



MEGA CENTRUM
ROZWOJU
SŁAWOMIR
GALIŃSKI

★★★★★ 4,8 / 5

175 ocen

Negocjacje i wywieranie wpływu w sprzedaży – szkolenie przygotowujące do kwalifikacji ZRK: Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy

Numer usługi 2025/09/18/20716/3017299

📍 Bielsko-Biała / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 17.11.2025 do 19.11.2025

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

5

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

16-11-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

24

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem usługi jest rozwinięcie praktycznych umiejętności negocjacyjnych uczestników w kontekście sprzedaży B2B, zgodnie z kwalifikacją rynkową nr 12637 „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy”. Uczestnicy poznają techniki negocjacji oparte na modelach FBI, ELM i Cialdiniego, nauczą się wykorzystywać je w procesie sprzedaży, reagować na obiekcje i manipulacje oraz skutecznie doprowadzać do zamknięcia sprzedaży.

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
	Analizuje dane sprzedażowe	Test teoretyczny
Monitoruje wyniki sprzedaży i dostosowuje działania do aktualnych celów	Wyciąga wnioski i koryguje działania sprzedażowe	Wywiad ustrukturyzowany
	Stosuje odpowiednie wskaźniki efektywności	Prezentacja
	Tworzy profil klienta (avatar)	Prezentacja
Identyfikuje i kwalifikuje potencjalnych klientów (prospecting)	Wybiera odpowiednie źródła pozyskiwania leadów	Test teoretyczny
	Planuje działania prospectingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje techniki otwarcia rozmowy	Obserwacja w warunkach symulowanych
Przygotowuje i prowadzi rozmowę sprzedażową	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: FUNDAMENTY NEGOCJACJI I PSYCHOLOGII WPŁYWU

Sesja 1: Wprowadzenie do szkolenia i kontrakt psychologiczny

Uczestnicy poznają cele warsztatu, zasady współpracy oraz określają własne oczekiwania i styl działania w sytuacjach negocjacyjnych.

Część teoretyczna (30 min)

- Omówienie struktury szkolenia i zasad pracy sprzyjających uczeniu się dorosłych.
- Wprowadzenie do metodyki opartej na modelach Vossa, Dawsona i Cialdiniego.
- Ustalenie kontraktu psychologicznego i zapoznanie z procesem walidacji ZRK.

Sesja 2: Style i modele negocjacji

Celem sesji jest zrozumienie różnic między najważniejszymi podejściami do negocjacji oraz umiejętność ich rozpoznawania i dopasowania do kontekstu biznesowego.

Część teoretyczna (30 min)

- Przegląd stylów negocjacji:
 1. Dawson – transakcyjny,
 2. Mayer – relacyjny,
 3. Voss – emocjonalny.
- Omówienie pojęć:
 1. BATNA,
 2. ZOPA,
 3. Win-Win.

Ćwiczenie praktyczne (30 min)

- Analiza case'ów pod kątem stylu,
- scenariusze sytuacyjne,
- mini-dyskusja o doborze podejścia.

Sesja 3: Reguły wpływu wg Cialdiniego

Uczestnicy poznają sześć zasad wpływu społecznego i uczą się, jak stosować je etycznie w procesie negocjacyjnym, zwłaszcza w kontekście sprzedaży B2B.

Część teoretyczna (30 min)

- Omówienie sześciu reguł wpływu i ich zastosowania w negocjacjach.
- Dyskusja o etyce wpływu i ryzyku manipulacji.

Ćwiczenie praktyczne (60 min)

- Rozpoznawanie reguł w scenkach,
- symulacje z ich użyciem,
- refleksja nad własnym stylem.

Sesja 4: Negocjacje w modelu FBI – lustro, etykietowanie, kalibracja

Uczestnicy poznają podejście do negocjacji stosowane przez FBI, koncentrujące się na emocjach, aktywnym słuchaniu i subtelnym prowadzeniu rozmowy, a następnie ćwiczą jego elementy w praktyce.

Część teoretyczna (30 min)

- Wprowadzenie do modelu FBI wg Vossa: lustrowanie, etykietowanie, pytania kalibracyjne.
- Sposoby redukcji napięcia i oporu rozmówcy.

Ćwiczenie praktyczne (90 min)

- Trening w parach,
- symulacje rozmów z klientem o wysokim oporze,
- tworzenie pytań,
- analiza nagrań.

Sesja 5: Typowe zagrywki i manipulacje w negocjacjach

Uczestnicy uczą się rozpoznawać nieetyczne techniki i zagrywki stosowane w negocjacjach, analizują ich wpływ na relacje i wynik rozmowy, a także ćwiczą sposoby reagowania w sposób profesjonalny i asertywny.

Część teoretyczna (45 min)

- Omówienie zagrywek takich jak
 1. „dobry/zły glina”,
 2. blef,
 3. fałszywa BATNA,
 4. ograniczenie czasowe,
 5. milczenie.
- Różnice między twardością a nieetycznością.

Ćwiczenie praktyczne (75 min)

- Analiza przypadków,
- ćwiczenia reakcji na presję,
- scenki improwizowane,
- refleksja o granicach.

DZIEŃ 2: TAKTYKI, EMOCJE I ARCHITEKTURA WYBORU

Sesja 6: Taktyki negocjacyjne – Dawson i Mayer w praktyce

Uczestnicy poznają najbardziej kontrowersyjne, ale skuteczne techniki negocjacyjne stosowane w realnych sytuacjach handlowych i menedżerskich. Ćwiczą nie tylko ich zastosowanie, ale też strategie obronne.

Część teoretyczna (30 min)

- Taktyki Dawsona:
 1. Nibbling,
 2. Flinch,
 3. Silent Close.
- Etyczne granice stosowania technik.

Ćwiczenie praktyczne (75 min)

- Odgrywanie taktyk i strategii obrony,
- symulacje negocjacji z zagrywkami,
- tworzenie własnych zasad etycznych.

Sesja 7: Emocje w negocjacjach – rozpoznawanie, nazywanie, regulacja

Uczestnicy uczą się dostrzegać i nazywać emocje – zarówno swoje, jak i partnera negocjacyjnego. Trenują narzędzia obniżające napięcie i przywracające racjonalny dialog.

Część teoretyczna (30 min)

- Znaczenie emocji w negocjacjach wg Vossa.
- Mikroekspresje, język ciała, werbalizacja emocji jako sposób na deeskalację.

Ćwiczenie praktyczne (75 min)

- Ćwiczenia rozpoznawania emocji,
- symulacje trudnych rozmów,
- aktywne słuchanie i refleksja osobista.

Sesja 8: Przetwarzanie informacji w negocjacjach – Model ELM

Uczestnicy poznają model Elaboration Likelihood Model (ELM) i jego zastosowanie w sprzedaży, autoprezentacji i negocjacjach. Dowiadują się, jak dobierać komunikaty do rozmówcy i kontekstu.

Część teoretyczna (30 min)

- Dwa tory przetwarzania informacji: centralny i peryferyjny.
- Dobór komunikatów do kontekstu i odbiorcy.

Ćwiczenie praktyczne (75 min)

- Projektowanie komunikatów do różnych typów klientów,
- analiza materiałów reklamowych,
- refleksja nad stylem.

Sesja 9: Architektura wyboru i projektowanie decyzji – Nudging w praktyce

Uczestnicy uczą się, jak tworzyć ofertę i prezentować informacje, by wpływać na decyzje klienta bez wywierania presji – zgodnie z koncepcją „architektury wyboru” R. Thaler.

Część teoretyczna (30 min)

- Koncepcja „projektowania decyzji” wg Thaler.
- Efekt ramowania, domyślności i status quo w procesie wyboru.

Ćwiczenie praktyczne (75 min)

- Przebudowa oferty handlowej,
- projektowanie wariantów wyboru,
- refleksja nad wpływem bez presji.

DZIEŃ 3: SYTUACJE TRUDNE, STRATEGIE I SYMULACJE

Sesja 10: Trudni rozmówcy i sytuacje konfliktowe

Uczestnicy identyfikują trudne typy partnerów negocjacyjnych, analizują źródła napięć i uczą się technik prowadzenia rozmowy w sposób konstruktywny mimo silnych emocji lub różnic interesów.

Część teoretyczna (30 min)

- Typy trudnych rozmówców i źródła napięć.
- Techniki deeskalacji i kontroli emocji.

Ćwiczenie praktyczne (60 min)

- Symulacje rozmów,
- reakcje na eskalację,
- mikrokomunikaty „gaszące” konflikty.

Sesja 11: Symulacje negocjacyjne – rozgrywka zespołowa

Uczestnicy biorą udział w trzech scenariuszach negocjacyjnych, odzwierciedlających realia pracy w sprzedaży, zarządzaniu i obsłudze klienta. Każda symulacja jest prowadzona zespołowo, z podziałem na role.

Część teoretyczna (10 min)

- Wprowadzenie do symulacji jako metody nauki.
- Zasady rozgrywek, role i kryteria obserwacji.

Ćwiczenie praktyczne (80 min)

- Trzy scenariusze:
 1. negocjacje B2B,
 2. wewnętrzne,
 3. z klientem trudnym.
- Praca w grupach,
- feedback.

Sesja 12: Feedback i dekonstrukcja symulacji

Po rozegranych scenariuszach uczestnicy analizują swoje działania, otrzymują informację zwrotną i uczą się formułować wnioski na przyszłość.

Część teoretyczna (15 min)

- Kluczowe elementy skutecznych negocjacji:
 1. przygotowanie,
 2. argumentacja,
 3. elastyczność.

Ćwiczenie praktyczne (60 min)

- Analiza postaw i stylów uczestników,
- refleksja nad efektywnością i stylem negocjatora.

Sesja 13: Twój plan rozwoju jako negocjatora

Uczestnicy przechodzą przez proces autorefleksji i opracowują plan działań na 30 dni po szkoleniu, który pomoże im wdrażać poznane techniki w codziennej praktyce.

Część teoretyczna (10 min)

- Diagnoza własnych kompetencji i stylu.
- Rola mikrocelów i checklist w rozwoju umiejętności.

Ćwiczenie praktyczne (35 min)

- Stworzenie planu 30-dniowego:
 1. cele,
 2. działania,
 3. autodiagnoza.

Walidacja efektów kwalifikacji (dyskusja moderowana, symulacje)

(prowadzi osoba inna niż trener, zgodnie z wymogiem rozdzielności)

Część teoretyczna (10 min)

- Zasady i przebieg walidacji
- Kryteria oceny i metodologia (test, obserwacja, prezentacja, wywiad)

Ćwiczenie praktyczne (50 min)

- Symulacje rozmów sprzedażowych i obsługi posprzedażowej
- Analiza przypadków problemowych

- Moderowana dyskusja

Test wiedzy i podsumowanie szkolenia

Część teoretyczna (15 min)

- Instrukcja do testu pisemnego / zamkniętego
- Omówienie logiki kryteriów zaliczenia

Ćwiczenie praktyczne (30 min)

- Test wiedzy
- Omówienie wyników i indywidualny feedback
- Podsumowanie całego szkolenia i rekomendacje rozwojowe

Organizacja szkolenia

Szkolenie trwa łącznie 24 godziny zegarowe (3 dni x 8 godzin dziennie). Przerwy oraz walidacja są wliczane w czas trwania usługi. Szkolenie obejmuje 6,5 godzin zajęć teoretycznych (wykład, prezentacja z elementami dyskusji), 12,5 godziny praktycznych (ćwiczenia, symulacje, analiza przypadków) oraz 2 godziny na walidację.

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: 24

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 24 Sesja 1: Wprowadzenie do szkolenia i kontrakt psychologiczny	Łukasz Kulis	17-11-2025	08:00	08:30	00:30
2 z 24 Sesja 2: Style i modele negocjacji	Łukasz Kulis	17-11-2025	08:30	09:30	01:00
3 z 24 przerwa	Łukasz Kulis	17-11-2025	09:30	09:45	00:15
4 z 24 Sesja 3: Reguły wpływu wg Cialdiniego	Łukasz Kulis	17-11-2025	09:45	11:15	01:30
5 z 24 przerwa obiadowa	Łukasz Kulis	17-11-2025	11:15	11:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 24 Sesja 4: Negocjacje w modelu FBI – lustro, etykietowanie, kalibracja	Łukasz Kulis	17-11-2025	11:45	13:45	02:00
7 z 24 przerwa	Łukasz Kulis	17-11-2025	13:45	14:00	00:15
8 z 24 Sesja 5: Typowe zagrywki i manipulacje w negocjacjach	Łukasz Kulis	17-11-2025	14:00	16:00	02:00
9 z 24 Sesja 6: Taktyki negocjacyjne – Dawson i Mayer w praktyce	Łukasz Kulis	18-11-2025	08:00	09:45	01:45
10 z 24 przerwa	Łukasz Kulis	18-11-2025	09:45	10:00	00:15
11 z 24 Sesja 7: Emocje w negocjacjach – rozpoznawanie, nazywanie, regulacja	Łukasz Kulis	18-11-2025	10:00	11:45	01:45
12 z 24 przerwa obiadowa	Łukasz Kulis	18-11-2025	11:45	12:15	00:30
13 z 24 Sesja 8: Przetwarzanie informacji w negocjacjach – Model ELM	Łukasz Kulis	18-11-2025	12:15	14:00	01:45
14 z 24 przerwa	Łukasz Kulis	18-11-2025	14:00	14:15	00:15
15 z 24 Sesja 9: Architektura wyboru i projektowanie decyzji – Nudging w praktyce	Łukasz Kulis	18-11-2025	14:15	16:00	01:45
16 z 24 Sesja 10: Trudni rozmówcy i sytuacje konfliktowe	Łukasz Kulis	19-11-2025	08:00	09:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 24 przerwa	Łukasz Kulis	19-11-2025	09:30	09:45	00:15
18 z 24 Sesja 11: Symulacje negocjacyjne – rozgrywka zespołowa	Łukasz Kulis	19-11-2025	09:45	11:15	01:30
19 z 24 przerwa obiadowa	Łukasz Kulis	19-11-2025	11:15	11:45	00:30
20 z 24 Sesja 12: Feedback i dekonstrukcja symulacji	Łukasz Kulis	19-11-2025	11:45	13:00	01:15
21 z 24 Sesja 13: Twój plan rozwoju jako negocjatora	Łukasz Kulis	19-11-2025	13:00	13:45	00:45
22 z 24 przerwa	Łukasz Kulis	19-11-2025	13:45	14:00	00:15
23 z 24 Walidacja - ćw. i dyskusja moderowana	Igor Ginalski	19-11-2025	14:00	15:30	01:30
24 z 24 Walidacja - test wiedzy	-	19-11-2025	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: 2



1 z 2

Łukasz Kulis

Trener sprzedaży i negocjacji z ponad 10-letnim doświadczeniem w pracy w środowisku sprzedażowym, w tym na stanowiskach menedżerskich. Specjalizuje się w rozwijaniu kompetencji handlowców oraz wdrażaniu skutecznych strategii sprzedażowych. Prowadzi szkolenia z zakresu komunikacji biznesowej, negocjacji, zarządzania zespołem oraz skutecznego pozyskiwania klientów.

Od 2014 roku do nadal związany z branżą szkoleniowo-sprzedażową – pełnił funkcje menedżera zespołów sprzedażowych, trenera wewnętrznego i szkoleniowca w takich firmach jak Rankomat, KJS Capital i Hamera Capital. Odpowiadał m.in. za realizację celów sprzedażowych, rozwój pracowników, prowadzenie szkoleń wdrożeniowych i zaawansowanych, a także tworzenie autorskich materiałów edukacyjnych i egzaminacyjnych. Posiada doświadczenie w prowadzeniu egzaminów wiedzy uczestników szkoleń (pre i post testy).

Z wykształcenia psycholog biznesu ze specjalizacją w zakresie negocjacji i mediacji. W pracy trenerskiej łączy wiedzę psychologiczną z praktyką biznesową, co umożliwia uczestnikom skuteczne wdrażanie omawianych narzędzi i technik negocjacyjnych.



2 z 2

Igor Ginalski

Igor Ginalski posiada ponad 10-letnie doświadczenie w projektowaniu i realizacji projektów rozwojowych dla pracowników działów sprzedaży w organizacjach usługowych i produkcyjnych. W ciągu ostatnich 5 lat (do nadal) samodzielnie planował, koordynował i realizował ponad 10 projektów szkoleniowych, z których każdy obejmował co najmniej 20 dni realizacyjnych, m.in. jako koordynator i trener w Mega Centrum Rozwoju oraz Flip Mind. Projekty te koncentrowały się na rozwijaniu kompetencji miękkich, komunikacji, perswazji sprzedażowej, obsłudze klienta i umiejętnościach cyfrowych niezbędnych w procesie handlowym.

Dodatkowo, Igor posiada udokumentowane ponad 5-letnie doświadczenie w aktywnej sprzedaży – m.in. poprzez bieżącą pracę w zakresie obsługi klienta i pozyskiwania uczestników szkoleń komercyjnych i dofinansowanych.

Posiada również kompetencje w zakresie oceny i rozwoju kompetencji sprzedażowych – zarówno jako trener, jak i projektant działań edukacyjnych. Jego doświadczenie obejmuje prowadzenie szkoleń, spotkań mentoringowych oraz przygotowywanie materiałów edukacyjnych dla przedstawicieli handlowych.

Zna zasady przeprowadzania walidacji oraz stosowane metody – zdobyte dzięki wieloletniemu

zaangażowaniu w działania edukacyjne, prowadzeniu rekrutacji uczestników, przygotowywaniu dokumentacji projektowej oraz organizowaniu egzaminów i procesów certyfikacyjnych.

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

al. Armii Krajowej 220

43-316 Bielsko-Biała

woj. śląskie

Hotel Szyndzielnia, Sala Szafirowa

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Igor Ginalski

E-mail igor.ginalski@megacentrumrozwoju.pl

Telefon (+48) 513 020 414