



FUNDACJA REX
SUPPORT GROUP

★★★★★ 4,8 / 5

77 ocen

Psychologia procesów zakupowych – szkolenie z technik wpływu i perswazji

Numer usługi 2025/08/18/125234/2945634

📍 Bronisławów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 04.12.2025 do 06.12.2025

4 320,00 PLN brutto

4 320,00 PLN netto

216,00 PLN brutto/h

216,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Zarząd, Managerowie sprzedaży, handlowcy, konsultanci i pracownicy zajmujący się sprzedażą i obsługą klienta.
Minimalna liczba uczestników	25
Maksymalna liczba uczestników	40
Data zakończenia rekrutacji	03-12-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	20
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 wyposażenie uczestników w wiedzę i narzędzia psychologiczne pozwalające na skuteczniejsze prowadzenie rozmów handlowych, wywieranie pozytywnego wpływu na klientów oraz budowanie trwałych relacji opartych na zaufaniu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozumie psychologiczne mechanizmy podejmowania decyzji zakupowych	Identyfikuje główne czynniki psychologiczne wpływające na decyzje zakupowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wyjaśnia rolę emocji i heurystyk w procesie decyzyjnym	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje przykłady zachowań konsumenckich	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wykorzystuje techniki perswazji i język wpływu w sprzedaży	Stosuje adekwatne techniki perswazji w rozmowie z klientem	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje język do odbiorcy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Potrafi uzasadnić wybór danej techniki	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik potrafi budować pierwsze wrażenie i zaufanie klienta	Demonstruje profesjonalną postawę i komunikację niewerbalną	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Utrzymuje spójność między komunikacją werbalną i niewerbalną	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Tworzy atmosferę sprzyjającą budowaniu relacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik stosuje metody radzenia sobie z obiekcjami klienta	Rozpoznaje obiekcje w wypowiedziach klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Reaguje w sposób konstruktywny i przekonujący	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje techniki zamiany obiekcji w argumenty sprzedażowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wykorzystuje narzędzia psychologiczne do zamykania sprzedaży (closing)	Wybiera odpowiednią technikę zamykania sprzedaży	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Prowadzi rozmowę w sposób płynny i konsekwentny	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Potrafi doprowadzić proces do finalizacji	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik dostosowuje komunikację do różnych typów klientów	Rozpoznaje profil klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje argumentację do potrzeb klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Świadomie kontroluje własne emocje	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik stosuje strategie zarządzania emocjami w sprzedaży	Reaguje w sposób konstruktywny na emocje klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Potrafi obniżyć napięcie w trudnych sytuacjach	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik uczestniczy w symulacjach negocjacyjnych i stosuje zaawansowane techniki sprzedaży	Stosuje poznane techniki negocjacyjne w symulacjach	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Prowadzi rozmowę zorientowaną na wynik win-win	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Radzi sobie w sytuacjach konfliktowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje granice etyczne stosowania technik psychologicznych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik zna i stosuje zasady etyki w psychologii sprzedaży	Wskazuje przykłady nieetycznych praktyk sprzedażowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Deklaruje stosowanie etycznych standardów w pracy	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

Dzień 1 – Fundamenty psychologii sprzedaży (6h)

- 1. Czy istnieje „buy button” w mózgu? – neuropsychologia decyzji zakupowych
- 2. Czym jest sprzedaż? Wartość jako fundament transakcji
- 3. Komunikacja wartości – Golden Circle (Sinek), Apple, Tesla – sprzedaż przez ideę
- 4. Budowanie pierwszego wrażenia i zaufania w kontakcie z klientem
- 5. Psychologia emocji w procesie sprzedaży – jak rozpoznawać i wykorzystywać emocje

Dzień 2 – Psychologia wpływu i proces sprzedaży (8h)

- 1. Nudges i psychologia codziennych decyzji (case studies: Schiphol, San Marcos)
- 2. Prawo dyfuzji innowacji – jak przyciągać właściwych klientów
- 3. Sprzedaż vs. Closing – Value In Advance (V.I.A.), closing bez presji
- 4. Customer Journey Map – analiza ścieżki klienta krok po kroku
- 5. Język wpływu – słowa, które przekonują i angażują klienta
- 6. Mini-test stylów sprzedaży – diagnoza indywidualnych predyspozycji
- 7. Warsztat praktyczny: symulacje rozmów z obiekcjami klientów

Dzień 3 – Psychologia decyzji klienta w praktyce (6h)

- 1. ROI vs. COI – jak sprzedawać wartość, a nie „kiedys”
- 2. Język perswazji – słowa, które sprzedają i te, które niszczą sprzedaż
- 3. Dlaczego lubimy to, co lubimy? – teoria MAYA, case studies Spotify i designu produktów
- 4. Storytelling w sprzedaży – jak opowiadać historie, które angażują i przekonują
- 5. Symulacja końcowa – case study sprzedaży B2B + indywidualny feedback
- 6. Walidacja efektów – obserwacja uczestników w warunkach symulowanych (Wiktor Wróbel)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Wprowadzenie do szkolenia. Cele i oczekiwania uczestników. Wstęp do psychologii sprzedaży.	Riccardo Falduto	04-12-2025	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 13 Czym jest sprzedaż? Wartość jako fundament transakcji. Komunikacja wartości (Golden Circle, case studies Apple, Tesla).	Riccardo Falduto	04-12-2025	13:00	16:00	03:00
3 z 13 Budowanie pierwszego wrażenia i zaufania. Rola emocji w sprzedaży.	Riccardo Falduto	04-12-2025	16:00	18:00	02:00
4 z 13 Psychologia codziennych decyzji (nudges, case studies). Prawo dyfuzji innowacji – jak przyciągać właściwych klientów.	Riccardo Falduto	05-12-2025	09:00	11:00	02:00
5 z 13 Psychologiczne techniki perswazji i język wpływu.	Riccardo Falduto	05-12-2025	11:00	13:00	02:00
6 z 13 Closing sprzedażowy – Value in Advance (V.I.A.), closing bez presji.	Riccardo Falduto	05-12-2025	14:00	16:00	02:00
7 z 13 Zarządzanie emocjami w rozmowie sprzedażowej. Radzenie sobie z obiekcjami klienta.	Riccardo Falduto	05-12-2025	16:00	18:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 13 Typologie klientów i dostosowanie strategii komunikacji.	Riccardo Falduto	06-12-2025	09:00	11:00	02:00
9 z 13 Zaawansowane techniki negocjacji w sprzedaży.	Riccardo Falduto	06-12-2025	11:00	12:00	01:00
10 z 13 Psychologia etyki i wartości w procesie sprzedaży.	Riccardo Falduto	06-12-2025	12:00	12:30	00:30
11 z 13 Symulacje i case study: praca z trudnym klientem.	Riccardo Falduto	06-12-2025	13:30	15:00	01:30
12 z 13 Podsumowanie szkolenia, rekomendacje indywidualne.	Riccardo Falduto	06-12-2025	15:00	15:30	00:30
13 z 13 Walidacja – Wiktor Wróbel.	-	06-12-2025	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 320,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 320,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	216,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	216,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Riccardo Falduto

Riccardo Falduto jest trenerem i coachem specjalizującym się w obszarze psychologii sprzedaży, komunikacji wartości i rozwoju kompetencji handlowych. W 2023 roku uczestniczył w międzynarodowym programie Transformational Leadership Coaching realizowanym przez TPC Leadership w Mediolanie, w ramach którego odbył trzy moduły szkoleniowe oraz sesje mentoringowe, doskonaląc swoje umiejętności w zakresie przywództwa, pracy z zespołami i rozwoju osobistego.

Jego prezentacje i szkolenia koncentrują się na praktycznym zastosowaniu psychologii w procesie sprzedaży – od roli mózgu gadziego w decyzjach zakupowych, przez teorię „Golden Circle” Simona Sineka, aż po techniki closingu, różnicę między ROI a COI czy znaczenie języka i słów w komunikacji z klientem. Riccardo łączy perspektywę naukową (Kahneman, Cialdini, Rogers) z przykładami rynkowymi (Apple, Tesla, Spotify), co czyni jego warsztaty angażującymi i praktycznymi. Posiada doświadczenie w pracy z międzynarodowym środowiskiem biznesowym, prowadził warsztaty i szkolenia w Europie, w tym m.in. we Włoszech. Dzięki interdyscyplinarnemu podejściu i dynamicznemu stylowi pracy skutecznie inspirował uczestników do zmiany nawyków sprzedażowych i wdrażania nowych technik w codziennym kontakcie z klientami.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt szkoleniowy, drukowane materiały z zadaniami

Adres

ul. Żeglarska 35/31
97-320 Bronisławów
woj. łódzkie

Usługa będzie zrealizowana w miejscu Hotel Magellan Business & Spa

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Wróbel Wiktor

E-mail wrobel.wiktor@wp.pl

Telefon (+48) 690 303 745