



MEGA CENTRUM
ROZWOJU
SŁAWOMIR
GALIŃSKI

★★★★★ 4,8 / 5

170 ocen

Sprzedaż, która zamyka – praktyczne szkolenie z Damianem Rogalą. Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy

Numer usługi 2025/07/23/20716/2898340

📍 Katowice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 24.09.2025 do 26.09.2025

5 100,00 PLN brutto

5 100,00 PLN netto

212,50 PLN brutto/h

212,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Pracownicy działów sprzedaży – osoby, które chcą podnieść swoje umiejętności w zarządzaniu czasem, tworzeniu strategii sprzedaży oraz budowaniu relacji z klientami.

Przedsiębiorcy i właściciele firm – osoby prowadzące własną działalność, które chcą usprawnić swoje procesy sprzedażowe, poznać skuteczne techniki prospectingu i finalizacji sprzedaży.

Konsultanci sprzedaży – specjaliści doradzający firmom w zakresie optymalizacji sprzedaży i poszukujący efektywnych metod pracy z klientami.

Nowi pracownicy działów sprzedaży – osoby, które dopiero rozpoczynają karierę w sprzedaży i chcą zdobyć solidne podstawy.

Osoby zainteresowane rozwojem kariery w sprzedaży – uczestnicy, którzy pragną rozwijać umiejętności niezbędne w tej branży.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

23-09-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

24

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do prowadzenia procesu sprzedaży skierowanej do klienta biznesowego, w tym do planowania i organizowania działań sprzedażowych, projektowania i wdrażania lejków prospectingowych, identyfikowania potrzeb klienta, prezentowania oferty, reagowania na obiekcje oraz finalizacji sprzedaży, zgodnie z wymaganiami kwalifikacji rynkowej nr 12637.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje plan działań sprzedażowych w oparciu o cele i analizę rynku	Tworzy krótko- i długoterminowy plan sprzedaży	Prezentacja
	Uwzględnia analizę rynku i konkurencji	Test teoretyczny
	Identyfikuje przewagi konkurencyjne oferty	Obserwacja w warunkach symulowanych
Monitoruje wyniki sprzedaży i dostosowuje działania do aktualnych celów	Analizuje dane sprzedażowe	Test teoretyczny
	Wyciąga wnioski i koryguje działania sprzedażowe	Wywiad ustrukturyzowany
	Stosuje odpowiednie wskaźniki efektywności	Prezentacja
Identyfikuje i kwalifikuje potencjalnych klientów (prospecting)	Tworzy profil klienta (avatar)	Prezentacja
	Wybiera odpowiednie źródła pozyskiwania leadów	Test teoretyczny
	Planuje działania prospectingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
Przygotowuje i prowadzi rozmowę sprzedażową	Stosuje techniki otwarcia rozmowy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dopasowuje komunikację do typu klienta	Wywiad swobodny
	Reaguje na trudnych rozmówców i obiekcje	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Diagnostuje potrzeby klientów i dostosowuje ofertę	Zadaje trafne pytania diagnozujące	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Identyfikuje realne potrzeby klienta	Test teoretyczny
	Dopasowuje propozycję do problemów klienta	Debata ustrukturyzowana
Opracowuje ofertę handlową i ustala warunki sprzedaży	Tworzy ofertę odpowiadającą na potrzeby klienta	Prezentacja
	Ustala warunki zgodnie z polityką firmy	Wywiad ustrukturyzowany
	Argumentuje korzyści oferty	Obserwacja w warunkach symulowanych
Finalizuje sprzedaż i przyjmuje zamówienie	Rozpoznaje sygnały gotowości zakupowej	Test teoretyczny
	Stosuje techniki finalizacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dokumentuje zamówienie zgodnie z procedurą	Analiza dowodów i deklaracji
Realizuje działania posprzedażowe i wspiera klienta	Monitoruje realizację zamówienia	Analiza dowodów i deklaracji
	Wspiera klienta po zakupie	Wywiad swobodny
	Buduje długofalową relację opartą na zaufaniu	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

Kwalifikacje	Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji	12637
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Zgodnie z opisem kwalifikacji nr 12637 w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji. Proces walidacji zgodny z wymogiem rozdzielności – przeprowadza osoba inna niż trener.

Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Mega Centrum Rozwoju Sławomir Galiński, podmiot wpisany do Bazy Usług Rozwojowych, realizujący usługę oraz walidację zgodnie z kwalifikacją ZRK nr 12637. Walidacja prowadzona przez osobę inną niż trener.r.
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Tak

Program

DZIEŃ 1: FUNDAMENT SKUTECZNEGO PROSPEKTINGU

Sesja 1: Wprowadzenie i Mindset

„Dlaczego większość firm przegrywa w prospektingu?”

W tej sesji uczestnicy poznają kluczowe różnice między sprzedażą a prospektingiem, przeanalizują swoje przekonania i zdefiniują cele na warsztat.

Część teoretyczna (30 min)

- Psychologia prospektingu — dlaczego handlowcy unikają sprzedaży
- Różnica między sprzedażą a pozyskiwaniem klientów
- Różnica między marketingiem a prospektingiem
- Mity o prospektingu vs. rzeczywistość

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Audyt własnych przekonań o sprzedaży
- Identyfikacja barier mentalnych
- Ustalenie osobistych celów na warsztat

Sesja 2: Idealna Persona Klienta

„Komu dokładnie chcesz sprzedawać?”

Uczestnicy zdefiniują idealną personę klienta, poznają błędy w segmentacji i zaplanują komunikację z klientami.

Część teoretyczna (15 min)

- Różnica między grupą docelową a personą
- Znaczenie precyzyjnej segmentacji
- Błędy w tworzeniu osoby

Ćwiczenie praktyczne (60 min)

- Warsztat: tworzenie osoby idealnego klienta
- Mapa potrzeb, problemów i marzeń klienta
- Określenie kanałów komunikacji z personą
- Wypełnianie szablonu:
 - Demografia i psychografia
 - Wyzwania i problemy
 - Cele i aspiracje
 - Źródła informacji
 - Proces decyzyjny

Sesja 3: Unikalna Propozycja Wartości

„Dlaczego klient ma wybrać akurat Ciebie?”

W tej sesji uczestnicy zbudują swoją unikalną propozycję wartości i przetestują ją w grupie.

Część teoretyczna (15 min)

- Anatomia silnej propozycji wartości
- Różnica między cechami, korzyściami i wartością
- Analiza konkurencji i pozycjonowanie

Ćwiczenie praktyczne (60 min)

- Analiza przewag konkurencyjnych własnej oferty
- Tworzenie propozycji wartości według formuły: „Pomagam [kto] osiągnąć [co] poprzez [jak], dzięki czemu [rezultat]”
- Testowanie propozycji na innych uczestnikach
- Optymalizacja komunikatu

Sesja 4: Drabinka Wartości

„Jak budować lejek od bezpłatnego do premium?”

Uczestnicy zaprojektują swoją drabinkę wartości i określą przejścia między poziomami.

Część teoretyczna (30 min)

- Koncepcja drabinki wartości
- Psychologia stopniowego zaangażowania
- Przykłady skutecznych drabinek z różnych branż

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Projektowanie 4-poziomowej drabinki wartości:
 - – Lead Magnet (0–100 zł)
 - – Aktywator (200–500 zł)
 - – Produkt Główny (1000–5000 zł)
 - – Maksymalizator (5000+ zł)
- Określenie ceny i wartości każdego poziomu
- Mapowanie przejść między poziomami

Podsumowanie dnia i zadania domowe

Część teoretyczna (30 min)

- Podsumowanie kluczowych wniosków z dnia 1
- Omówienie najważniejszych obserwacji i wyników ćwiczeń
- Sesja Q&A

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Określenie indywidualnych wniosków i planów na dzień 2
- Zadanie domowe:
 - – dopracowanie persony
 - – dopracowanie drabinki wartości
 - – przygotowanie do dnia 2

Sesja dodatkowa: Pytania, ćwiczenia uzupełniające, symulacje

„Ugruntowanie wiedzy i rozwianie wątpliwości”

Uczestnicy mają przestrzeń do zadania indywidualnych pytań, przećwiczenia trudnych sytuacji oraz wykonania dodatkowych symulacji.

Część praktyczna (45 min)

- Symulacje rozmów
- Indywidualne pytania uczestników

- Dodatkowe ćwiczenia na wybrane przez grupę zagadnienia

DZIEŃ 2: LEJKI PROSPEKTINGOWE I PIERWSZE KONTAKTY

Sesja 5: Mapowanie Lejków Prospektingowych

„Jak uporządkować proces pozyskiwania klientów?”

Uczestnicy poznają strategie pozyskiwania leadów i zaprojektują swoją architekturę lejków prospectingowych.

Część teoretyczna (30 min)

- Strategie pozyskiwania leadów
- 7 sprawdzonych podejść do budowy lejków
- Kryteria wyboru najlepszego podejścia

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Ocena dostępnych lejków w swojej branży
- Szkicowanie architektury własnych lejków
- Dyskusja nad zastosowaniem w praktyce

Sesja 6: Budowanie Lejka Cold Calling

„Jak skutecznie działać na zimno?”

Uczestnicy nauczą się budować listy, przygotowywać skrypty i prowadzić rozmowy telefoniczne w ramach cold callingu.

Część teoretyczna (30 min)

- Statystyki i dobre praktyki cold callingu
- Najczęstsze błędy i jak ich unikać
- Psychologia pierwszego kontaktu

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Budowa listy kontaktów
- Pisanie skutecznych skryptów rozmów
- Symulacja rozmów w parach lub grupach

Sesja 7: Lejki Cyfrowe (LinkedIn + Instagram)

„Jak wykorzystać social media w sprzedaży?”

Uczestnicy dowiedzą się, jak optymalizować profile, tworzyć strategię contentową i automatyzować działania w kanałach cyfrowych.

Część teoretyczna (30 min)

- Algorytmy platform społecznościowych
- Personal branding sprzedawcy
- Content marketing dla handlowców

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Optymalizacja własnego profilu LinkedIn/Instagram
- Tworzenie mini-strategii contentowej
- Dobór narzędzi do automatyzacji

Sesja 8: Skrypty Konwersacyjne i Implementacja Lejków

„Co mówić i jak wdrożyć strategię?”

Uczestnicy przygotowują skrypty rozmów oraz zaplanują wdrożenie zaprojektowanych wcześniej lejków.

Część teoretyczna (30 min)

- Psychologia rozmowy i struktura skryptu
- Typowe scenariusze (inbound, cold, warm)
- Jak utrzymać kontrolę nad rozmową

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Tworzenie własnych skryptów konwersacyjnych
- Symulacje rozmów z różnymi typami klientów
- Plan wdrożenia przygotowanych lejków

Podsumowanie dnia i zadania domowe

Część teoretyczna (30 min)

- Podsumowanie kluczowych wniosków z dnia 2
- Omówienie najważniejszych obserwacji i wyników ćwiczeń
- Sesja Q&A

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Określenie indywidualnych wniosków i planów na dzień 3
- Zadanie domowe:
 - przećwiczenie skryptów konwersacyjnych
 - przygotowanie materiałów do dnia 3
 - refleksja nad wdrożeniem lejków w praktyce

Sesja dodatkowa: Pytania, ćwiczenia uzupełniające, symulacje

„Ugruntowanie wiedzy i rozwianie wątpliwości”

Uczestnicy mają przestrzeń do zadania indywidualnych pytań, przećwiczenia trudnych sytuacji oraz wykonania dodatkowych symulacji.

Część praktyczna (45 min)

- Symulacje rozmów
- Indywidualne pytania uczestników
- Dodatkowe ćwiczenia na wybrane przez grupę zagadnienia

DZIEŃ 3: ZAAWANSOWANE TECHNIKI, OBSŁUGA POSPRZEDAŻOWA I WALIDACJA

Sesja 9: Sondaż Potrzeb

„Jak zadawać pytania, które otwierają portfele?”

Uczestnicy nauczą się projektować i prowadzić sondaż potrzeb, rozumiejąc psychologię decyzji zakupowych.

Część teoretyczna (30 min)

- Hierarchia pytań (otwarte, zamknięte, pogłębiające, sugestywne)
- Technika 3x3P
- Psychologia podejmowania decyzji

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Projektowanie sondażu potrzeb dla własnej branży
- Ćwiczenie prowadzenia sondażu w parach
- Analiza odpowiedzi i wyciąganie wniosków
- Dostosowanie oferty do zidentyfikowanych potrzeb

Sesja 10: Zaawansowane Techniki Sprzedażowe

„Narzędzia mistrzów sprzedaży”

Uczestnicy poznają techniki wywierania wpływu oraz sposoby ich etycznego wykorzystania w praktyce.

Część teoretyczna (30 min)

- Reguły wywierania wpływu (m.in. autorytet, społeczny dowód słuszności, konsekwencja, wzajemność itd.)
- Struktura historii sprzedażowej (storytelling w sprzedaży)
- Etyczne granice perswazji

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Identyfikacja technik najbardziej użytecznych w danej branży
- Tworzenie biblioteki historii sprzedażowych
- Symulacje rozmów z wykorzystaniem wybranych technik

Sesja 11: Rozwiązywanie Obiekcji

„Jak przekształcić ‘nie’ w ‘tak’?”

Uczestnicy nauczą się diagnozować przyczynę obiekcji i dobierać adekwatne odpowiedzi.

Część teoretyczna (30 min)

- Psychologia obiekcji – dlaczego klienci mówią „nie”
- 7 najczęstszych obiekcji w sprzedaży B2B
- Struktura profesjonalnej odpowiedzi na obiekcję

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Identyfikacja typowych obiekcji w swojej branży
- Opracowanie responsów na każdą z nich
- Techniki prewencyjnego rozbrajania obiekcji
- Symulacje trudnych rozmów

Sesja 12: Obsługa Posprzedażowa i Raportowanie

„Jak długofalowo trzymać klienta blisko marki?”

Uczestnicy zaprojektują procesy posprzedażowe, scenariusze kontaktu i raportowania.

Część teoretyczna (30 min)

- Znaczenie relacji długofalowych i CLV
- Monitorowanie realizacji zamówienia, reklamacje, windykacja
- Procedury i raportowanie

Ćwiczenie praktyczne (45 min)

- Rozpoznawanie satysfakcji klienta i sygnałów do dodatkowej sprzedaży
- Opracowanie raportu wg wzoru
- Scenariusze obsługi posprzedażowej (reaktywacja, upsell, cross-sell)

Walidacja efektów kwalifikacji (dyskusja moderowana, symulacje)

(prowadzi osoba inna niż trener, zgodnie z wymogiem rozdzielności)

Część teoretyczna (15 min)

- Zasady i przebieg walidacji
- Kryteria oceny i metodologia (test, obserwacja, prezentacja, wywiad)

Ćwiczenie praktyczne (60 min)

- Symulacje rozmów sprzedażowych i obsługi posprzedażowej
- Analiza przypadków problemowych
- Moderowana dyskusja

Test wiedzy i podsumowanie szkolenia

Część teoretyczna (15 min)

- Instrukcja do testu pisemnego / zamkniętego
- Omówienie logiki kryteriów zaliczenia

Ćwiczenie praktyczne (30 min)

- Test wiedzy
- Omówienie wyników i indywidualny feedback
- Podsumowanie całego szkolenia i rekomendacje rozwojowe

Organizacja szkolenia

Szkolenie trwa łącznie 24 godziny zegarowe (3 dni x 8 godzin dziennie). Przerwy oraz walidacja są wliczane w czas trwania usługi. Szkolenie obejmuje 6,5 godzin zajęć teoretycznych (wykład, prezentacja z elementami dyskusji), 12,5 godziny praktycznych (ćwiczenia, symulacje, analiza przypadków) oraz 2 godziny na walidację.

Zajęcia prowadzone są w jednej grupie liczącej maksymalnie 20 uczestników. Szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej. Każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów szkoleniowych. W przypadku grup powyżej 10 osób, podczas części praktycznej uczestnicy będą dzieleni na podgrupy liczące maksymalnie 5 osób. Podział ten ma na celu zapewnienie odpowiednich warunków do realizacji ćwiczeń, symulacji i pracy warsztatowej.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 27

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 27 Sesja 1: Wprowadzenie i Mindset	Damian Rogala	24-09-2025	08:00	09:15	01:15
2 z 27 Przerwa kawowa	Damian Rogala	24-09-2025	09:15	09:30	00:15
3 z 27 Sesja 2: Idealna Persona Klienta	Damian Rogala	24-09-2025	09:30	10:45	01:15
4 z 27 Sesja 3: Unikalna Propozycja Wartości	Damian Rogala	24-09-2025	10:45	12:00	01:15
5 z 27 Przerwa obiadowa	Damian Rogala	24-09-2025	12:00	12:30	00:30
6 z 27 Sesja 4: Drabinka Wartości	Damian Rogala	24-09-2025	12:30	13:45	01:15
7 z 27 Przerwa kawowa	Damian Rogala	24-09-2025	13:45	14:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 27 Podsumowanie i zadania domowe	Damian Rogala	24-09-2025	14:00	15:15	01:15
9 z 27 Pytania / ćwiczenia dodatkowe / symulacje	Damian Rogala	24-09-2025	15:15	16:00	00:45
10 z 27 Sesja 5: Mapowanie Lejków Prospektingowych	Damian Rogala	25-09-2025	08:00	09:15	01:15
11 z 27 Przerwa kawowa	Damian Rogala	25-09-2025	09:15	09:30	00:15
12 z 27 Sesja 6: Budowanie Lejka Cold Calling	Damian Rogala	25-09-2025	09:30	10:45	01:15
13 z 27 Sesja 7: Lejki Cyfrowe (LinkedIn + Instagram)	Damian Rogala	25-09-2025	10:45	12:00	01:15
14 z 27 Przerwa obiadowa	Damian Rogala	25-09-2025	12:00	12:30	00:30
15 z 27 Sesja 8: Skrypty Konwersacyjne	Damian Rogala	25-09-2025	12:30	13:45	01:15
16 z 27 Przerwa kawowa	Damian Rogala	25-09-2025	13:45	14:00	00:15
17 z 27 Podsumowanie i zadania domowe	Damian Rogala	25-09-2025	14:00	15:15	01:15
18 z 27 Pytania / ćwiczenia dodatkowe / symulacje	Damian Rogala	25-09-2025	15:15	16:00	00:45
19 z 27 Sesja 9: Sondaż Potrzeb	Damian Rogala	26-09-2025	08:00	09:15	01:15
20 z 27 Przerwa kawowa	Damian Rogala	26-09-2025	09:15	09:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 27 Sesja 10: Zaawansowane Techniki Sprzedażowe	Damian Rogala	26-09-2025	09:30	10:45	01:15
22 z 27 Sesja 11: Rozwiązywanie Obiekcji	Damian Rogala	26-09-2025	10:45	12:00	01:15
23 z 27 Przerwa obiadowa	Damian Rogala	26-09-2025	12:00	12:30	00:30
24 z 27 Sesja 12: Obsługa Posprzedażowa i Raportowanie	Damian Rogala	26-09-2025	12:30	13:45	01:15
25 z 27 Przerwa kawowa	Damian Rogala	26-09-2025	13:45	14:00	00:15
26 z 27 Walidacja: Dyskusja moderowana i ćwiczenia	-	26-09-2025	14:00	15:15	01:15
27 z 27 Test wiedzy i podsumowanie	Igor Ginalski	26-09-2025	15:15	16:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 100,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	212,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,50 PLN
W tym koszt walidacji brutto	300,00 PLN

W tym koszt walidacji netto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	300,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Damian Rogala

Damian Rogala od ponad 10 lat działa w sprzedaży i do nadal aktywnie zajmuje się pozyskiwaniem klientów i realizacją kampanii sprzedażowych. Jest jednym z czołowych ekspertów w zakresie prospectingu i pozyskiwania klientów B2B i B2C w Polsce. Jako trener i praktyk cold callingu przeszkolił ponad 100 firm i ponad 1000 handlowców, pomagając im zwiększać sprzedaż i budować stabilne procesy pozyskiwania klientów.

Jest założycielem i CEO firmy UpCreUp, która w ciągu trzech lat zrealizowała kampanie prospectingowe w 30 branżach dla ponad 60 klientów, generując dla nich stałe i mierzalne efekty sprzedażowe.

Jego autorskie metodyki zostały docenione w branży – m.in. jego podopieczny zdobył tytuł Telemarketera Roku 2019. Damian łączy doświadczenie praktyczne z umiejętnością przekazywania wiedzy w sposób zrozumiały i inspirujący.

Podczas szkoleń dzieli się sprawdzonymi technikami, strategiami i scenariuszami, które pomagają uczestnikom zwiększać sprzedaż, zdobywać nowych klientów i budować długofalowe relacje biznesowe.



2 z 2

Igor Ginalski

Igor Ginalski posiada ponad 10-letnie doświadczenie w projektowaniu i realizacji projektów rozwojowych dla pracowników działów sprzedaży w organizacjach usługowych i produkcyjnych. W ciągu ostatnich 5 lat (do nadal) samodzielnie planował, koordynował i realizował ponad 10 projektów szkoleniowych, z których każdy obejmował co najmniej 20 dni realizacyjnych, m.in. jako koordynator i trener w Mega Centrum Rozwoju oraz Flip Mind. Projekty te koncentrowały się na rozwijaniu kompetencji miękkich, komunikacji, perswazji sprzedażowej, obsłudze klienta i umiejętnościach cyfrowych niezbędnych w procesie handlowym.

Dodatkowo, Igor posiada udokumentowane ponad 5-letnie doświadczenie w aktywnej sprzedaży – m.in. poprzez bieżącą pracę w zakresie obsługi klienta i pozyskiwania uczestników szkoleń komercyjnych i dofinansowanych.

Posiada również kompetencje w zakresie oceny i rozwoju kompetencji sprzedażowych – zarówno jako trener, jak i projektant działań edukacyjnych. Jego doświadczenie obejmuje prowadzenie szkoleń, spotkań mentoringowych oraz przygotowywanie materiałów edukacyjnych dla przedstawicieli handlowych.

Zna zasady przeprowadzania walidacji oraz stosowane metody – zdobyte dzięki wieloletniemu

zaangażowaniu w działania edukacyjne, prowadzeniu rekrutacji uczestników, przygotowywaniu dokumentacji projektowej oraz organizowaniu egzaminów i procesów certyfikacyjnych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają komplet materiałów szkoleniowych, w tym prezentację multimedialną, zestaw ćwiczeń praktycznych oraz skrypt zawierający kluczowe techniki sprzedaży i narzędzia do planowania działań handlowych.

Informacje dodatkowe

Usługa korzysta ze zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. a ustawy o VAT.

Organizator szkolenia – Mega Centrum Rozwoju – jest podmiotem wpisanym do Bazy Usług Rozwojowych i świadczy usługi kształcenia zawodowego finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych, w ramach projektu współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego Plus.

Adres

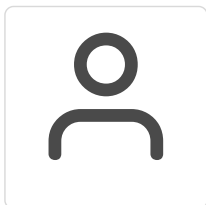
ul. Żeliwna 38
40-599 Katowice
woj. śląskie

Sala A

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Igor Ginalski

E-mail igor.ginalski@megacentrumrozwoju.pl

Telefon (+48) 513 020 414