



Robert Maciaszek
RMCK

★★★★★ 5,0 / 5

135 ocen

Opracowanie strategii sprzedaży dla firmy usługowej z branży budowlanej

Numer usługi 2025/08/20/49505/2950169

📍 Cholerzyn / stacjonarna

🏠 Doradztwo biznesowe

🕒 41 h

📅 30.08.2025 do 27.09.2025

9 077,40 PLN brutto

7 380,00 PLN netto

221,40 PLN brutto/h

180,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

Usługa doradcza skierowana jest do kadry zarządczej mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) działających w sektorze usług w branży budowlanej. Odbiorcami usługi mogą być właściciele firm, członkowie zarządów lub menedżerowie odpowiedzialni za sprzedaż, rozwój działalności i strategię rynkową.

Grupa docelowa usługi

Grupa docelowa to firmy, które potrzebują wsparcia w:

- wypracowaniu skutecznego modelu sprzedaży B2B,
- segmentacji klientów i określeniu potencjalnych rynków zbytu,
- uporządkowaniu oferty i dopasowaniu kanałów dotarcia,
- zbudowaniu przewagi konkurencyjnej w komunikacji i procesie ofertowania.

Data zakończenia rekrutacji

25-08-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

41

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel biznesowy

Celem usługi jest opracowanie i wdrożenie strategii sprzedaży usług w określonym układzie rynkowym, obejmującym działania sprzedażowe skierowane do generalnych wykonawców, deweloperów i firm budowlanych na terenie Polski. Efektem usługi będzie gotowy do wdrożenia dokument „Strategia sprzedaży”, uwzględniający segmentację klientów,

model ofertowy, kanały dotarcia, plan działań handlowych i wskaźniki sukcesu.

Cel usługi zgodnie z metodologią SMART

S – Specyficzny:

Celem usługi jest opracowanie i przygotowanie do wdrożenia Strategii sprzedaży dla firmy z branży usług budowlanych, kierującej ofertę do generalnych wykonawców, deweloperów i firm budowlanych. Strategia obejmie segmentację klientów, model ofertowy, kanały dotarcia, plan działań handlowych i wskaźniki efektywności.

M – Mierzalny:

Efektom usługi będzie dokument zawierający:

- co najmniej 3 segmenty klientów,
- propozycję oferty dopasowanej do grup docelowych,
- 2–3 rekomendowane kanały sprzedaży,
- harmonogram działań na 3 miesiące,
- min. 3 wskaźniki do monitorowania efektów.

A – Akceptowalny:

Cel jest zgodny z potrzebami MŚP chcących uporządkować i rozwinąć działania sprzedażowe.

R – Realistyczny:

Usługa obejmuje 41 godzin pracy, co pozwala na pełną realizację celu w formule doradztwa indywidualnego.

T – Terminowy:

Usługa zostanie zrealizowana w ciągu 1 miesiąca, a dokument strategii przekazany podczas ostatniej sesji.

Efekt usługi

Efektom usługi doradczej będzie opracowany, zaakceptowany przez klienta dokument pt. „Strategia sprzedaży”, zawierający konkretne rekomendacje i narzędzia gotowe do wdrożenia w działalności firmy. Dokument uwzględni:

- analizę obecnego modelu sprzedaży,
- segmentację klientów i propozycję wartości dla każdego segmentu,
- rekomendowany model ofertowy,
- kanały sprzedaży i komunikacji,
- harmonogram działań sprzedażowych na okres 3 miesięcy,
- zestaw mierzalnych wskaźników do monitorowania efektów.

Kryteria weryfikacji osiągnięcia efektu usługi:

- Istnieje spójny, uporządkowany dokument strategii sprzedaży, przygotowany w wyniku doradztwa.
- Dokument zawiera wszystkie wymagane elementy: analizę, segmentację, model oferty, kanały sprzedaży, plan działań i wskaźniki.
- Strategia została zaakceptowana przez przedstawiciela firmy (potwierdzenie w protokole).
- Dokument zawiera plan wdrożenia z harmonogramem działań, który klient może wdrożyć od razu po zakończeniu usługi.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Efekt usługi zostanie potwierdzony poprzez przygotowanie i przekazanie Pracodawcy finalnego dokumentu doradczego w formie Strategii sprzedaży. Dokument zostanie udostępniony w wersji papierowej i będzie zawierał zestaw rekomendacji strategicznych i operacyjnych dopasowanych do sytuacji i oferty firmy.

Wypracowane rozwiązanie obejmie m.in.:

- diagnozę obecnej sytuacji sprzedażowej,
- propozycję segmentacji rynku i kierunków rozwoju,
- zestaw rekomendowanych kanałów sprzedaży i model ofertowy,
- harmonogram działań z uwzględnieniem możliwości operacyjnych firmy,
- mierzalne wskaźniki umożliwiające ocenę skuteczności wdrożenia,
- zestaw zaleceń i kroków dalszego postępowania po zakończeniu doradztwa.

Dodatkowo potwierdzeniem osiągnięcia efektu będą:

- protokół z realizacji usługi podpisany przez obie strony,
- dokumentacja przebiegu doradztwa (notatki, podsumowania sesji, opracowania cząstkowe),
- pisemne potwierdzenie zgodności dokumentu końcowego z celem usługi.

Program

Realizacja usługi doradczej została zaplanowana w sposób zapewniający zarówno zaangażowanie klienta w proces wypracowywania rozwiązań, jak i przestrzeń na samodzielną analizę oraz opracowanie dokumentu końcowego przez doradcę. Program obejmuje cztery spotkania robocze z przedstawicielem firmy oraz trzy etapy pracy własnej doradcy. Każdy etap odpowiada kolejnym krokom w budowie strategii sprzedaży – od diagnozy sytuacji wyjściowej, przez określenie kierunków działania, aż po przygotowanie kompletnego dokumentu gotowego do wdrożenia.

Etap I – Diagnoza sytuacji sprzedażowej firmy. Czas trwania: 8 godzin (praca z klientem)

- Analiza zakresu oferowanych usług i struktury klientów.
- Przegląd dotychczasowych działań sprzedażowych i kanałów pozyskiwania zleceń.
- Identyfikacja mocnych i słabych stron obecnego podejścia do sprzedaży.
- Ustalenie priorytetów i oczekiwań wobec strategii.
- Zebranie danych niezbędnych do dalszej pracy.

Etap II – Analiza danych i benchmarking. Czas trwania: 3 godziny (praca własna doradcy)

- Przegląd ofert i strategii konkurencji.
- Porównanie modeli sprzedaży usług w branży budowlanej.
- Wstępna identyfikacja przewag konkurencyjnych i szans rynkowych.
- Sformułowanie hipotez do dalszych konsultacji.

Etap III – Segmentacja klientów i model ofertowy. Czas trwania: 8 godzin (praca z klientem)

- Podział klientów na segmenty wg typów projektów i potencjału zakupowego.
- Określenie kluczowych potrzeb i motywacji zakupowych.
- Opracowanie propozycji wartości dla poszczególnych grup klientów.
- Budowa wstępnego modelu ofertowego dopasowanego do segmentów.
- Dyskusja nad wyróżnikami oferty i możliwymi kierunkami jej rozwoju.

Etap IV – Kanały sprzedaży i model kontaktu z klientem. Czas trwania: 8 godzin (praca z klientem)

- Ocena dotychczasowych kanałów dotarcia do klientów.
- Dobór rekomendowanych kanałów sprzedaży i komunikacji (offline i online).
- Określenie zasad prowadzenia kontaktu handlowego i działań follow-up.
- Propozycja rozwiązań usprawniających proces ofertowania i obsługi zapytań.

Etap V – Konsolidacja i opracowanie wstępnej wersji strategii. Czas trwania: 3 godziny (praca własna doradcy)

- Uporządkowanie wyników dotychczasowych prac.
- Przygotowanie struktury dokumentu strategii sprzedaży.
- Zestawienie rekomendacji, segmentów, kanałów i celów sprzedażowych.

Etap VI – Konsultacja finalna i plan wdrożenia. Czas trwania: 8 godzin (praca z klientem)

- Omówienie wersji roboczej strategii.
- Doprecyzowanie wskaźników skuteczności i celów operacyjnych.
- Opracowanie harmonogramu wdrożenia działań sprzedażowych.
- Dyskusja nad możliwymi barierami i środkami zaradczymi.
- Finalna akceptacja treści dokumentu przez klienta.

Etap VII – Finalizacja dokumentu i zamknięcie usługi. Czas trwania: 3 godziny (praca własna doradcy)

- Wprowadzenie poprawek i ukończenie dokumentu strategii.
- Sformatowanie dokumentu i przygotowanie wersji końcowej.
- Komplektacja dokumentacji usługi i przygotowanie protokołu odbioru.
- Sporządzenie i przekazanie dokumentu strategii sprzedaży w formie papierowej.
- Podsumowanie efektów usługi i formalne zakończenie współpracy.

Część usługi doradczej zostanie zrealizowana w formie samodzielnej pracy doradcy, aby zapewnić rzetelność, trafność i wartość merytoryczną opracowywanych rozwiązań. W trakcie tej pracy doradca wykonuje działania, które wymagają analizy, skupienia oraz zastosowania specjalistycznych narzędzi i metod diagnostycznych, takich jak:

- porównanie oferty klienta z rozwiązaniami rynkowymi (benchmarking),

- opracowanie segmentacji klientów i propozycji wartości,
- przygotowanie struktury i treści dokumentu „Strategia sprzedaży”,
- konsolidacja danych zebranych podczas sesji z klientem,
- redakcja, wizualizacja i finalizacja materiałów przekazywanych odbiorcy usługi.

Samodzielna praca doradcy umożliwia obiektywne spojrzenie na sytuację firmy oraz sformułowanie rekomendacji, które nie są jedynie odtworzeniem oczekiwań klienta, ale realną propozycją usprawnień – opartą na doświadczeniu eksperckim i znajomości rynku.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 Diagnoza sytuacji sprzedażowej firmy.	Robert Maciaszek	30-08-2025	08:00	16:00	08:00
2 z 7 (Praca własna doradcy) Analiza danych i benchmarking.	Robert Maciaszek	01-09-2025	16:00	19:00	03:00
3 z 7 Segmentacja klientów i model ofertowy.	Robert Maciaszek	06-09-2025	08:00	16:00	08:00
4 z 7 Kanały sprzedaży i model kontaktu z klientem.	Robert Maciaszek	13-09-2025	08:00	16:00	08:00
5 z 7 (Praca własna doradcy) Konsolidacja i opracowanie wstępnej wersji strategii.	Robert Maciaszek	17-09-2025	16:00	19:00	03:00
6 z 7 Konsultacja finalna i plan wdrożenia.	Robert Maciaszek	20-09-2025	08:00	16:00	08:00
7 z 7 (Praca własna doradcy) Finalizacja dokumentu i zamknięcie usługi.	Robert Maciaszek	27-09-2025	12:00	15:00	03:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	9 077,40 PLN
Koszt usługi netto	7 380,00 PLN
Koszt godziny brutto	221,40 PLN
Koszt godziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Robert Maciaszek

Od kilkunastu lat prowadzi firmę doradczą RMCK <http://rmck.eu/>, której klientami są małe i średnie przedsiębiorstwa nastawione na rozwój w oparciu o innowacyjne rozwiązania. Jest doświadczonym konsultantem, trenerem biznesu i coachem. Przeprowadził ponad tysiąc godzin doradztwa i szkoleń oraz kilkaset godzin coachingu biznesowego. Przygotował kilkadziesiąt planów rozwoju i strategii marketingowych dla klientów z sektora MŚP i NGO. Opracował dziesiątki biznes planów i studiów wykonalności. Jedną z jego specjalizacji są strategie wprowadzania nowych produktów na rynki - także międzynarodowe. W 2011 roku uzyskał Certyfikat Trenera Biznesu wydawany przez Pracownię Psychologiczną Elżbiety Sołtys w Krakowie. Ukończył wymagane szkolenia i uzyskał akredytację International Coach Federation na poziomie ACC. Magister ekonomii, absolwent kierunku Organizacja i Zarządzanie Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, tytuł Executive MBA kierunku Marketing & Management – Stockholm University School of Business (2007).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Schematy i diagramy wspierające pracę nad strategią

Informacje dodatkowe

Cena za 1 godzinę doradztwa przypadającą na przedsiębiorstwo wynosi 180,00 zł netto (221,40 brutto).

Adres

Choleryn 292
32-060 Choleryn
woj. małopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Klimatyzacja

Kontakt



Robert Maciaszek

E-mail rm@rmck.eu

Telefon (+48) 600 218 400