



FUNDACJA
ROZWOJU
KOMPETENCJI I
PRZEDSIĘBIORCZO
ŚCI PROAKTYWNI

★★★★★ 4,6 / 5

141 ocen

Akademia negocjacji i sprzedaży w aspekcie zrównoważonego rozwoju i zielonych kompetencji.

Numer usługi 2025/08/11/137673/2934446

📍 Gliwice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 27.09.2025 do 28.09.2025

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

312,50 PLN brutto/h

312,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Negocjacje
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób, które zajmują się sprzedażą usług lub towarów – bezpośrednio lub pośrednio jak również do tych, którzy rozpoczynają pracę w sprzedaży i chcieliby poznać od podstaw skuteczne techniki sprzedaży w aspekcie zrównoważonego rozwoju i zielonych kompetencji.
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	15-09-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwój kompetencji w zakresie budowania marki, etycznej sprzedaży i skutecznych negocjacji. Uczestnik nauczy się identyfikować potrzeby klienta, tworzyć spójny wizerunek osobisty i produktowy oraz prowadzić sprzedaż zgodną z wartościami zrównoważonego rozwoju i ESG.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Uczestnik po udziale w szkoleniu: - zna definicję i elementy marki oraz zasady budowania przewagi konkurencyjnej, - definiuje strategię marketingową opartą na segmentacji i etyce, - charakteryzuje zasady sprzedaży, proces prospectingu i komunikacji z klientem, - charakteryzuje modele negocjacyjne oraz techniki sprzedaży zgodne z wartościami ESG.	Uczestnik: - Uczestnik poprawnie wskazuje definicję marki spośród podanych opcji. - Uczestnik rozpoznaje elementy marki - Uczestnik poprawnie identyfikuje elementy strategii marketingowej. - Rozpoznaje techniki negocjacyjne zgodne z zasadami zrównoważonego biznesu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Uczestnik po udziale w szkoleniu: - identyfikuje potrzeby klienta i dobiera adekwatne metody dotarcia, - prezentuje produkt/usługę językiem korzyści, - planowuje własną strategię sprzedażową i komunikacyjną, - wykorzystuje techniki komunikacji werbalnej i niewerbalnej w relacjach z klientami, - rozpoznaje opór klienta i adekwatnie na niego zareagować.	Uczestnik: - wybiera, która z opcji najlepiej odzwierciedla realne potrzeby klienta na podstawie krótkiego opisu rozmowy lub sytuacji, -wskazuje, która z wypowiedzi sprzedawcy przedstawia ofertę w języku korzyści, - wybiera zestaw działań, które składają się na strategię sprzedażową, - wybiera zestaw działań, które składają się na strategię sprzedażową, identyfikuje przykład skutecznego komunikatu niewerbalnego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Uczestnik po udziale w szkoleniu: - działa etycznie i odpowiedzialnie w relacjach handlowych, - jest świadomy znaczenia zrównoważonego rozwoju w sprzedaży i marketingu, - wykazuje postawę otwartości i asertywności w kontakcie z klientem.	Uczestnik: - potrafi wskazać, która z opcji przedstawia etyczne zachowanie handlowca, - wybiera przykład działań sprzedażowych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju, - rozpoznaje, która reakcja handlowca jest asertywna i otwarta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

1. Marka mojego produktu/usługi:

a. Czym jest marka, którą reprezentuję i co o niej wiem? – Wizerunek i wartości marki – Przewaga konkurencyjna – wyróżniki marki

b. Jaka jest strategia marketingowa mojej firmy? – Segmentacja rynku – identyfikacja grup docelowych – Sposoby dotarcia do potencjalnego klienta – Etyka w marketingu i komunikacji o zrównoważonym rozwoju

c. Jakie potrzeby klienta zapewnia produkt/usługa, którą oferuję, czyli: „Dlaczego mam to kupić?”

d. Najlepsze praktyki marketingowe obowiązujące w dzisiejszych czasach

e. Strategia sprzedaży, czyli mój proces prospectingowy – proces poszukiwania klienta – Jaki jest mój cel sprzedażowy? – definiowanie indywidualnych celów sprzedażowych – Kim jest mój klient? – definiowanie profilu mojego klienta – Gdzie znaleźć klienta? – definiowanie źródeł klientów – Jak dotrzeć do klienta? – definiowanie metod dotarcia do klienta – Poszukiwanie klientów zainteresowanych zrównoważonymi rozwiązaniami

2. Moja marka osobista, czyli Personal Branding w sprzedaży:

a. Marka własna – Czym jest marka własna i co się na nią składa? – Proces budowania marki własnej – Podstawowe założenia „Personal Brandingu” jako narzędzia do budowania trwałych i efektywnych relacji z partnerami biznesowymi i klientami

b. Kreowanie wizerunku profesjonalnego handlowca – Elementy etykiety biznesowej – Biznesowy dress code – Diagnoza naturalnych predyspozycji i wspierających cech osobowościowych – Przygotowanie do spotkania biznesowego – Efekt pierwszego wrażenia – Budowanie wizerunku handlowca odpowiedzialnego społecznie i środowiskowo

c. Body language – wykorzystanie komunikacji niewerbalnej w kontakcie z klientem

d. Komunikacja werbalna i jej wpływ na klienta

e. Spójność marki mojego produktu/usługi z moją marką osobistą – Spójność przekazu o wartościach zrównoważonego rozwoju

3. Mój proces sprzedaży:

a. Czym tak naprawdę jest sprzedaż? – Sprzedaż wczoraj i dziś – modele i trendy sprzedażowe – Schematy myślenia o sprzedaży i ich eliminowanie – Dlaczego jestem sprzedawcą? – czyli o motywacji wewnętrznej

b. Struktura procesu sprzedaży – Otwarcie i budowanie relacji w sprzedaży – Aktywne słuchanie i badanie potrzeb klienta – Język korzyści w sprzedaży – Zamknięcie sprzedaży – Identyfikacja potrzeb klienta w kontekście zrównoważonego rozwoju

c. Psychologia zachowań klienta – Rodzaje osobowości klientów – typologia klienta – Psychologiczne uwarunkowania zachowań konsumentów

d. Iluzoryczna moc trików sprzedażowych – Omówienie najczęściej wykorzystywanych przez handlowców trików sprzedażowych – Wskazanie mocnych i słabych stron bazowania na trikach podczas sprzedaży – Etyka stosowania technik sprzedażowych w kontekście odpowiedzialności biznesu

e. Powody oporu i zastrzeżeń klienta, m.in. stereotypy, brak relacji, niedostosowanie przebiegu rozmowy do potrzeb klienta, brak umiejętnego uświadomienia korzyści

f. Radzenie sobie z oporem i zastrzeżeniami w sprzedaży, czyli: Kim jest tzw. „trudny klient” i jak z nim postępować? – „To jest za drogie!”, czyli jak wpływać na obiekcje klienta związane z ceną – „Zawiodłem się na Was!” – czyli jak radzić sobie z reklamacjami klientów – „Rację mam ja!” – jak postępować z klientem błędnie przekonanym o swojej racji – „Jesteśmy partnerami” – asertywność w relacji handlowiec–klient – Radzenie sobie z obiekcjami dotyczącymi kosztów rozwiązań ekologicznych

g. „Sprzedałem i co dalej?” – jak powinien wyglądać profesjonalny serwis posprzedażowy

h. Nowe trendy w sprzedaży – Sprzedaż proekologicznych produktów i usług

4. Negocjacje w sprzedaży:

a. Jaki jest cel negocjacji w sprzedaży

b. Zanim zaczniemy negocjować – gromadzenie informacji, bufory negocjacyjne (BATNA), punkty zwrotne

c. Rodzaje/style procesów negocjacyjnych

d. Strategie negocjacyjne / nastawienie negocjacyjne

e. Główne etapy w negocjacjach

f. Techniki negocjacyjne

g. Win-win w negocjacjach – Jak dążyć do sytuacji win-win, w której obie strony czują, że wygrały? – Negocjacje z uwzględnieniem wartości ESG i zrównoważonego biznesu

Szkolenie obejmuje 16h dydaktycznych tj. 45minut. Przerwy nie są wliczone w czas szkolenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Czym jest marka, którą reprezentuję i co o niej wiem	Alina Łobodzińska	27-09-2025	09:15	10:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 22 Jaka jest strategia marketingowa mojej firmy? - Etyka w marketingu i komunikacji o zrównoważonym rozwoju.	Alina Łobodzińska	27-09-2025	10:00	10:45	00:45
3 z 22 Jakie potrzeby klienta zapewnia produkt/usługa, którą oferuję	Alina Łobodzińska	27-09-2025	10:45	11:30	00:45
4 z 22 Przerwa	Alina Łobodzińska	27-09-2025	11:30	11:45	00:15
5 z 22 Strategia sprzedaży, czyli mój proces prospectingowy. Poszukiwanie klientów zainteresowanych zrównoważonymi rozwiązaniami.	Alina Łobodzińska	27-09-2025	11:45	12:30	00:45
6 z 22 Moja marka osobista, czyli Personal Branding w sprzedaży	Alina Łobodzińska	27-09-2025	12:30	13:15	00:45
7 z 22 Przerwa	Alina Łobodzińska	27-09-2025	13:15	14:00	00:45
8 z 22 b. Kreowanie wizerunku profesjonalnego handlowca. Efekt pierwszego wrażenia. Budowanie wizerunku handlowca odpowiedzialnego społecznie i środowiskowo.	Alina Łobodzińska	27-09-2025	14:00	14:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 22 Body language- wykorzystanie komunikacji niewerbalnej w kontakcie z klientem. Komunikacja werbalna i jej wpływ na klienta	Alina Łobodzińska	27-09-2025	14:45	15:30	00:45
10 z 22 Przerwa	Alina Łobodzińska	27-09-2025	15:30	15:45	00:15
11 z 22 Spójność marki mojego produktu/usługi z moją marką osobistą. Spójność przekazu o wartościach zrównoważonego rozwoju.	Alina Łobodzińska	27-09-2025	15:45	16:30	00:45
12 z 22 Mój proces sprzedaży - o motywacji wewnętrznej	Alina Łobodzińska	28-09-2025	09:15	10:00	00:45
13 z 22 Struktura procesu sprzedaży	Alina Łobodzińska	28-09-2025	10:00	10:45	00:45
14 z 22 Psychologia zachowań klienta	Alina Łobodzińska	28-09-2025	10:45	11:30	00:45
15 z 22 Przerwa	Alina Łobodzińska	28-09-2025	11:30	11:45	00:15
16 z 22 Iluzoryczna moc trików sprzedażowych	Alina Łobodzińska	28-09-2025	11:45	12:30	00:45
17 z 22 Powody oporu i zastrzeżeń klienta	Alina Łobodzińska	28-09-2025	12:30	13:15	00:45
18 z 22 Przerwa	Alina Łobodzińska	28-09-2025	13:15	13:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 22 Negocjacje w sprzedaży. Win-win w negocjacjach: Jak dążyć do sytuacji win-win, w której obie strony czują, że wygrały	Alina Łobodzińska	28-09-2025	13:45	14:30	00:45
20 z 22 Negocjacje z uwzględnieniem wartości ESG i zrównoważonego biznesu.	Alina Łobodzińska	28-09-2025	14:30	15:15	00:45
21 z 22 Przerwa	Alina Łobodzińska	28-09-2025	15:15	15:30	00:15
22 z 22 Walidacja	Alina Łobodzińska	28-09-2025	15:30	16:15	00:45

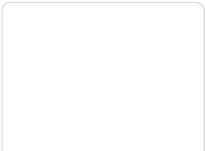
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	312,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	312,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Alina Łobodzińska



Alina Łobodzińska - Inspirujący szkoleniowiec z głębokim przekonaniem, że każdy posiada potencjał do rozwoju. Specjalizuje się w projektowaniu i prowadzeniu dynamicznych szkoleń z zakresu umiejętności miękkich, technik sprzedaży oraz strategii marketingowych, które realnie przekładają się na sukces zawodowy i osobisty uczestników. Moje programy szkoleniowe są tworzone z myślą o zróżnicowanych grupach odbiorców, od ambitnej młodzieży, stawiającej pierwsze kroki na rynku pracy, po doświadczonych profesjonalistów, dążących do podnoszenia swoich kompetencji. Dzięki indywidualnemu podejściu, praktycznym metodom i pasji do dzielenia się wiedzą, pomagam uczestnikom uwolnić ich potencjał, budować pewność siebie i osiągać wyznaczone cele. Doświadczenie zdobyte nie wcześniej niż 5 lat od daty rozpoczęcia szkolenia.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe.

Adres

ul. Pszczyńska 37
44-101 Gliwice
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Aleksandra Bober

E-mail aleksandra.bober@fundacjaoproaktywni.pl

Telefon (+48) 533 442 199