



ABC Dobrego
Handlu MIROSŁAW
LEPIARZ

★★★★★ 5,0 / 5
3 871 ocen

„Promocja – okazja czy manipulacja?” – skuteczne techniki promowania sprzedaży

Numer usługi 2025/08/05/17631/2924329

📍 Piotrków Trybunalski / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 11.08.2025 do 16.08.2025

4 000,00 PLN brutto

4 000,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Do udziału w szkoleniu zapraszamy: Właścicieli sklepów Menangerów Kirowników sklepów, działów, stoisk. Sprzedawców.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	10-08-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	40
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnik nabędzie kompetencje w planowaniu i wdrażaniu promocji sprzedażowych dopasowanych do lokalnego rynku. Będzie potrafił projektować ekspozycje wspierające promocję, rozpoznawać potrzeby klientów, oceniać skuteczność

działań oraz stosować procedury reklamacyjne dla towarów przeterminowanych (np. nabiał).

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje i rozróżnia formy promocji stosowane w sprzedaży detalicznej z uwzględnieniem rynku lokalnego. Ocena potrzeby klientów i planuje odpowiednie działania promocyjne. Projektuje przestrzeń sprzedażową wspierającą promocję i zwiększającą widoczność oferty. Rozpoznaje sygnały zakupowe klienta i stosuje odpowiednie techniki komunikacji sprzedażowej. Stosuje poprawne procedury reklamacyjne w przypadku produktów przeterminowanych (np. nabiał).	Wymienia i opisuje różne formy promocji stosowane w handlu detalicznym. Wyjaśnia, które z nich są najskuteczniejsze w warunkach lokalnych. Analizuje potrzeby klienta (np. poprzez przykładowy opis osoby) i dobiera właściwą formę promocji. Tworzy projekt strefy promocyjnej, uwzględniając planogram, kolorystykę, kierunek ruchu klienta i elementy wizualne. Opisuje sytuację sprzedażową, wskazuje potrzeby klienta i dobiera techniki komunikacyjne. Omawia kroki podejmowane w sytuacji reklamacji, wskazuje dokumenty i obowiązki wobec klienta i inspektorów.	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

Moduł 1: Mechanizmy działania promocji

- Jak działa cena psychologiczna?
- Efekt okazji, niedoboru i limitu czasowego

- Kiedy promocja nie działa? Przykłady błędów
- Elementy decydujące o skuteczności akcji
- Przepisy prawa – oznaczenia, ceny, odpowiedzialność

Moduł 2: Projektowanie i prowadzenie promocji

- Rola personelu w promocji
- Jak dobrać formę promocji do grupy docelowej
- Organizacja akcji sezonowych i lokalnych
- Promocja a lojalność klienta
- Mierzenie skuteczności działań promocyjnych

Moduł 3: Reklamacje – produkty po terminie (nabiał)

- Produkty z krótką datą – jak kontrolować?
- Przypadki reklamacyjne – dokumentacja i procedura
- Reakcja personelu przy kasie
- Jak nie dopuszczać do wystawiania produktów po terminie?
- Obowiązki wobec Sanepidu i konsumenta

Moduł 4: Ekspozycja promocyjna – przestrzeń, która sprzedaje

- Planogramy dla promocji
- Kolory, komunikaty, nośniki reklamowe
- Ustawienie a kierunek ruchu klienta
- Przykłady dobrej ekspozycji promocyjnej
- Ćwiczenia z projektowania strefy promocji

Moduł 5: Walidacja

- Test wiedzy podsumowujący

Informacje organizacyjne (stałe):

- **Do kogo skierowane:**
 - Właściciele sklepów spożywczych
 - Menadżerowie sklepów, działów oraz stoisk
 - Kierownicy sklepów i działów
 - Sprzedawcy
- **Warunki organizacyjne:**
 - Podział uczestników na grupy po maksymalnie 6 osób.
 - Każda grupa ma przydzielone stanowisko na hali sprzedaży, odpowiadające codziennej pracy.
 - Szkolenie prowadzone w systemie zegarowym – czas trwania modułów odzwierciedla realny czas pracy.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 11

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 11 Moduł 1: Mechanizmy działania promocji	Barbara Sikorska	11-08-2025	05:00	10:00	05:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 11 Moduł 1: Mechanizmy działania promocji	Barbara Sikorska	11-08-2025	10:15	13:15	03:00
3 z 11 Moduł 1: Mechanizmy działania promocji	Barbara Sikorska	12-08-2025	05:00	10:00	05:00
4 z 11 Moduł 1: Mechanizmy działania promocji	Barbara Sikorska	12-08-2025	10:15	13:15	03:00
5 z 11 Moduł 2: Projektowanie i prowadzenie promocji	Barbara Sikorska	13-08-2025	05:00	10:00	05:00
6 z 11 Moduł 2: Projektowanie i prowadzenie promocji	Barbara Sikorska	13-08-2025	10:15	13:15	03:00
7 z 11 Moduł 3: Reklamacje – produkty po terminie (nabiał)	Barbara Sikorska	14-08-2025	05:00	10:00	05:00
8 z 11 Moduł 3: Reklamacje – produkty po terminie (nabiał)	Barbara Sikorska	14-08-2025	10:15	13:15	03:00
9 z 11 Moduł 4: Ekspozycja promocyjna – przestrzeń, która sprzedaje	Barbara Sikorska	16-08-2025	05:00	10:00	05:00
10 z 11 Moduł 4: Ekspozycja promocyjna – przestrzeń, która sprzedaje	Barbara Sikorska	16-08-2025	10:15	13:00	02:45
11 z 11 Walidacja	-	16-08-2025	13:00	13:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Barbara Sikorska

Barbara Sikorska

Trener z wieloletnim doświadczeniem. Specjalizuje się w prowadzeniu szkoleń z branży mięsno-wędliniarskiej oraz merchandisingu małoformatowego. Jest osobą niezwykle otwartą i komunikatywną, doskonale radzącą sobie w kontaktach interpersonalnych. Pani Basia to mistrzyni w ekspozycji lad mięsno-wędliniarskich. Na konkretnych przykładach pokazuje, jak zwiększyć sprzedaż w dziale mięsno-wędliniarskim oraz jak minimalizować straty. Uczy również, jak zarządzać ceną i zwiększać marże. Pani Basia radzi sobie z trudnymi klientami jak nikt inny. Dzięki odpowiedniej ekspozycji towaru i dobremu kontaktowi z klientem, potrafi zwiększyć sprzedaż nawet o 20%.

Specjalizacje trenerskie:

Ekspozycja lad mięsno-wędliniarskich

Psychologiczne aspekty sprzedaży

Minimalizacja strat na dziale mięsno-wędliniarskim

Aktywna sprzedaż, dodatkowa sprzedaż, obsługa klienta

Merchandising małoformatowy

Firmy, które skorzystały z usług trenera:

Sieć sklepów Witaj, Rabat, Zakład Masarski Jędrycha Konieczki, Zakłady Mięsne Silesia Duda,

Zakład Przetwórstwa Mięsnego Gawrycki, Zakłady Mięsne Sokołów

Sieć sklepów Lewiatan, PSS: Sosnowiec, Andrychów, Wieluń, Oświęcim

Sieć sklepów Euro, Indywidualni właściciele sklepów

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

skrypt- opracowanie własne

Informacje dodatkowe

Szkolenie praktyczne, w Twoim miejscu pracy. W warunkach jakich pracujesz na co dzień. Bezpośredni kontakt z klientem i pracą na sklepie, pozwoli na przetestowanie przekazywanej wiedzy w praktyce.

Adres

ul. Andrzeja Frycza-Modrzewskiego 18
97-300 Piotrków Trybunalski
woj. łódzkie

Kontakt



Mirosław Lepiarz

E-mail mlepiarz@onet.pl

Telefon (+48) 727 530 540