



MEGA CENTRUM
ROZWOJU
SŁAWOMIR
GALIŃSKI

★★★★★ 4,8 / 5

170 ocen

Skuteczny i powtarzalny proces sprzedaży - z Patrykiem Jasińskim. Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy

Numer usługi 2025/07/28/20716/2906730

📍 Bielsko-Biała / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 15.09.2025 do 22.09.2025

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

14-09-2025

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, 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
	Analizuje dane sprzedażowe	Test teoretyczny
Monitoruje wyniki sprzedaży i dostosowuje działania do aktualnych celów	Wyciąga wnioski i koryguje działania sprzedażowe	Wywiad ustrukturyzowany
	Stosuje odpowiednie wskaźniki efektywności	Prezentacja
	Tworzy profil klienta (avatar)	Prezentacja
Identyfikuje i kwalifikuje potencjalnych klientów (prospecting)	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	Deбата 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 rozdzielnosci – 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

MODUŁ 1: Zarządzanie czasem i planowanie działań w sprzedaży (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Jednym z najważniejszych narzędzi w sprzedaży jest czas. Wybitni sprzedawcy potrwają precyzyjnie zarządzać sobą w czasie i odpowiednio planować zadania. Jak zaplanować swój dzień i miesiąc, odpowiemy sobie w tym module.

W module m.in.:

- Czym są działania strategiczne i operacyjne?
- Jakie rodzaje zadań ma współczesny handlowiec?
- Co wpływa na moje zarządzanie czasem
- Macierz Einsenhowera
- 3 worki zadań w sprzedaży
- Układanie dnia w sprzedaży

MODUŁ 2: Tworzenie planu i strategii sprzedaży (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Brak planu, to przygotowanie do porażki. Wielu sprzedawców nie planuje swoich działań, przez co działają po omacku. W tym module uświadomimy sobie rolę planowania sprzedaży, budowania strategii i zarządzania swoją sprzedażą.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Czym jest plan sprzedaży?
- Jak stworzyć plan sprzedaży?
- Plan krótko i długo terminowy
- Strategia sprzedaży
- Opracowanie strategii sprzedaży

MODUŁ 3: Budowanie przewag konkurencyjnych (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Kiedy sprzedajesz, jak wszyscy, masz wyniki dokładnie takie same, jak wszyscy. W jaki sposób wypracować przewagi konkurencyjne? Jak odpowiednio „podawać je klientowi”. To wypracujemy w trakcie tego modułu

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Kto jest moim konkurentem?
- Analiza konkurencji

- Co jest moim USP?
- Jakie jest moje ESP?
- Mapowanie przewag konkurencyjnych
- Jak konstruować ofertę w oparciu o realne potrzeby klienta.
- Jak prawidłowo akcentować to co dla klienta jest istotne.
- Zdobywanie zobowiązań klienta

MODUŁ 4: Powtarzalny i skalowalny proces sprzedaży (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Mamy XXI wiek, a nadal spora część firm nie wie, jak ważny jest proces sprzedaży w ich firmie. Jak skalować sprzedaż skoro nie jest ona dla nas przewidywalna i skalowalna? Na tym skupimy się w trakcie tego modułu

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Jakie najczęściej popełniamy błędy w skalowaniu sprzedaży?
- Czym jest proces sprzedaży?
- Jak zaprojektować proces sprzedaży?
- W jaki sposób możemy skalować naszą sprzedaż?
- Weryfikacja i testowanie procesu
- Co warto mierzyć i jak?
- Narzędzia wspierające proces sprzedaży

-- Dzień 2

MODUŁ 5: Skuteczny prospecting (0,5 godz. teorii + 1,5 godz. praktyki = 2 godz.)

W XXI wieku, każda firma chce pozyskać jak największą ilość klientów. Firmy wydają potężne nakłady na marketing, zapominając, że jednym z podstawowych narzędzi dobrego handlowca jest właśnie prospecting, czyli poszukiwanie nowych klientów. W trakcie tego modułu uświadomimy uczestnikom, jak ważną rolę w ich pracy pełni skuteczny prospecting, kto jest ich klientem i gdzie go poszukiwać.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Wprowadzające ćwiczenie: Co gdybyś stracił dziś wszystkich klientów?
- Określenie avatara mojego klienta.
- Czym jest prospect, zimny i ciepły lead.
- Gdzie wyszukiwać klientów?
- Kanały dotarcia do klienta.
- Efekt siania, ile zasiejesz, tyle zbierzesz.
- Jak rozmawiać z prospectem?

MODUŁ 6: Budowanie i zarządzanie relacjami z klientem (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Doradcza sprzedaż, opiera się przede wszystkim na umiejętnym zarządzaniu relacjami z klientem. W trakcie tego modułu poznamy szczegóły, wskaźniki i sposoby umiejętnego wykorzystania relacji z klientami.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Jak prawidłowo zarządzać relacjami w oparciu o bazę danych.
- Czym jest scoring klientów i jak go mierzyć?
- Od prospecta do CLV- wykorzystaj w pełni potencjał swoich klientów
- Jak mądrze nadawać statusy klientów?

- Trójpodział władzy w firmie.
- Zasada 3 x 48.
- Multikanałowość w kontakcie z klientem, oparta o bazę danych.
- Jak i kiedy followupować klienta?
- Do kogo kierować specjalne oferty?
- Budowanie długofalowych relacji biznesowych.
- Zasada 3R w budowaniu relacji z klientem.

MODUŁ 7: Typologia klientów – aspekt psychologiczny (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

W tym module skupimy się na typach klientów, dopasowaniu swojego komunikatu do konkretnego typu klienta, dzięki tej umiejętności nabędziemy większą pewność siebie w rozmowie z klientem oraz umiejętnie dopasujemy komunikat do naszego rozmówcy.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Najpopularniejsze typy klientów.
- Typologia Inside Discovery i Jung.
- Jak rozpoznać typ naszego rozmówcy?
- Dopasowanie komunikatu do konkretnego typu rozmówcy.
- Operowanie językiem dostosowanym do rozmówcy.
- Autorski podział na 12 kategorii klientów
- Kto jest dla mnie trudnym klientem? Dlaczego on?

MODUŁ 8: Jak rozpoczynać rozmowę sprzedażową z przytupem (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Dlaczego klient ma poświęcić swój czas na rozmowę z tobą? Jak zapewne zdążyłeś zauważyć istnieją sprzedawcy, którzy nie mają żadnego problemu z rozpoczęciem rozmowy, i klienci sporadycznie „rzucają im słuchawką”. Istnieją też sprzedawcy, którzy tylko sporadycznie przechodzą dalej. W tym module skupimy się jak „zagaic” swojego potencjalnego klienta, aby zrobić na nim piorunujące pierwsze wrażenie.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Dlaczego System EDP nazwany jest nowoczesnym modelem sprzedaży?
- Pierwsze 20 sekund ma znaczenie, reguła 4x 20.
- Jak wypracować hak na uwagę.
- Sposoby na wywołanie konfuzji.
- W jaki sposób „przebijać się” przez sekretarki.

-- Dzień 3

MODUŁ 9: Badanie potrzeb klienta, a może uśmierzanie bólu? (1 godz. teorii + 1,5 godz. praktyki = 2,5 godz.)

Badanie potrzeb jest kluczowym elementem, od którego należy rozpocząć proces sprzedaży. To właśnie nabycie i wykorzystanie tej umiejętności, otwiera drogę do sukcesu w sprzedaży. W tym module uczestnicy poznają główne motywy zakupu klientów oraz nauczą się trafnie i skutecznie zadawać pytania, mające na celu precyzyjną diagnozę potrzeb klienta. Zrozumiemy również jakie najczęściej błędy są popełniane w procesie diagnozy potrzeb. **W module m.in. takie zagadnienia jak:**

- Motywy zakupu, co tak naprawdę kupuje klient
- Badanie potrzeb klienta, a zadawanie pytań
- System wartości klienta a diagnoza potrzeb
- 3P – model diagnozy potrzeb klienta

•Realne potrzeby mylone ze stanowiskiem klienta lub jego opisem sytuacji

•Błędy w diagnozie potrzeb

•Jakie bóle mają moi klienci?

MODUŁ 10: Prezentacja oferty, która otwiera klienta na zamknięcie sprzedaży (1 godz. teorii + 1,5 godz. praktyki = 2,5 godz.)

Gdyby zapytać sprzedawców, po co prezentują ofertę, większość odpowie „żeby klient kupił”. To bardzo mylne myślenie, gdyż prezentacja oferty ma na celu przygotowanie klienta do późniejszego sprawnego sfinalizowania transakcji.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

•Co jest moim USP?

•Jakie jest moje ESP?

•Jak konstruować ofertę w oparciu o realne potrzeby klienta.

•Czym są sygnały sygnalizujące gotowość do zakupu?

•Jak prawidłowo akcentować to co dla klienta jest istotne.

•Jak powinien wyglądać mail, którego klient chce czytać

•Zdobywanie zobowiązań klienta

Organizacja szkolenia

Szkolenie trwa łącznie 24 godziny zegarowe (3 dni x 8 godzin dziennie). Przerwy (3 godziny) oraz walidacja (2 godziny) są wliczane w czas trwania usługi. Szkolenie obejmuje 7,5 godzin zajęć teoretycznych (wykład, prezentacja z elementami dyskusji), 11,5 godzin praktycznych (ćwiczenia, symulacje, analiza przypadków)

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: 21

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Moduł 1: Zarządzanie czasem i planowanie działań w sprzedaży	Patryk Jasiński	15-09-2025	08:00	10:00	02:00
2 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	15-09-2025	10:00	10:15	00:15
3 z 21 Moduł 2: Tworzenie planu i strategii sprzedaży	Patryk Jasiński	15-09-2025	10:15	12:15	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	15-09-2025	12:15	12:45	00:30
5 z 21 Moduł 3: Budowanie przewag konkurencyjnych	Patryk Jasiński	15-09-2025	12:45	14:15	01:30
6 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	15-09-2025	14:15	14:30	00:15
7 z 21 Moduł 4: Powtarzalny i skalowalny proces sprzedaży	Patryk Jasiński	15-09-2025	14:30	16:00	01:30
8 z 21 Moduł 5: Skuteczny prospecting	Patryk Jasiński	16-09-2025	08:00	10:00	02:00
9 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	16-09-2025	10:00	10:15	00:15
10 z 21 Moduł 6: Budowanie i zarządzanie relacjami z klientem	Patryk Jasiński	16-09-2025	10:15	12:15	02:00
11 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	16-09-2025	12:15	12:45	00:30
12 z 21 Moduł 7: Typologia klientów – aspekt psychologiczny	Patryk Jasiński	16-09-2025	12:45	14:15	01:30
13 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	16-09-2025	14:15	14:30	00:15
14 z 21 Moduł 8: Jak rozpocząć rozmowę sprzedażową z przytupem	Patryk Jasiński	16-09-2025	14:30	16:00	01:30
15 z 21 Moduł 9: Badanie potrzeb klienta	Patryk Jasiński	22-09-2025	08:00	10:30	02:30
16 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	22-09-2025	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 21 Moduł 10: Prezentacja oferty, która otwiera klienta na zamknięcie sprzedaży	Patryk Jasiński	22-09-2025	10:45	13:15	02:30
18 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	22-09-2025	13:15	13:45	00:30
19 z 21 Walidacja - ćw. i dyskusja moderowana	-	22-09-2025	13:45	15:15	01:30
20 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	22-09-2025	15:15	15:30	00:15
21 z 21 Walidacja - test wiedzy	-	22-09-2025	15:30	16:00	00:30

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: 1



1 z 1

Patryk Jasiński

Patryk od 14 lat do nadal działa w sprzedaży i jest jednym z najbardziej charyzmatycznych trenerów w Polsce. Jego energia i doświadczenie pomogły tysiącom sprzedawców osiągać lepsze wyniki.

Karierę szkoleniową rozpoczął w 2009 roku u czołowego operatora komórkowego, zdobywając tytuł najlepszego sprzedawcy. Do dziś aktywnie sprzedaje i prowadzi firmę outsourcingową Deal Makers. Jego sukcesy to m.in. sprzedaż za 2 mln zł przez telefon, wzrost sprzedaży o 230% w 8 miesięcy (poligrafia) i 300% w 2 lata (konsulting).

Przez 13 lat przeprowadził ponad 1600 warsztatów, spędzając 3000 dni szkoleniowych. Współpracował z firmami takimi jak Orange, Tauron, PKO BP, Ergo Hestia, Martes Sport, Saint Gobain i wieloma innymi. Jest również ekspertem na konferencjach (Forum Szefów Sprzedaży, Zgrupowanie Asów Sprzedaży) i wykładowcą MBA.

Autor książek o sprzedaży, m.in. „Telebohater”, „Zaprojektuj swoją sprzedaż” i „MVP sprzedaży”. Prywatnie honorowy dawca krwi, sportowiec i fan swojego psa Bombła.

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 sprzedażowe 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

Bielsko-Biała 105A
43-346 Bielsko-Biała
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Igor Ginalski

E-mail igor.ginalski@megacentrumrozwoju.pl

Telefon (+48) 513 020 414