



IQ CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

6 364 oceny

Psychologia i perswazja w sprzedaży telefonicznej: Budowanie zaufania i wpływanie na decyzje

Numer usługi 2025/08/21/120895/2952369

📍 Koszalin / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 29.10.2025 do 30.10.2025

3 000,00 PLN brutto

3 000,00 PLN netto

125,00 PLN brutto/h

125,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Grupą docelową tego szkolenia są **wszyscy pracownicy firmy, którzy mają bezpośredni lub pośredni wpływ na proces sprzedaży i obsługę klienta**. Obejmuje to:

- **Pracowników działu sprzedaży i obsługi klienta**, którzy prowadzą rozmowy telefoniczne.
- **Magazynierów**, którzy są pierwszymi osobami mającymi fizyczny kontakt z zamówieniem klienta.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

28-10-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

24

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

Szkolenie przygotowuje do zwiększenia umiejętności sprzedażowych oraz do poznania zasad skutecznego merchandisingu. Prowadzi do nabycie umiejętności trafnego diagnozowanie klienta oraz maksymalizowania obrotów i zysków w firmie. Prowadzi do prawidłowego przyjmowania reklamacji, pozyskiwania informacji, technik i strategii odpowiedzi, dobierania odpowiedniej argumentacji, skutecznych metod komunikacji, udoskonalenia standardów obsługi reklamacji, reagowania w stresujących sytuacjach.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik identyfikuje kluczowe motywacje i obawy klienta biznesowego w kontekście sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik opisuje różnice w procesie decyzyjnym między klientem indywidualnym a firmowym podczas rozmowy telefonicznej.	Test teoretyczny
	Uczestnik wymienia minimum 3 czynniki, które wpływają na decyzje zakupowe w sektorze B2B podczas sprzedaży telefonicznej.	Test teoretyczny
Uczestnik stosuje elementy komunikacji werbalnej, które budują pozytywne pierwsze wrażenie w sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik charakteryzuje znaczenie tonu głosu, intonacji i tempa mowy w budowaniu relacji podczas rozmowy telefonicznej.	Wywiad swobodny
	Uczestnik modyfikuje swój ton głosu i tempo mowy w ćwiczeniach praktycznych związanych ze sprzedażą telefoniczną.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik analizuje mocne i słabe strony swojej komunikacji werbalnej w kontekście sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik identyfikuje mocne strony swojej mowy na podstawie nagrania rozmowy sprzedażowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wskazuje obszary do poprawy w swojej komunikacji werbalnej, bazując na analizie nagrania rozmowy telefonicznej.	Wywiad swobodny
Uczestnik stosuje techniki aktywnego słuchania w rozmowie w sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik zadaje minimum 3 otwarte pytania podczas symulacji rozmowy w sprzedaży telefonicznej.	Wywiad swobodny
	Uczestnik parafrazuje wypowiedzi rozmówcy, aby potwierdzić zrozumienie jego potrzeb podczas rozmowy sprzedażowej.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik buduje zaufanie klienta za pomocą reguły wzajemności i autorytetu w sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik dzieli się wartościową informacją, która jest przydatna dla klienta, zanim przejdzie do oferty w rozmowie telefonicznej.	Wywiad swobodny
	Uczestnik odwołuje się do własnego doświadczenia lub wiedzy eksperckiej w trakcie rozmowy sprzedażowej.	Wywiad swobodny
Uczestnik ćwiczy budowanie relacji z klientem w kontrolowanych warunkach sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik bierze udział w odgrywaniu scenariuszy rozmów, koncentrując się na budowaniu relacji podczas sprzedaży telefonicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik udziela konstruktywnej informacji zwrotnej innym uczestnikom, oceniając ich zdolności do budowania relacji podczas rozmowy telefonicznej.	Wywiad swobodny
Uczestnik identyfikuje potrzeby klienta podczas sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik zadaje minimum 3 pytania diagnostyczne, aby odkryć ukryte potrzeby i wyzwania klienta podczas rozmowy telefonicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik sporządza mapę potrzeb dla wybranego scenariusza rozmowy telefonicznej, wskazując kluczowe wyzwania klienta.	Wywiad swobodny
Uczestnik przekształca cechy produktu w korzyści dla klienta biznesowego w sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik formułuje co najmniej 3 korzyści z produktów firmy które odpowiadają na potrzeby zidentyfikowane podczas rozmowy telefonicznej.	Test teoretyczny
	Uczestnik prezentuje spersonalizowaną ofertę, używając języka korzyści, a nie suchych cech produktu, w symulowanej rozmowie telefonicznej.	Wywiad swobodny
Uczestnik przygotowuje spersonalizowaną ofertę dla klienta.	Uczestnik konstruuje krótką, spersonalizowaną ofertę, która odwołuje się do specyficznych potrzeb i wyzwań klienta zidentyfikowanych w trakcie rozmowy telefonicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przedstawia przygotowaną ofertę w symulowanej rozmowie, uwzględniając wcześniej poznane techniki sprzedaży telefonicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik identyfikuje rodzaje obiekcji klienta w rozmowie telefonicznej.	Uczestnik definiuje co najmniej 3 typy obiekcji (np. cenowe, merytoryczne, logistyczne) i podaje przykłady dla każdego z nich.	Test teoretyczny
	Uczestnik analizuje obiekcje klienta, wskazując co naprawdę kryje się za jego zastrzeżeniami podczas symulacji rozmowy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik stosuje psychologiczne techniki radzenia sobie z obiekcjami w sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik wykorzystuje technikę "czucia, odczuwania i odkrywania" do empatycznego podejścia do obiekcji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przekształca obiekcję w dialog, zadając odpowiednie pytania, które kierują rozmowę w stronę rozwiązania problemu.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik aktywnie trenuje radzenie sobie z obiekcjami w warunkach symulacyjnych.	Uczestnik bierze udział w warsztacie ról, odgrywając scenariusze z trudnymi obiekcjami w kontekście sprzedaży telefonicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik udziela konstruktywnej informacji zwrotnej innym uczestnikom na temat ich umiejętności radzenia sobie z obiekcjami.	Wywiad swobodny
Uczestnik definiuje i wyjaśnia reguły perswazji dr. Cialdiniego w kontekście sprzedaży telefonicznej.	Uczestnik opisuje, na czym polega reguła niedostępności i reguła konsekwencji.	Test teoretyczny
	Uczestnik charakteryzuje regułę dowodu społecznego i podaje przykłady jej zastosowania w sprzedaży telefonicznej.	Test teoretyczny
	Uczestnik wykorzystuje w rozmowie telefonicznej co najmniej jeden element dowodu społecznego (np. odwołanie do innej firmy).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik stosuje reguły perswazji, aby wpływać na decyzje klienta przez telefon.	Uczestnik stosuje w rozmowie telefonicznej co najmniej jedną z reguł perswazji w celu zwiększenia skuteczności swojej oferty.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik analizuje możliwości wykorzystania reguł perswazji w codziennej pracy.	Uczestnik identyfikuje sytuacje, w których można zastosować reguły Cialdiniego w swojej pracy.	Wywiad swobodny
	Uczestnik uczestniczy w dyskusji grupowej, wymieniając pomysły na wykorzystanie poznanych reguł w sprzedaży telefonicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik stosuje różne techniki domykania sprzedaży w rozmowie telefonicznej.	Uczestnik opisuje co najmniej 2 techniki domykania sprzedaży (np. domykanie bezpośrednie, alternatywne).	Test teoretyczny
	Uczestnik stosuje wybraną technikę domykania w symulowanej rozmowie telefonicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik planuje i realizuje kolejne kroki po rozmowie sprzedażowej.	Uczestnik tworzy plan follow-up, określając kolejne kroki po zakończeniu rozmowy telefonicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przygotowuje i prezentuje podsumowanie rozmowy, które można przesłać klientowi.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik integruje poznane techniki w pełnej rozmowie sprzedażowej.	Uczestnik odgrywa pełną, 10-minutową rozmowę sprzedażową, która zawiera elementy z każdego modułu szkolenia.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik analizuje i ocenia swoje kompleksowe umiejętności w symulowanej rozmowie sprzedażowej.	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

Szkolenie trwa 24 godziny dydaktyczne, tj. 18 godzin zegarowych (1 godzina dydaktyczna = 45 minut).

Dzień 1: Fundamenty psychologiczne i budowanie relacji

Moduł 1: Wprowadzenie do psychologii sprzedaży telefonicznej

- **Zrozumienie umysłu klienta B2B:** Motywacje, obawy i proces podejmowania decyzji. Różnice między klientem indywidualnym a biznesowym.
- **Pierwsze 15 sekund:** Znaczenie tonu głosu, intonacji i tempa mowy w budowaniu pierwszego wrażenia.
- **Warsztat praktyczny:** Ćwiczenie na dykcję i modulację głosu. Analiza nagrań w celu identyfikacji mocnych i słabych stron w komunikacji werbalnej.

Moduł 2: Budowanie zaufania bez kontaktu wzrokowego

- **Techniki aktywnego słuchania:** Nauka zadawania otwartych pytań i parafrazowania, aby pokazać klientowi, że jest się w pełni zaangażowanym w rozmowę.
- **Reguła wzajemności i autorytetu:** Jak dzielić się wartościową wiedzą i doświadczeniem, aby klient poczuł się zobowiązany do wysłuchania oferty.
- **Ćwiczenia w parach:** Odgrywanie scenariuszy rozmów, podczas których uczestnicy uczą się budować relację i zadawać odpowiednie pytania.

Moduł 3: Identyfikacja telefoniczna potrzeb klienta i język korzyści

- **Mapa potrzeb klienta:** Warsztat, podczas którego uczestnicy uczą się, jak diagnozować przez telefon ukryte potrzeby i wyzwania klienta.
- **Język korzyści (cecha vs. korzyść):** Nauka, jak przekształcać cechy produktu Tompak (np. wytrzymałość kartonu) w konkretne korzyści dla klienta biznesowego (np. redukcja reklamacji, oszczędność kosztów).
- **Zadanie indywidualne:** Przygotowanie krótkiej, spersonalizowanej oferty dla wybranego typu klienta, opartej na zidentyfikowanych potrzebach.

Dzień 2: Zaawansowane techniki perswazji i domknięcie sprzedaży

Moduł 1: Radzenie sobie z obiekcjami przez telefon – psychologiczne podejście

- **Typologia obiekcji:** Zrozumienie, co naprawdę kryje się za obiekcjami typu "za drogo", "nie mamy czasu", "już korzystamy z innej firmy".
- **Technika "czucia, odczuwania i odkrywania":** Praktyczne ćwiczenia, które uczą, jak empatycznie podchodzić do obiekcji i kierować rozmowę w stronę rozwiązania problemu.
- **Warsztat ról:** Uczestnicy odgrywają role, trenując radzenie sobie z najczęstszymi obiekcjami w branży opakowań.

Moduł 2: Wpływanie na decyzję: Reguły perswazji dr. Cialdiniego

- **Reguły niedostępności i konsekwencji:** Jak subtelnie stosować reguły psychologiczne, aby motywować klienta do podjęcia decyzji.
- **Dowód społeczny:** Nauka, jak w rozmowie telefonicznej posługiwać się rekomendacjami i studiami przypadku innych klientów.
- **Dyskusja grupowa:** Wymiana pomysłów na to, jak skutecznie wykorzystywać reguły Cialdiniego w codziennych rozmowach z klientami.

Moduł 3: Skuteczne domknięcie sprzedaży i podsumowanie

- **Techniki domykania sprzedaży:** Przegląd różnych metod, od domykania bezpośredniego po domykanie alternatywne.
- **Skuteczny follow-up:** Planowanie kolejnych kroków po rozmowie telefonicznej, w tym wysyłka podsumowania, oferty i utrzymanie kontaktu.
- **Podsumowanie szkolenia:** Sesja Q&A, omówienie kluczowych wniosków i przygotowanie planu wdrożenia zdobytej wiedzy w praktyce.
- **Zadanie końcowe:** Uczestnicy odgrywają pełną rozmowę sprzedażową, integrując wszystkie poznane techniki.

Walidacja szkolenia - W procesie walidacji szkolenia wykorzystano **test teoretyczny** skonstruowany tak, by weryfikować efekty uczenia się na trzech poziomach: **wiedzy, umiejętności** oraz **kompetencji społecznych (postaw)**. Uzupełniono go o dodatkowe metody walidacji, takie jak **wywiad swobodny** i **obserwacja w warunkach symulowanych**.

METODY STOSOWANE PODCZAS SZKOLENIA:

- Prezentacja w formie wykładu
- Dyskusja grupowa
- Wspólne dochodzenie do wniosków
- Ćwiczenia w grupach
- Ćwiczenia w parach
- Ćwiczenia indywidualne
- Case study

Metody szkoleniowe:

- Wykłady interaktywne
- Analiza case studies
- Symulacje negocjacji i obsługi reklamacji
- Ćwiczenia praktyczne w parach i grupach
- Burza mózgów
- Role-playing

Dodatkowe elementy:

- **Studium przypadku:** Analiza rzeczywistej sytuacji z firmy uczestnika szkolenia.
- **Warsztaty negocjacyjne:** Symulacje negocjacji w różnych scenariuszach.
- **Feedback:** Indywidualna analiza mocnych stron i obszarów do poprawy.
- **Materiały szkoleniowe:** Komplet materiałów szkoleniowych, w tym prezentacje, ćwiczenia, wzory dokumentów.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Dzień 1: Fundamenty psychologiczne i budowanie relacji. Moduł 1: Wprowadzenie do psychologii sprzedaży telefonicznej	Anna Makara	29-10-2025	08:00	10:00	02:00
2 z 9 Moduł 2: Budowanie zaufania bez kontaktu wzrokowego	Anna Makara	29-10-2025	10:00	12:00	02:00
3 z 9 Przerwa	Anna Makara	29-10-2025	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 9 Moduł 3: Identyfikacja telefoniczna potrzeb klienta i język korzyści	Anna Makara	29-10-2025	12:15	17:00	04:45
5 z 9 Dzień 2: Zaawansowane techniki perswazji i domknięcie sprzedaży Moduł 1: Radzenie sobie z obiekcjami przez telefon – psychologiczne podejście	Anna Makara	30-10-2025	08:00	10:00	02:00
6 z 9 Moduł 2: Wpływanie na decyzje: Reguły perswazji dr. Cialdiniego	Anna Makara	30-10-2025	10:00	12:00	02:00
7 z 9 Przerwa	Anna Makara	30-10-2025	12:00	12:15	00:15
8 z 9 Moduł 3: Skuteczne domknięcie sprzedaży i podsumowanie	Anna Makara	30-10-2025	12:15	16:00	03:45
9 z 9 Walidacja szkolenia	-	30-10-2025	16:00	17:00	01:00

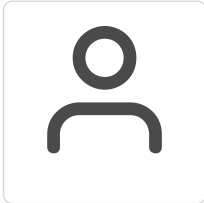
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	125,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Makara

Od 18 lat związana jestem ze sprzedażą w międzynarodowych korporacjach farmaceutycznych, gdzie zdobywałam doświadczenie w budowaniu relacji, skutecznej komunikacji oraz realizacji celów biznesowych. Przez 6 lat pracowałam również w promocji i marketingu w lokalnym dzienniku „Głos Koszaliński”, co pozwoliło mi lepiej zrozumieć dynamikę rynku medialnego i narzędzia komunikacji masowej.

Obecnie jestem zaangażowana w dwa projekty rozwojowe – Digital Partners oraz Akademię Inspiracji – w których wspieram uczestników w efektywnej komunikacji wielokanałowej i rozwoju osobistym. Moją pasją jest praca nad mocnymi stronami ludzi. Jako certyfikowany konsultant MaxieDISC oraz entuzjastka metodologii Gallupa pomagam innym odkrywać i wykorzystywać ich unikalne talenty.

Przeprowadzam testy MaxieDISC i prowadzę konsultacje indywidualne z omówienia testu i dalszego rozwoju.

Trenerem biznesu jestem od 2010 r. Prowadzę szkolenia z zakresu kompetencji miękkich m.in. komunikacji z wykorzystaniem MaxieDISC, komunikacji wielokanałowej oraz szkolenia produktowe – zawsze z naciskiem na praktyczność, indywidualne podejście i rozwój kompetencji interpersonalnych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały dydaktyczne w formie papierowej przygotowane w oparciu o tematykę szkolenia oraz zgodnie z wymaganiami prawnymi określonymi w prawie polskim oraz UE.

- Prezentacje multimedialne
- Artykuły naukowe
- Narzędzia diagnostyczne

Warunki uczestnictwa

Uczestnicy szkolenia otrzymają zaświadczenie o odbyciu **szkolenia oraz certyfikat** potwierdzające nabyte umiejętności, które stanowią potwierdzenie nabytych kompetencji dotyczących technik sprzedaży, negocjacji i standardów obsługi klienta w świetle nowych regulacji prawnych.

Poziom frekwencji na szkoleniu pozwalający na wydanie zaświadczenia o ukończeniu szkolenia powinien wynosić 100%.

Informacje dodatkowe

W przypadku uczestnictwa w usłudze osoby z niepełnosprawnością dostawca usługi zapewni realizację usługi rozwojowej uwzględniając potrzeby osób z niepełnosprawnościami (w tym również dla osób ze szczególnymi potrzebami) zgodnie ze Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027.

Koszt przeprowadzenia walidacji jest uwzględniony w cenie szkolenia.

Adres

ul. Lniana 19
75-213 Koszalin
woj. zachodniopomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Justyna Bilewicz

E-mail justyna.bilewicz@iq-consulting.pl

Telefon (+48) 790 411 403