



PATRINO SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

698 ocen

## Matematyka handlowa i promocja sprzedaży: psychologia cen, planowanie przychodów i obrona marży. Szkolenie stacjonarne.

Numer usługi 2025/07/31/121919/2914596

4 730,00 PLN brutto  
4 730,00 PLN netto  
147,81 PLN brutto/h  
147,81 PLN netto/h

📍 Radom / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 03.11.2025 do 02.12.2025

## Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie adresowane jest do:

- Przedstawicieli handlowych (PH), kierowników sprzedaży i zespołów sprzedażowych
- Specjalistów ds. marketingu i trade marketingu
- Managerów kategorii, brand managerów oraz osób odpowiedzialnych za tworzenie planów sprzedażowych i wdrażanie promocji
- Osób odpowiedzialnych za analizę rentowności działań handlowych i promocyjnych.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

23

Data zakończenia rekrutacji

02-11-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

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

Celem szkolenia jest rozwój kompetencji handlowych i marketingowych uczestników w zakresie planowania sprzedaży, kalkulacji rentowności, psychologii cen, skutecznej obrony ceny oraz tworzenia i oceny promocji sprzedaży. Uczestnicy nauczą się chronić marżę, planować działania handlowe i promocyjne, wykorzystywać taktyki pricingowe oraz oceniać opłacalność kampanii na podstawie danych liczbowych.

**Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji**

| Efekty uczenia się                                                                    | Kryteria weryfikacji                                                              | Metoda walidacji |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Uczestnik analizuje strukturę P&L oraz elementy wpływające na rentowność sprzedaży    | Zastosowanie odpowiednich pozycji P&L do analizy przypadków                       | Test teoretyczny |
| Uczestnik oblicza marżę, narzut oraz wpływ rabatów na zysk                            | Poprawne wykonanie działań arytmetycznych na dostarczonych danych handlowych      | Test teoretyczny |
| Uczestnik tworzy plan sprzedaży oparty o model XP i zasady SMART                      | Uporządkowanie celów według modelu SMART i logiki XP                              | Test teoretyczny |
| Uczestnik rozróżnia role produktów w kategorii i przypisuje im funkcje strategiczne   | Prawidłowe przyporządkowanie produktów do ról BR/ST/WR                            | Test teoretyczny |
| Uczestnik dobiera taktyki pricingowe adekwatne do kontekstu klienta i produktu        | Wskazanie i uzasadnienie zastosowania wybranej taktyki w scenariuszu sprzedażowym | Test teoretyczny |
| Uczestnik formułuje komunikaty obrony ceny w oparciu o model 4-etapowy                | Poprawność argumentacji i struktury wypowiedzi w sytuacjach obiekcji cenowej      | Test teoretyczny |
| Uczestnik projektuje program promocji sprzedaży z uwzględnieniem aspektów psychologii | Odpowiednie dobranie narzędzi do grupy docelowej i celu kampanii                  | Test teoretyczny |
| Uczestnik ocenia rentowność działań promocyjnych z użyciem wzoru Tellisa              | Prawidłowe wykonanie kalkulacji i interpretacja wyniku                            | 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

Szkolenie w głównej mierze oparte jest na ćwiczeniach indywidualnych, grupowych ( w grupach 5-cio osobowych), dyskusji grupowej, grach symulacyjnych, prezentacji przykładów, mini wykładach.

Szkolenie prowadzone jest w formie godzin zegarowych.

Uczestnicy otrzymają materiały autorskie, opracowane przez wykładowców-praktyków.

### DZIEŃ 1

#### MODUŁ 1: MODUŁ WSTĘPNY / QUIZ WIEDZY (KAHOOT)

Moduł integracyjny i diagnostyczny. Uczestnicy zapoznają się ze sobą oraz z trenerem, ustalają cele indywidualne i grupowe, formułują oczekiwania wobec szkolenia. Wykorzystując quiz Kahoot, sprawdzają swoją wiedzę z poprzednich warsztatów, co umożliwia trenerowi dopasowanie intensywności i głębokości treści do poziomu grupy.

#### MODUŁ 2: PODSTAWY KALKULACJI

Uczestnicy poznają uproszczony model rachunku wyników (P&L), uczą się podstaw kalkulacji handlowych i rozpoznają elementy kontraktów, które wpływają na rentowność. Moduł wyjaśnia różnice między marżą a narzutem oraz wprowadza pojęcia takie jak front i back margin. Praktyczne ćwiczenia rachunkowe pozwalają przećwiczyć kalkulację na rzeczywistych przykładach.

#### MODUŁ 3: PLANOWANIE I WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW

Moduł skupia się na technikach tworzenia realistycznych planów sprzedażowych bez konieczności operowania wyłącznie ceną. Uczestnicy poznają model XP jako narzędzie planistyczne, analizują równania sprzedaży i zysku oraz stosują zasadę SMART w prognozach handlowych. Wspólne warsztaty umożliwiają przećwiczenie tworzenia zrównoważonych planów sprzedażowych.

### DZIEŃ 2

#### MODUŁ 4: KATEGORYZACJA I MIEJSCE PRODUKTÓW

Uczestnicy pogłębiają rozumienie roli kategorii w strukturze sklepu i uczą się, jak wybór marek wpływa na jej wartość. Poznają rolę produktów w kategorii (BR, ST, WR) oraz zasady przyporządkowania marek do subkategorii. Na tej podstawie budują silną argumentację dla pozycji marki Azan w konkretnej kategorii handlowej.

#### MODUŁ 5: PSYCHOLOGIA CEN – TAKTYKI PRICINGOWE

Moduł omawia mechanizmy psychologiczne wpływające na postrzeganie cen. Uczestnicy poznają 10 skutecznych taktyk pricingowych, takich jak kotwiczenie, linie cenowe czy końcówki psychologiczne, uczą się jak cena może komunikować jakość i jak unikać błędów prowadzących do zaniżenia wartości. Moduł zawiera również wyliczenia efektywności promocji cenowych.

#### MODUŁ 6: OBRONA CENY (MODUŁ PRAKTYCZNY – CAŁODNIOWY)

Kluczowy moduł dnia, skoncentrowany na reakcjach na presję rabatową. Uczestnicy analizują, co naprawdę słyszy klient, a co komunikuje handlowiec. Uczą się 4-stopniowego modelu obrony ceny, poznają alternatywy dla rabatów i ćwiczą techniki językowe. Moduł opiera się na intensywnych ćwiczeniach praktycznych – sparingach sprzedażowych i scenkach PH–klient.

### DZIEŃ 3

## MODUŁ 7: WPROWADZENIE DO PROMOCJI SPRZEDAŻY

Uczestnicy poznają podstawy promocji sprzedaży – definicję, cele, narzędzia i obszary oddziaływania. Omawiane są elementy mixu marketingowego i promocyjnego. Część praktyczna obejmuje ćwiczenia z argumentacji przekazu promocyjnego w kontekście działań rynkowych.

## MODUŁ 8: PSYCHOLOGIA W PROMOCJI SPRZEDAŻY

Moduł oparty na wiedzy psychologicznej. Uczestnicy uczą się, jak temperamenty i systemy reprezentacji klientów wpływają na odbiór informacji promocyjnych. Poznają 8-stopniowy program tworzenia skutecznej promocji sprzedaży. W ramach meta-ćwiczenia projektują własny szkic kampanii promocyjnej, dopasowanej do specyfiki ich biznesu.

## DZIEŃ 4

## MODUŁ 9: RENTOWNOŚĆ DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

Uczestnicy analizują efektywność działań promocyjnych z perspektywy finansowej. Wprowadzane są pojęcia elastyczności popytu i nierówności Tellisa. Moduł zawiera meta-ćwiczenie, w którym uczestnicy kalkulują rentowność historycznych kampanii promocyjnych swojej firmy.

## MODUŁ 10: ELEMENTY TECHNOLOGII PROMOCYJNEJ

Moduł koncentruje się na różnicach między centralnymi i lokalnymi promocjami oraz na doborze wskaźników efektywności. Uczestnicy uczą się, jak mierzyć skuteczność promocji oraz projektują program działań promocyjnych na poziomie lokalnym i centralnym – wraz z analizą różnic i dopasowaniem do kontekstu rynkowego.

## MODUŁ 11: ZADANIE DOMOWE

Meta-ćwiczenie finalne: uczestnicy tworzą kwartalny kalendarz promocji dla czterech produktów z jednej grupy asortymentowej. Kalendarz oparty jest o wcześniejsze analizy i projektowane działania z dni poprzednich. Stanowi praktyczny szkielet do wdrożenia po szkoleniu.

## MODUŁ 12: WALIDACJA

Podsumowanie szkolenia, omówienie realizacji celów, walidacja wiedzy i prezentacja wypracowanych materiałów. Czas na refleksję, pytania i omówienie możliwości wdrożeniowych w firmach uczestników.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 36

| Przedmiot / temat zajęć                                                                         | Prowadzący   | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 36</b> Wstęp                                                                             | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 08:00               | 08:15               | 00:15         |
| <b>2 z 36</b> Moduł 1:<br>Wstępny quiz wiedzy (Kahoot), cele indywidualne i grupowe, integracja | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 08:15               | 10:00               | 01:45         |
| <b>3 z 36</b> Przerwa kawowa                                                                    | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 10:00               | 10:15               | 00:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                               | Prowadzący   | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>4 z 36</b> Moduł 2:<br>Podstawy kalkulacji – wprowadzenie do P&L, marża, narzut, front/back margin | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 10:15               | 11:45               | 01:30         |
| <b>5 z 36</b> Ćwiczenia rachunkowe – praktyczne przykłady z kontraktów                                | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 11:45               | 13:00               | 01:15         |
| <b>6 z 36</b> Przerwa obiadowa                                                                        | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |
| <b>7 z 36</b> Moduł 3:<br>Planowanie i wielkość przychodów – model XP, SMART, równania sprzedażowe    | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 13:30               | 15:00               | 01:30         |
| <b>8 z 36</b> Przerwa obiadowa                                                                        | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 15:00               | 15:15               | 00:15         |
| <b>9 z 36</b> Warsztaty planowania sprzedaży – tworzenie realistycznych prognoz                       | Artur Dłubak | 03-11-2025            | 15:15               | 16:00               | 00:45         |
| <b>10 z 36</b><br>Wprowadzenie do dnia szkoleniowego                                                  | Artur Dłubak | 04-11-2025            | 08:00               | 08:15               | 00:15         |
| <b>11 z 36</b> Moduł 4:<br>Kategoryzacja i miejsce produktów – rola marki, przyporządkowanie, analiza | Artur Dłubak | 04-11-2025            | 08:15               | 10:00               | 01:45         |
| <b>12 z 36</b> Przerwa kawowa                                                                         | Artur Dłubak | 04-11-2025            | 10:00               | 10:15               | 00:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                           | Prowadzący   | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>13 z 36</b> Moduł 5:<br>Psychologia cen – mechanizmy, taktyki pricingowe                       | Artur Dłubak | 04-11-2025            | 10:15               | 11:45               | 01:30         |
| <b>14 z 36</b><br>Wyliczenia efektywności promocji cenowych – ćwiczenia                           | Artur Dłubak | 04-11-2025            | 11:45               | 13:00               | 01:15         |
| <b>15 z 36</b> Przerwa obiadowa                                                                   | Artur Dłubak | 04-11-2025            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |
| <b>16 z 36</b> Moduł 6:<br>Obrona ceny – model 4-stopniowy, język i alternatywy dla rabatów       | Artur Dłubak | 04-11-2025            | 13:30               | 15:00               | 01:30         |
| <b>17 z 36</b> Przerwa kawowa                                                                     | -            | 04-11-2025            | 15:00               | 15:15               | 00:15         |
| <b>18 z 36</b> Warsztaty planowania sprzedaży – tworzenie realistycznych prognoz                  | Artur Dłubak | 04-11-2025            | 15:15               | 16:00               | 00:45         |
| <b>19 z 36</b><br>Wprowadzenie do dnia szkoleniowego                                              | Artur Dłubak | 01-12-2025            | 08:00               | 08:15               | 00:15         |
| <b>20 z 36</b> Moduł 7:<br>Wprowadzenie do promocji sprzedaży – cele, narzędzia, mix marketingowy | Artur Dłubak | 01-12-2025            | 08:15               | 10:00               | 01:45         |
| <b>21 z 36</b> Przerwa kawowa                                                                     | -            | 01-12-2025            | 10:00               | 10:15               | 00:15         |
| <b>22 z 36</b> Ćwiczenia argumentacji przekazu promocyjnego – kontekst rynkowy                    | Artur Dłubak | 01-12-2025            | 10:15               | 11:45               | 01:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                              | Prowadzący   | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>23 z 36</b> Moduł 8:<br>Psychologia w promocji – temperamenty, systemy reprezentacji              | Artur Dłubak | 01-12-2025            | 11:45               | 13:00               | 01:15         |
| <b>24 z 36</b> Przerwa obiadowa                                                                      | Artur Dłubak | 01-12-2025            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |
| <b>25 z 36</b><br>Projektowanie kampanii promocyjnej (8-stopniowy program)                           | Artur Dłubak | 01-12-2025            | 13:30               | 15:00               | 01:30         |
| <b>26 z 36</b> Przerwa kawowa                                                                        | Artur Dłubak | 01-12-2025            | 15:00               | 15:15               | 00:15         |
| <b>27 z 36</b><br>Prezentacje wstępnych koncepcji kampanii promocyjnych                              | Artur Dłubak | 01-12-2025            | 15:15               | 16:00               | 00:45         |
| <b>28 z 36</b><br>Wprowadzenie do dnia szkoleniowego                                                 | Artur Dłubak | 02-12-2025            | 08:00               | 08:15               | 00:15         |
| <b>29 z 36</b> Moduł 9:<br>Rentowność działań promocyjnych – elastyczność popytu, nierówność Tellisa | Artur Dłubak | 02-12-2025            | 08:15               | 10:00               | 01:45         |
| <b>30 z 36</b> Przerwa kawowa                                                                        | Artur Dłubak | 02-12-2025            | 10:00               | 10:15               | 00:15         |
| <b>31 z 36</b> Moduł 10:<br>Technologie promocji – lokalne vs centralne działania, KPI               | Artur Dłubak | 02-12-2025            | 10:15               | 11:45               | 01:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                   | Prowadzący   | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>32 z 36</div> Projektowanie programu działań promocyjnych – analiza różnic rynkowych | Artur Dłubak | 02-12-2025            | 11:45               | 13:00               | 01:15         |
| <div>33 z 36</div> Przerwa obiadowa                                                       | Artur Dłubak | 02-12-2025            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |
| <div>34 z 36</div> Moduł 11:<br>Zadanie – kalendarz promocji dla 4 produktów              | Artur Dłubak | 02-12-2025            | 13:30               | 15:00               | 01:30         |
| <div>35 z 36</div> Przerwa kawowa                                                         | Artur Dłubak | 02-12-2025            | 15:00               | 15:15               | 00:15         |
| <div>36 z 36</div> Walidacja efektów uczenia się                                          | -            | 02-12-2025            | 15:15               | 16:00               | 00:45         |

# Cennik

## Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 4 730,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 4 730,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 147,81 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 147,81 PLN   |

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

Artur Dłubak





Ukończył m. in. zarządzanie przedsiębiorstwem na Fernakademie w Hamburgu, marketing i sprzedaż w WSHiFM w Warszawie oraz wprowadzanie innowacji i zmiany na York St John University w Yorku.

Jako jeden z nielicznych Polaków uzyskał dyplom Studium Zarządzania Supermarketami w instytucie IGA w Atlancie.

Od ponad 30 lat pracuje w sprzedaży sieciowej i dystrybucji FMCG/DIY, produkcji i handlu materiałami budowlanymi. Posiada doświadczenie w sprzedaży, produkcji, dystrybucji, supply chain oraz ogólnym zarządzaniu przedsiębiorstwem zdobytą na 4 kontynentach w środowisku zarówno małych firm jak i dużych korporacji.

**SPECJALIZACJA TRENERSKA:** Rozwój zespołów sprzedaży pod kątem technik sprzedaży oraz negocjacji. Zarządzanie na szczeblu

managerskim i zarządczym. Negocjacje z kupcami, handlowe. Motywowanie zespołu. Zarządzanie zespołem sprzedaży. Wdrażanie zmian i innowacji.

Pełnił różne funkcje: dyrektora hipermarketów, zarządzania zapasami, supply chain, sprzedaży, marketingu i rozwoju biznesu, dyrektora generalnego w takich firmach, jak: Metro, Tesco, Leroy Merlin, Perekriostok, Dixy, Kreisel GmbH, Megapolis Group, IGA Russia, Barlinek Rosja. Od ponad pięciu lat jest aktywny w branży digital marketingu, jako konsultant oraz business training & coaching partner. Jest aktywny w konsultingu biznesowym, zarządzaniu start-upami oraz projektami optymalizacji firm od ponad 15 lat. Wyznaję zasadę, iż nie ma rzeczy niemożliwych, a firmy są na tyle skuteczne, na ile kompetentni są w nich ludzie.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptów zostaną udostępnione dla uczestników podczas usługi oraz po jej realizacji.

### Informacje dodatkowe

Metodyka szkolenia: Szkolenie w głównej mierze oparte jest na mini wykładach, prezentacji przykładów, dyskusji grupowej, które odbywają się pomiędzy blokami teoretycznymi.

Szkolenie prowadzone jest w formie godzin zegarowych 1h = 60min

Zaświadczenie o ukończeniu usługi wydane zostanie uczestnikowi z min. 80% obecnością.

## Adres

ul. Czarna 25/27  
26-600 Radom  
woj. mazowieckie

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt

Magdalena Besaraba



**E-mail** [magdalena.besaraba@patrino.pl](mailto:magdalena.besaraba@patrino.pl)

**Telefon** (+48) 797 454 584