnym klienta, opanowanie modelu GOOD–BETTER–BEST oraz unikanie typowych błędów, które obniżają wartość transakcji. Uczestnicy przeciwczą zastosowanie wiedzy na własnych ofertach.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wyjaśnia znaczenie kontekstu decyzyjnego w postrzeganiu cen	Definiuje pojęcie „cena bez kontekstu	Test teoretyczny
	Identyfikuje czynniki kształtujące decyzję klienta	Test teoretyczny
Analizuje rolę opcji w architekturze wyboru i procesie decyzyjnym klienta	Wyjaśnia, czym jest „projektowanie decyzji”	Test teoretyczny
	Wskazuje konsekwencje braku kontroli narracji w ofercie	Test teoretyczny
	Opisuje efekt kompromisu, asymetrycznej dominacji i kotwicy poznawczej	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady budowania skutecznych opcji cenowych	Charakteryzuje zasady budowania skutecznych opcji cenowych	Test teoretyczny
Projektuje własną strukturę GOOD–BETTER–BEST dla swojej oferty	Tworzy trzy warianty oferty różniące się zakresem wartości	Test teoretyczny

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

DZIEŃ 1 – FUNDAMENTY I PSYCHOLOGIA DECYZJI

Moduł 1: Dlaczego jedna cena to za mało – kontekst, wartość i decyzja

- Cena bez kontekstu to liczba bez znaczenia.
- Co kształtuje kontekst decyzyjny klienta?
- Dlaczego opcje pomagają w podjęciu decyzji, a nie ją komplikują?
- Jak myślą klienci: strach przed decyzją i paraliż analityczny
- Gdzie i kiedy nie warto stosować opcji cenowych

Moduł 2: Architektura wyboru – co to znaczy projektować decyzję?

- Rola opcji w kontroli narracji
- Co się dzieje, gdy nie zaprojektujesz wyboru – klient stworzy go sam
- Przykład źle zaprojektowanej oferty (case study)

Moduł 3: Psychologiczne mechanizmy za opcjami

- Efekt kompromisu (middle option effect)
- Efekt asymetrycznej dominacji (przynęta)
- Teoria perspektywy Kahnemana
- Cena jako kotwica poznawcza

Moduł 4: Zasady skutecznych opcji cenowych

- 3–4 opcje: więcej paraliżuje, mniej ogranicza
- Różnicowanie: funkcjonalne vs. percepcyjne
- Nazewnictwo i język korzyści
- Spójność z pozycjonowaniem marki

💡💡 Warsztat praktyczny: Przeanalizuj 3 realne oferty – co w nich działa co nie?

Uczestnicy analizują case studies i uczą się rozpoznawać typowe błędy.

DZIEŃ 2 – BUDOWANIE WŁASNEJ ARCHITEKTURY OPCJI

Moduł 5: Projektowanie GOOD–BETTER–BEST

- Struktura: co się zmienia między opcjami (nie tylko „więcej funkcji”)
- Przykłady z różnych branż: doradztwo, agencje, szkolenia, SaaS
- Technika „stage-based packaging” : buduj opcje wokół etapów pracy

Moduł 6: Strategiczne błędy przy budowie opcji

- „Wszyscy wybierają middle” – i co z tego?
- Przynęta zbyt tania – działa przeciw Tobie
- Gdy cena leci w dół,

Moduł 7: Opcje a marżowość i struktura sprzedaży

- Jak projektować opcje, żeby chronić marżę
- Kiedy opcje zastępują rabaty (i dlaczego to lepsze rozwiązanie)
- Sprzedaż opcjonalna a strategia firmy

Moduł 8: Twój system pracy z ofertą opcyjną

- Jak to wdrożyć w firmie: proces, szablony, iteracje
- Jak prezentować opcje klientowi (email, PDF, rozmowa)
- Co zrobić, gdy klient mówi: „najtańszą poproszę”

Praca własna: Zaprojektuj własne opcje GOOD–BETTER–BEST

Każdy uczestnik pracuje nad swoją realną ofertą. Na koniec otrzymuje feedback od trenera i innych uczestników.

- Checklisty: czy Twoja oferta spełnia warunki skutecznej architektury

wyboru?

- Test - walidacja

Usługa realizowana jest w godzinach lekcyjnych 1h - 45 min.

Przerwy nie wliczają się w czas realizacji usługi.

Uczestnicy nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem / stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej.

Usługa jest realizowana metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

Ostatnie 15 minut usługi przewidziane jest na przeprowadzenie walidacji usługi w formie zamkniętego testu wiedzy jednokrotnego wyboru.

Test na potrzeby walidacji jest przygotowywany przez osobę zgłoszoną w karcie usługi jako osoba prowadząca walidację.

Procedura przeprowadzenia etapu walidacji:

1. Prowadzący usługę rozdaje uczestnikom szkolenia wydrukowane arkusze testu.
2. Uczestnicy wypełniają otrzymane testy.
3. Po uzupełnieniu testu przez uczestników szkolenie prowadzący zbiera testy.
4. Wypełnione testy zostają przekazane do weryfikacji osobie przeprowadzającej walidację.
5. Po weryfikacji testów uczestnicy otrzymują informację o osiągniętym wyniku testu.

Powyższa procedura przeprowadzenia etapu walidacji usługi zapewnia rozdzielenie funkcji osoby prowadzącej usługę od osoby przeprowadzającej walidację.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 Psychologia decyzji: rola kontekstu i strachu przed wyborem. Jak opcje wspierają decyzję i co się dzieje, gdy ich brakuje. Analiza złych ofert.	CYPRIAN LEMIECH	12-03-2026	09:00	12:00	03:00
2 z 7 Przerwa	CYPRIAN LEMIECH	12-03-2026	12:00	12:30	00:30
3 z 7 Psychologiczne mechanizmy: kompromis, przynęta, kotwica. Zasady projektowania opcji: liczba, język, różnicowanie. Praktyczna analiza ofert.	CYPRIAN LEMIECH	12-03-2026	12:30	15:30	03:00
4 z 7 Projektowanie GOOD–BETTER–BEST: struktura, etapowanie, przykłady branżowe. Typowe błędy – zbyt tania przynęta, efekt „wszyscy wybierają środek”.	CYPRIAN LEMIECH	13-03-2026	09:00	12:00	03:00
5 z 7 Przerwa	CYPRIAN LEMIECH	13-03-2026	12:00	12:30	00:30
6 z 7 Opcje a marża i strategia sprzedaży. Jak wdrożyć system ofert opcyjnych: szablony, prezentacja, reakcja na “najtaniejszą”. Praca własna z ofertą.	CYPRIAN LEMIECH	13-03-2026	12:30	15:15	02:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 7 Test teoretyczny - walidacja	CYPRIAN LEMIECH	13-03-2026	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	225,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	225,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

CYPRIAN LEMIECH

Praktyk, doradca i trener specjalizujący się w strategiach pricingowych, marketingu, i sprzedaży.

Ekspert w budowaniu zespołów, tworzeniu procesów i zarządzania projektami.

Pracował z takimi markami jak CCC, Zalando, Bestseller czy Holy Fashion Group, tworząc modele współpracy oparte na danych, zaufaniu i konkretach.

Obecnie Dyrektor R&D w Luxon LED, wcześniej Dyrektor Marketingu w Mactronic i RAWLPLUG, Członek Zarządu i Chief Revenue Officer w Gopackshot Studios – firmach, w których odpowiadał za budowę zespołów, rebranding, wdrażanie nowych produktów oraz strategie cenowe.

Prowadzi autorskie warsztaty i szkolenia z zakresu pricingu, sprzedaży, marketingu i obsługi klienta. Pracuje zarówno z dużymi organizacjami, jak i firmami founderskimi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy dostaną notesy, teczki, długopisy, a po zakończeniu usługi materiały wypracowane podczas usługi.

Informacje dodatkowe

Po zakończeniu usługi uczestnik otrzymuje zaświadczenie/ certyfikat, a warunkiem jego uzyskania jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej

Usługa będzie realizowana zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym przepisami o VAT:

*Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Adres

Wrocław

Wrocław

woj. dolnośląskie

Kontakt



Angela Janas

E-mail sprzedaz@akatconsulting.pl

Telefon (+48) 793 489 600