



LIFEPASS spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością
★★★★★ 4,7 / 5
404 oceny

Standardy Sprzedaży i Obsługi Klienta – Zaawansowane Strategie i Optymalizacja- część II

Numer usługi 2025/08/08/164038/2930499

📍 Kielce / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 26.01.2026 do 27.01.2026

4 000,00 PLN brutto

4 000,00 PLN netto

200,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do pracowników sprzedaży detalicznej oraz pracowników pierwszej linii kontaktu z klientem (sprzedawcy, doradcy klienta, konsultanci), posiadających minimum 6 miesięcy doświadczenia zawodowego na stanowisku związanym z bezpośrednią obsługą klienta. Uczestnicy powinni mieć podstawową wiedzę z zakresu sprzedaży i obsługi klienta, ale nie są wymagane zaawansowane kompetencje menedżerskie. Szkolenie jest szczególnie dedykowane osobom, które chcą podnieść swoje umiejętności interpersonalne, lepiej radzić sobie w trudnych sytuacjach z klientami, zwiększyć efektywność sprzedaży poprzez techniki konsultacyjne, cross-selling i personalizację obsługi oraz zbudować długofalowe relacje z klientami. Grupa może obejmować również początkujących liderów zespołów sprzedażowych.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

25-01-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

20

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnik po zakończeniu szkolenia będzie skutecznie budował relacje z klientami, zastosuje techniki sprzedaży konsultacyjnej i personalizacji obsługi, rozpozna typy klientów i dostosuje komunikację. Będzie posługiwał się narzędziami CRM, rozwiązywał reklamacje i sytuacje konfliktowe, a także zaprojektuje działania zwiększające lojalność klientów w środowisku sprzedaży detalicznej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje znaczenie relacji z klientami w kontekście sprzedaży i lojalności.	Uczestnik wyjaśnia wpływ pozytywnych relacji z klientem na wzrost sprzedaży i utrzymanie lojalności.	Test teoretyczny
Definiuje podstawowe techniki sprzedaży konsultacyjnej i personalizacji obsługi.	Uczestnik przedstawia różnice między sprzedażą tradycyjną a konsultacyjną oraz omawia sposoby dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb klienta.	Test teoretyczny
Stosuje techniki komunikacji interpersonalnej w kontakcie z klientem.	Uczestnik demonstruje zastosowanie komunikacji werbalnej i niewerbalnej w sytuacjach sprzedażowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Rozwiązuje sytuacje reklamacyjne zgodnie z obowiązującymi procedurami i z zachowaniem zasad asertywności.	Uczestnik analizuje zgłoszenie reklamacyjne, dobiera właściwy sposób działania oraz prowadzi komunikację z klientem zgodnie z procedurą.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Reaguje adekwatnie na emocje i potrzeby klienta w sytuacjach trudnych i konfliktowych.	Uczestnik wykazuje empatię, zachowuje spokój i stosuje techniki deeskalacji w sytuacjach konfliktowych z klientem.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

Tytuł: Standardy Sprzedaży i Obsługi Klienta – Zaawansowane Strategie i Optymalizacja- część II

Forma świadczenia usługi: stacjonarna

Czas trwania usługi: 20 godz. dydaktycznych

Godziny realizacji: 09:00 do 16:30

Teoria: 8 godzin dydaktycznych

Praktyka: 10 godzin dydaktycznych

Przerwy: 2 godziny dydaktyczne wliczone w czas szkolenia

Cele szkolenia:

Uczestnik po zakończeniu szkolenia będzie skutecznie budował relacje z klientami, zastosuje techniki sprzedaży konsultacyjnej i personalizacji obsługi, rozpozna typy klientów i dostosuje komunikację. Będzie posługiwał się narzędziami CRM, rozwiązywał reklamacje i sytuacje konfliktowe, a także zaprojektuje działania zwiększające lojalność klientów w środowisku sprzedaży detalicznej.

Grupa docelowa:

Szkolenie skierowane jest do pracowników sprzedaży detalicznej oraz pracowników pierwszej linii kontaktu z klientem (sprzedawcy, doradcy klienta, konsultanci), posiadających minimum 6 miesięcy doświadczenia zawodowego na stanowisku związanym z bezpośrednią obsługą klienta. Uczestnicy powinni mieć podstawową wiedzę z zakresu sprzedaży i obsługi klienta, ale nie są wymagane zaawansowane kompetencje menedżerskie. Szkolenie jest szczególnie dedykowane osobom, które chcą podnieść swoje umiejętności interpersonalne, lepiej radzić sobie w trudnych sytuacjach z klientami, zwiększyć efektywność sprzedaży poprzez techniki konsultacyjne, cross-selling i personalizację obsługi oraz zbudować długofalowe relacje z klientami. Grupa może obejmować również początkujących liderów zespołów sprzedażowych.

Liczba osób: max 15 osób

Terener i walidator:

W ramach realizacji usługi zachowany jest wyraźny podział ról trenera i walidatora, zgodnie z wymaganiami systemu BUR.

Trener odpowiada za przygotowanie i przeprowadzenie procesu edukacyjnego, w tym za wsparcie uczestników w osiągnięciu założonych efektów uczenia się oraz za zebranie wymaganych dowodów i deklaracji uczestników.

Walidator nie uczestniczy w procesie szkoleniowym i nie wpływa na sposób przygotowania dokumentacji. Jego zadaniem jest niezależna ocena efektów uczenia się osiągniętych przez uczestników, na podstawie przekazanych materiałów. Ocena ta odbywa się zgodnie z przyjętymi standardami walidacji, przy zachowaniu pełnej neutralności i obiektywizmu.

Dzień 1

1. Wprowadzenie do Relacji z Klientami

- **Znaczenie relacji z klientami** Dlaczego relacje z klientami są kluczowe dla sukcesu firmy
- **Wpływ relacji na sprzedaż** Jak pozytywne relacje przekładają się na wzrost sprzedaży i lojalność klientów
- **Wartość klienta** Metody obliczania wartości klienta
- Zrozumienie długoterminowych korzyści z budowania relacji

2. Rola Pracownika w Budowaniu Marki

- **Każdy pracownik jako ambasador marki** Jak pracownicy wpływają na wizerunek firmy
 - **Motywacja i zaangażowanie pracowników** **Teorie motywacji** Przegląd kluczowych teorii motywacyjnych
 - **Potrzeby pracowników** Identyfikacja i zaspokajanie podstawowych potrzeb pracowników

- **Rola uznania i docenienia** Techniki doceniania pracy pracowników i motywowania ich do dalszych działań

3. Budowanie Pozytywnych Relacji z Klientami

- **Komunikacja interpersonalna** Skuteczne techniki komunikacyjne: werbalne i niewerbalne
- **Empatia** Jak wczuć się w sytuację klienta i zrozumieć jego potrzeby
- **Personalizacja obsługi** Dostosowanie obsługi do indywidualnych potrzeb klienta

4. Praktyczne Narzędzia i Techniki

- **Techniki sprzedaży konsultacyjnej** Doradzanie klientom i pomoc w wyborze produktów
- **Rozwiązywanie problemów** Skuteczne radzenie sobie z trudnymi sytuacjami i reklamacjami
- **Budowanie zaufania** Tworzenie trwałych relacji z klientami opartych na zaufaniu

5. Specyfika Sprzedaży Detalicznej

- **Rodzaje sprzedaży** Różne typy sprzedaży w kontekście detalicznym
- **Cykl zakupowy klienta w sklepie** Etapy procesu zakupowego klienta
- **Najważniejsze wyzwania w sprzedaży detalicznej** Identyfikacja i strategie radzenia sobie z głównymi wyzwaniami

Dzień 2

6. Budowanie Relacji z Klientami w Sklepie

- **Techniki sprzedaży konsultacyjnej** Praktyczne zastosowanie technik konsultacyjnych w sklepie
- **Personalizacja obsługi** Przykłady i metody personalizacji obsługi klienta
- **Program lojalnościowy** Tworzenie i zarządzanie programami lojalnościowymi

7. Obsługa Klienta

- **Standardy obsługi klienta** Kluczowe standardy i ich implementacja
- **Rozwiązywanie reklamacji** Procesy i najlepsze praktyki w obsłudze reklamacji
- **Zarządzanie trudnymi sytuacjami** Techniki radzenia sobie z konfliktami i trudnymi klientami

8. Merchandising

- **Ekspozycja towarów** Optymalne aranżacje produktów w sklepie
- **Atmosfera sklepu** Tworzenie przyjaznej i zachęcającej atmosfery
- **Wpływ aranżacji na decyzje zakupowe** Jak układ sklepu wpływa na zachowania klientów

9. Narzędzia do Zarządzania Relacjami z Klientami

- **Systemy CRM** Wykorzystanie systemów CRM w zarządzaniu relacjami z klientami
- **Ankiety satysfakcji klienta** Projektowanie i analiza ankiet satysfakcji
- **Analiza danych** Wykorzystanie danych do optymalizacji obsługi klienta

10. Podstawy Sprzedaży Dodatkowej i Cross-Sellingu

- **Definicje i różnice między technikami** Zrozumienie sprzedaży dodatkowej vs cross-selling
- **Psychologiczne aspekty sprzedaży dodatkowej** Motywacje i zachowania klientów w kontekście sprzedaży dodatkowej
- **Przykładowe sytuacje z praktyki** Studium przypadków i analiza rzeczywistych sytuacji

11. Typologia Osobowości Klienta

- **Typy klientów** Charakterystyka różnych typów klientów (impulsywni, niezdecydowani, wymagający)
- **Język ciała** Czytanie sygnałów wysyłanych przez klienta i dostosowanie komunikacji
- **Emocje w sprzedaży** Rozpoznawanie i zarządzanie emocjami własnymi oraz klienta

12. Rozwiązywanie Reklamacji i Zwrotów

- **Procedury reklamacyjne** Krok po kroku: przyjęcie, weryfikacja, komunikacja, rozwiązanie
- **Prawo konsumenckie** Podstawowe przepisy dotyczące reklamacji i zwrotów towarów
- **Komunikacja w sytuacjach konfliktowych** Techniki aktywnego słuchania, empatii i asertywności

13. Obsługa Klienta w Sytuacjach Kryzysowych

- **Sytuacje awaryjne** Postępowanie w przypadku braku towaru, problemów z kasą, itp.
- **Klient agresywny** Strategie deeskalacji konfliktu i zachowanie bezpieczeństwa

- **Klient roszczeniowy** Stawianie granic i jednocześnie znajdowanie satysfakcjonujących rozwiązań

14. Budowanie Lojalności Klientów

- **Personalizacja obsługi** Dostosowanie oferty do indywidualnych potrzeb klienta
- **Programy lojalnościowe** Wykorzystanie programów lojalnościowych do budowania relacji
- **Feedback** Zbieranie opinii klientów i wykorzystywanie ich do poprawy jakości obsługi

15. Podsumowanie i Sesja Q&A

- **Omówienie kluczowych punktów szkolenia**
- **Dyskusja i odpowiedzi na pytania uczestników**
- **Planowanie dalszych działań i wdrożenie zdobytej wiedzy**

16. Walidacja usługi

Metody pracy:

- Prezentacja multimedialna
- Ćwiczenia praktyczne (indywidualne i zespołowe)
- Symulacje i analiza przypadków
- Konsultacje indywidualne i grupowe

Weryfikacja efektów uczenia się:

Test wiedzy (pre- i post-test)

Feedback od prowadzącego

Test walidacyjny

Ankieta ewaluacyjna

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Znaczenie relacji z klientami oraz ich wpływ na sprzedaż i lojalność	Adam Chyb	26-01-2026	09:00	09:45	00:45
2 z 25 Obliczanie wartości klienta i długofalowe korzyści z budowania relacji	Adam Chyb	26-01-2026	09:45	10:30	00:45
3 z 25 Przerwa	Adam Chyb	26-01-2026	10:30	10:40	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 25 Rola pracownika jako ambasadora marki i budowanie pozytywnego wizerunku firmy	Adam Chyb	26-01-2026	10:40	11:25	00:45
5 z 25 Motywacja i zaangażowanie pracowników na podstawie wybranych teorii	Adam Chyb	26-01-2026	11:25	12:10	00:45
6 z 25 Przerwa obiadowa	Adam Chyb	26-01-2026	12:10	12:40	00:30
7 z 25 Zaspokajanie potrzeb pracowników oraz techniki doceniania i uznania	Adam Chyb	26-01-2026	12:40	13:25	00:45
8 z 25 Komunikacja interpersonalna i znaczenie empatii w obsłudze klienta	Adam Chyb	26-01-2026	13:25	14:10	00:45
9 z 25 Przerwa	Adam Chyb	26-01-2026	14:10	14:20	00:10
10 z 25 Personalizacja obsługi i dostosowanie oferty do indywidualnych potrzeb klienta	Adam Chyb	26-01-2026	14:20	15:05	00:45
11 z 25 Techniki sprzedaży konsultacyjnej i rozwiązywanie problemów klientów	Adam Chyb	26-01-2026	15:05	15:50	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 25 Budowanie zaufania i długotrwałych relacji z klientami	Adam Chyb	26-01-2026	15:50	16:30	00:40
13 z 25 Sprzedaż detaliczna i typy sprzedaży w kontekście cyklu zakupowego klienta	Adam Chyb	27-01-2026	09:00	09:45	00:45
14 z 25 Najczęstsze wyzwania w sprzedaży detalicznej i sposoby ich przewyżniania	Adam Chyb	27-01-2026	09:45	10:30	00:45
15 z 25 Przerwa	Adam Chyb	27-01-2026	10:30	10:40	00:10
16 z 25 Personalizacja obsługi w sklepie oraz tworzenie programów lojalnościowych	Adam Chyb	27-01-2026	10:40	11:25	00:45
17 z 25 Standardy obsługi klienta i skuteczne rozwiązywanie reklamacji	Adam Chyb	27-01-2026	11:25	12:10	00:45
18 z 25 Przerwa obiadowa	Adam Chyb	27-01-2026	12:10	12:40	00:30
19 z 25 Merchandising i wpływ aranżacji sklepu na decyzje zakupowe	Adam Chyb	27-01-2026	12:40	13:25	00:45
20 z 25 CRM, ankiety satysfakcji klienta i analiza danych w obsłudze klienta	Adam Chyb	27-01-2026	13:25	14:10	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 25 Przerwa	Adam Chyb	27-01-2026	14:10	14:20	00:10
22 z 25 Techniki sprzedaży dodatkowej i cross-sellingu oraz ich psychologiczne aspekty	Adam Chyb	27-01-2026	14:20	15:05	00:45
23 z 25 Typologia osobowości klientów, język ciała i emocje w sprzedaży	Adam Chyb	27-01-2026	15:05	15:35	00:30
24 z 25 Rozwiązywanie reklamacji, prawo konsumenckie i komunikacja w konfliktach	Adam Chyb	27-01-2026	15:35	16:00	00:25
25 z 25 Walidacja usługi i ocena osiągnięcia efektów uczenia się przez uczestników	-	27-01-2026	16:00	16:30	00:30

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	200,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Adam Chyb

Przedsiębiorca, prowadzący działalność w branży szkoleniowej, finansowej, eventowej oraz gastronomicznej. Prezes Zarządu Lumina Energy Polska sp. z o.o. Ponad 20-letnie doświadczenie w prowadzeniu wykładów i szkoleń. Posiada bogate doświadczenie w tworzeniu i realizacji projektów dla różnorodnych organizacji, w tym ZUS, Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, Ministerstwa Finansów, Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Lasy Państwowe, NFOŚ, Urzędów Marszałkowskich oraz Gminnych, a także dla organizacji pozarządowych. Doświadczenie w marketingu politycznym jako szef kampanii wyborczych, oraz specjalista w zarządzaniu zespołami handlowców.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzymuje kompletny skrypt szkoleniowy zawierający najważniejsze informacje i materiały omawiane podczas zajęć.

Warunki uczestnictwa

Niezbędnym warunkiem uczestnictwa w szkoleniach i doradztwie, które dofinansowane są z funduszy europejskich jest założenie konta indywidualnego, a później firmowego w Bazie Usług Rozwojowych. Następnie zapis na wybrane szkolenie za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych, spełnienie warunków przedstawionych przez danego Operatora, który dysponuje funduszami. Złożenie dokumentów o dofinansowanie do usługi rozwojowej u Operatora Usługi, zgodnie z wymogami jakie określił.

Ponadto niezbędnym warunkiem do nabycia kompetencji jest pełnoletność, wykształcenie co najmniej średnie, wypełnienie testu wiedzy lub odbycie rozmowy kwalifikacyjnej przed i po szkoleniu.

Informacje dodatkowe

Planujemy dwie 10 minutowe przerwy pomiędzy modułami oraz jedną 30 minutową obiadową. Usługa 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).

Warunkiem zaliczenia jest napisanie pre i post testów oraz testu walidacyjnego.

Uczestnictwo w min. 80% zajęć liczone na podstawie listy obecności w każdym dniu szkolenia.

Uczestnicy są świadomi, że usługa realizowana z dofinansowaniem może podlegać monitoringowi ze strony Operatora lub PARP i wyrażają zgodę na jego przeprowadzenie.

Uczestnik otrzyma zaświadczenie ze szkolenia.

Adres

Kielce

Kielce

woj. świętokrzyskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Lucyna Kuchta

E-mail kontakt@edumeo.pl

Telefon (+48) 577 203 338