



MEGA CENTRUM
ROZWOJU
SŁAWOMIR
GALIŃSKI

★★★★★ 4,8 / 5

175 ocen

Skuteczny i powtarzalny proces sprzedaży - z Patrykiem Jasińskim. Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy

Numer usługi 2025/09/10/20716/2997460

📍 Katowice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 22.10.2025 do 24.10.2025

5 100,00 PLN brutto

5 100,00 PLN netto

212,50 PLN brutto/h

212,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Pracownicy działów sprzedaży – osoby, które chcą podnieść swoje umiejętności w zarządzaniu czasem, tworzeniu strategii sprzedaży oraz budowaniu relacji z klientami.

Przedsiębiorcy i właściciele firm – osoby prowadzące własną działalność, które chcą usprawnić swoje procesy sprzedażowe, poznać skuteczne techniki prospectingu i finalizacji sprzedaży.

Konsultanci sprzedaży – specjaliści doradzający firmom w zakresie optymalizacji sprzedaży i poszukujący efektywnych metod pracy z klientami.

Nowi pracownicy działów sprzedaży – osoby, które dopiero rozpoczynają karierę w sprzedaży i chcą zdobyć solidne podstawy.

Osoby zainteresowane rozwojem kariery w sprzedaży – uczestnicy, którzy pragną rozwijać umiejętności niezbędne w tej branży.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

21-10-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

24

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do prowadzenia procesu sprzedaży skierowanej do klienta biznesowego, w tym do planowania i organizowania działań sprzedażowych, identyfikowania potrzeb klienta, prezentowania oferty, reagowania na obiekcje oraz finalizacji sprzedaży, zgodnie z wymaganiami kwalifikacji rynkowej nr 12637.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje plan działań sprzedażowych w oparciu o cele i analizę rynku	Tworzy krótko- i długoterminowy plan sprzedaży	Prezentacja
	Uwzględnia analizę rynku i konkurencji	Test teoretyczny
	Identyfikuje przewagi konkurencyjne oferty	Obserwacja w warunkach symulowanych
Monitoruje wyniki sprzedaży i dostosowuje działania do aktualnych celów	Analizuje dane sprzedażowe	Test teoretyczny
	Wyciąga wnioski i koryguje działania sprzedażowe	Wywiad ustrukturyzowany
	Stosuje odpowiednie wskaźniki efektywności	Prezentacja
Identyfikuje i kwalifikuje potencjalnych klientów (prospecting)	Tworzy profil klienta (avatar)	Prezentacja
	Wybiera odpowiednie źródła pozyskiwania leadów	Test teoretyczny
	Planuje działania prospectingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
Przygotowuje i prowadzi rozmowę sprzedażową	Stosuje techniki otwarcia rozmowy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dopasowuje komunikację do typu klienta	Wywiad swobodny
	Reaguje na trudnych rozmówców i obiekcje	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Diagnostuje potrzeby klientów i dostosowuje ofertę	Zadaje trafne pytania diagnozujące	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Identyfikuje realne potrzeby klienta	Test teoretyczny
	Dopasowuje propozycję do problemów klienta	Deбата ustrukturyzowana
	Tworzy ofertę odpowiadającą na potrzeby klienta	Prezentacja
Opracowuje ofertę handlową i ustala warunki sprzedaży	Ustala warunki zgodnie z polityką firmy	Wywiad ustrukturyzowany
	Argumentuje korzyści oferty	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje sygnały gotowości zakupowej	Test teoretyczny
Finalizuje sprzedaż i przyjmuje zamówienie	Stosuje techniki finalizacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dokumentuje zamówienie zgodnie z procedurą	Analiza dowodów i deklaracji
	Monitoruje realizację zamówienia	Analiza dowodów i deklaracji
Realizuje działania posprzedażowe i wspiera klienta	Wspiera klienta po zakupie	Wywiad swobodny
	Buduje długofalową relację opartą na zaufaniu	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

Kwalifikacje	Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji	12637
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Zgodnie z opisem kwalifikacji nr 12637 w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji. Proces walidacji zgodny z wymogiem rozdzielności – przeprowadza osoba inna niż trener.

Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Mega Centrum Rozwoju Sławomir Galiński, podmiot wpisany do Bazy Usług Rozwojowych, realizujący usługę oraz walidację zgodnie z kwalifikacją ZRK nr 12637. Walidacja prowadzona przez osobę inną niż trener.r.
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Tak

Program

-- Dzień 1

MODUŁ 1: Zarządzanie czasem i planowanie działań w sprzedaży (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Jednym z najważniejszych narzędzi w sprzedaży jest czas. Wybitni sprzedawcy potrwają precyzyjnie zarządzać sobą w czasie i odpowiednio planować zadania. Jak zaplanować swój dzień i miesiąc, odpowiemy sobie w tym module.

W module m.in.:

- Czym są działania strategiczne i operacyjne?
- Jakie rodzaje zadań ma współczesny handlowiec?
- Co wpływa na moje zarządzanie czasem
- Macierz Einsenhowera
- 3 worki zadań w sprzedaży
- Układanie dnia w sprzedaży

MODUŁ 2: Tworzenie planu i strategii sprzedaży (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Brak planu, to przygotowanie do porażki. Wielu sprzedawców nie planuje swoich działań, przez co działają po omacku. W tym module uświadomimy sobie rolę planowania sprzedaży, budowania strategii i zarządzania swoją sprzedażą.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Czym jest plan sprzedaży?
- Jak stworzyć plan sprzedaży?
- Plan krótko i długo terminowy
- Strategia sprzedaży
- Opracowanie strategii sprzedaży

MODUŁ 3: Budowanie przewag konkurencyjnych (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Kiedy sprzedajesz, jak wszyscy, masz wyniki dokładnie takie same, jak wszyscy. W jaki sposób wypracować przewagi konkurencyjne? Jak odpowiednio „podawać je klientowi”. To wypracujemy w trakcie tego modułu

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Kto jest moim konkurentem?
- Analiza konkurencji

- Co jest moim USP?
- Jakie jest moje ESP?
- Mapowanie przewag konkurencyjnych
- Jak konstruować ofertę w oparciu o realne potrzeby klienta.
- Jak prawidłowo akcentować to co dla klienta jest istotne.
- Zdobywanie zobowiązań klienta

MODUŁ 4: Powtarzalny i skalowalny proces sprzedaży (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Mamy XXI wiek, a nadal spora część firm nie wie, jak ważny jest proces sprzedaży w ich firmie. Jak skalować sprzedaż skoro nie jest ona dla nas przewidywalna i skalowalna? Na tym skupimy się w trakcie tego modułu

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Jakie najczęściej popełniamy błędy w skalowaniu sprzedaży?
- Czym jest proces sprzedaży?
- Jak zaprojektować proces sprzedaży?
- W jaki sposób możemy skalować naszą sprzedaż?
- Weryfikacja i testowanie procesu
- Co warto mierzyć i jak?
- Narzędzia wspierające proces sprzedaży

-- Dzień 2

MODUŁ 5: Skuteczny prospecting (0,5 godz. teorii + 1,5 godz. praktyki = 2 godz.)

W XXI wieku, każda firma chce pozyskać jak największą ilość klientów. Firmy wydają potężne nakłady na marketing, zapominając, że jednym z podstawowych narzędzi dobrego handlowca jest właśnie prospecting, czyli poszukiwanie nowych klientów. W trakcie tego modułu uświadomimy uczestnikom, jak ważną rolę w ich pracy pełni skuteczny prospecting, kto jest ich klientem i gdzie go poszukiwać.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Wprowadzające ćwiczenie: Co gdybyś stracił dziś wszystkich klientów?
- Określenie avatara mojego klienta.
- Czym jest prospect, zimny i ciepły lead.
- Gdzie wyszukiwać klientów?
- Kanały dotarcia do klienta.
- Efekt siania, ile zasiejesz, tyle zbierzesz.
- Jak rozmawiać z prospectem?

MODUŁ 6: Budowanie i zarządzanie relacjami z klientem (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Doradcza sprzedaż, opiera się przede wszystkim na umiejętnym zarządzaniu relacjami z klientem. W trakcie tego modułu poznamy szczegóły, wskaźniki i sposoby umiejętnego wykorzystania relacji z klientami.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Jak prawidłowo zarządzać relacjami w oparciu o bazę danych.
- Czym jest scoring klientów i jak go mierzyć?
- Od prospecta do CLV- wykorzystaj w pełni potencjał swoich klientów
- Jak mądrze nadawać statusy klientów?

- Trójpodział władzy w firmie.
- Zasada 3 x 48.
- Multkanałowość w kontakcie z klientem, oparta o bazę danych.
- Jak i kiedy followupować klienta?
- Do kogo kierować specjalne oferty?
- Budowanie długofalowych relacji biznesowych.
- Zasada 3R w budowaniu relacji z klientem.

MODUŁ 7: Typologia klientów – aspekt psychologiczny (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

W tym module skupimy się na typach klientów, dopasowaniu swojego komunikatu do konkretnego typu klienta, dzięki tej umiejętności nabędziemy większą pewność siebie w rozmowie z klientem oraz umiejętnie dopasujemy komunikat do naszego rozmówcy.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Najpopularniejsze typy klientów.
- Typologia Inside Discovery i Jung.
- Jak rozpoznać typ naszego rozmówcy?
- Dopasowanie komunikatu do konkretnego typu rozmówcy.
- Operowanie językiem dostosowanym do rozmówcy.
- Autorski podział na 12 kategorii klientów
- Kto jest dla mnie trudnym klientem? Dlaczego on?

MODUŁ 8: Jak rozpoczynać rozmowę sprzedażową z przytupem (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Dlaczego klient ma poświęcić swój czas na rozmowę z tobą? Jak zapewne zdążyłeś zauważyć istnieją sprzedawcy, którzy nie mają żadnego problemu z rozpoczęciem rozmowy, i klienci sporadycznie „rzucają im słuchawką”. Istnieją też sprzedawcy, którzy tylko sporadycznie przechodzą dalej. W tym module skupimy się jak „zagaic” swojego potencjalnego klienta, aby zrobić na nim piorunujące pierwsze wrażenie.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Dlaczego System EDP nazwany jest nowoczesnym modelem sprzedaży?
- Pierwsze 20 sekund ma znaczenie, reguła 4x 20.
- Jak wypracować hak na uwagę.
- Sposoby na wywołanie konfuzji.
- W jaki sposób „przebijać się” przez sekretarki.

-- Dzień 3

MODUŁ 9: Badanie potrzeb klienta, a może uśmierzanie bólu? (1 godz. teorii + 1,5 godz. praktyki = 2,5 godz.)

Badanie potrzeb jest kluczowym elementem, od którego należy rozpocząć proces sprzedaży. To właśnie nabycie i wykorzystanie tej umiejętności, otwiera drogę do sukcesu w sprzedaży. W tym module uczestnicy poznają główne motywy zakupu klientów oraz nauczą się trafnie i skutecznie zadawać pytania, mające na celu precyzyjną diagnozę potrzeb klienta. Zrozumiemy również jakie najczęściej błędy są popełniane w procesie diagnozy potrzeb. **W module m.in. takie zagadnienia jak:**

- Motywatory zakupu, co tak naprawdę kupuje klient
- Badanie potrzeb klienta, a zadawanie pytań
- System wartości klienta a diagnoza potrzeb
- 3P – model diagnozy potrzeb klienta

- Realne potrzeby mylone ze stanowiskiem klienta lub jego opisem sytuacji
- Błędy w diagnozie potrzeb
- Jakie bóle mają moi klienci?

MODUŁ 10: Prezentacja oferty, która otwiera klienta na zamknięcie sprzedaży (1 godz. teorii + 1,5 godz. praktyki = 2,5 godz.)

Gdyby zapytać sprzedawców, po co prezentują ofertę, większość odpowie „żeby klient kupił”. To bardzo mylne myślenie, gdyż prezentacja oferty ma na celu przygotowanie klienta do późniejszego sprawnego sfinalizowania transakcji.

W module m.in. takie zagadnienia jak:

- Co jest moim USP?
- Jakie jest moje ESP?
- Jak konstruować ofertę w oparciu o realne potrzeby klienta.
- Czym są sygnały sygnalizujące gotowość do zakupu?
- Jak prawidłowo akcentować to co dla klienta jest istotne.
- Jak powinien wyglądać mail, którego klient chce czytać
- Zdobywanie zobowiązań klienta

Organizacja szkolenia

Szkolenie trwa łącznie 24 godziny zegarowe (3 dni x 8 godzin dziennie). Przerwy (3 godziny) oraz walidacja (2 godziny) są wliczane w czas trwania usługi. Szkolenie obejmuje 7,5 godzin zajęć teoretycznych (wykład, prezentacja z elementami dyskusji), 11,5 godzin praktycznych (ćwiczenia, symulacje, analiza przypadków)

Zajęcia prowadzone są w jednej grupie liczącej maksymalnie 20 uczestników. Szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej. Każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów szkoleniowych. W przypadku grup powyżej 10 osób, podczas części praktycznej uczestnicy będą dzieleni na podgrupy liczące maksymalnie 5 osób. Podział ten ma na celu zapewnienie odpowiednich warunków do realizacji ćwiczeń, symulacji i pracy warsztatowej.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 21

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Moduł 1: Zarządzanie czasem i planowanie działań w sprzedaży	Patryk Jasiński	22-10-2025	08:00	10:00	02:00
2 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	22-10-2025	10:00	10:15	00:15
3 z 21 Moduł 2: Tworzenie planu i strategii sprzedaży	Patryk Jasiński	22-10-2025	10:15	12:15	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	22-10-2025	12:15	12:45	00:30
5 z 21 Moduł 3: Budowanie przewag konkurencyjnych	Patryk Jasiński	22-10-2025	12:45	14:15	01:30
6 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	22-10-2025	14:15	14:30	00:15
7 z 21 Moduł 4: Powtarzalny i skalowalny proces sprzedaży	Patryk Jasiński	22-10-2025	14:30	16:00	01:30
8 z 21 Moduł 5: Skuteczny prospecting	Patryk Jasiński	23-10-2025	08:00	10:00	02:00
9 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	23-10-2025	10:00	10:15	00:15
10 z 21 Moduł 6: Budowanie i zarządzanie relacjami z klientem	Patryk Jasiński	23-10-2025	10:15	12:15	02:00
11 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	23-10-2025	12:15	12:45	00:30
12 z 21 Moduł 7: Typologia klientów – aspekt psychologiczny	Patryk Jasiński	23-10-2025	12:45	14:15	01:30
13 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	23-10-2025	14:15	14:30	00:15
14 z 21 Moduł 8: Jak rozpoczynać rozmowę sprzedażową z przytupem	Patryk Jasiński	23-10-2025	14:30	16:00	01:30
15 z 21 Moduł 9: Badanie potrzeb klienta	Patryk Jasiński	24-10-2025	08:00	10:30	02:30
16 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	24-10-2025	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 21 Moduł 10: Prezentacja oferty, która otwiera klienta na zamknięcie sprzedaży	Patryk Jasiński	24-10-2025	10:45	13:15	02:30
18 z 21 Przerwa obiadowa	Patryk Jasiński	24-10-2025	13:15	13:45	00:30
19 z 21 Walidacja - ćw. i dyskusja moderowana	-	24-10-2025	13:45	15:15	01:30
20 z 21 Przerwa	Patryk Jasiński	24-10-2025	15:15	15:30	00:15
21 z 21 Walidacja - test wiedzy	-	24-10-2025	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 100,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	212,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,50 PLN
W tym koszt walidacji brutto	300,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	300,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Patryk Jasiński

Patryk od 14 lat do nadal działa w sprzedaży i jest jednym z najbardziej charyzmatycznych trenerów w Polsce. Jego energia i doświadczenie pomogły tysiącom sprzedawców osiągać lepsze wyniki.

Karierę szkoleniową rozpoczął w 2009 roku u czołowego operatora komórkowego, zdobywając tytuł najlepszego sprzedawcy. Do dziś aktywnie sprzedaje i prowadzi firmę outsourcingową Deal Makers. Jego sukcesy to m.in. sprzedaż za 2 mln zł przez telefon, wzrost sprzedaży o 230% w 8 miesięcy (poligrafia) i 300% w 2 lata (konsulting).

Przez 13 lat przeprowadził ponad 1600 warsztatów, spędzając 3000 dni szkoleniowych. Współpracował z firmami takimi jak Orange, Tauron, PKO BP, Ergo Hestia, Martes Sport, Saint Gobain i wieloma innymi. Jest również ekspertem na konferencjach (Forum Szefów Sprzedaży, Zgrupowanie Asów Sprzedaży) i wykładowcą MBA.

Autor książek o sprzedaży, m.in. „Telebohater”, „Zaprojektuj swoją sprzedaż” i „MVP sprzedaży”. Prywatnie honorowy dawca krwi, sportowiec i fan swojego psa Bombła.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają komplet materiałów szkoleniowych, w tym prezentację multimedialną, zestaw ćwiczeń praktycznych oraz skrypt zawierający kluczowe techniki sprzedażowe i narzędzia do planowania działań handlowych.

Informacje dodatkowe

Usługa korzysta ze zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. a ustawy o VAT.

Organizator szkolenia – Mega Centrum Rozwoju – jest podmiotem wpisanym do Bazy Usług Rozwojowych i świadczy usługi kształcenia zawodowego finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych, w ramach projektu współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego Plus.

Adres

ul. Żeliwna 38
40-599 Katowice
woj. śląskie

Sala A

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Igor Ginalski

E-mail igor.ginalski@megacentrumrozwoju.pl

Telefon (+48) 513 020 414