

**Kompendium Handlowca - aktywna
sprzedaż produktów i usług**

Numer usługi 2025/09/24/7392/3029856

3 200,00 PLN brutto

3 200,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

Zakład

Doskonalenia

Zawodowego

★★★★★ 4,7 / 5

4 223 oceny

📍 Września / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 15.12.2025 do 30.01.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	• Menedżerowie sprzedaży • Przedstawiciele handlowi, handlowcy, doradcy klienta, specjaliści ds. sprzedaży • Osoby kontaktujące się z klientem bezpośrednio i/lub przez telefon • Konsultanci ds. sprzedaży • Osoby powiązane z handlem i sprzedażą
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	12-12-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	32
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnik zostanie przygotowany do wykorzystania narzędzi oraz odpowiednich technik sprzedażowych oraz negocjacyjnych w celu prowadzenia skutecznej sprzedaży. Dodatkowo usługa przygotowuje do prawidłowej identyfikacji klienta oraz komunikowania się z nim, a także do opracowywania strategii negocjacyjnych oraz sprzedażowych. Narzędziami w sprzedaży są np.: budowanie korzystnej relacji, komunikacja werbalna. Technikami w sprzedaży są np.: negocjacja, badanie oczekiwań i możliwości klienta

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Potrafi efektywnie planować czas pracy, rozumiejąc znaczenie priorytetów i elastycznie dostosowując się do zmieniających się warunków.	Tworzy jasny plan działania.	Wywiad swobodny
	Wykazuje efektywność w działaniu czasu.	Wywiad swobodny
Identyfikuje potencjalnych klientów, analizuje rynek, korzystając z dostępnych danych i potrzeb klienta. Buduje efektywne strategie prospectingu, ustala metody kontaktu i komunikacji.	Analizuje dane rynkowe i określa profil idealnego klienta.	Wywiad swobodny
	Planuje działania poszukiwawcze na podstawie zidentyfikowanych profili klientów.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór metod kontaktu i komunikacji z potencjalnymi klientami, analizując ich skuteczność.	Wywiad swobodny
	Określa kluczowe techniki poszukiwania klientów i otwierania rozmów.	Wywiad swobodny
Opisuje etapy procesu sprzedaży, przedstawiając kolejne kroki od nawiązania kontaktu z klientem po finalizację transakcji, oraz charakteryzuje różne techniki sprzedaży stosowane na każdym etapie. Buduje strategie zamykania sprzedaży, opracowuje plan działania na końcowych etapach procesu sprzedaży, który uwzględnia techniki finalizacji transakcji. Buduje strategie radzenia sobie z trudnym klientem, opracowuje plan działania uwzględniający odpowiednie techniki komunikacyjne i negocjacyjne.	Analizuje poszczególne etapy procesu sprzedaży, określając kluczowe działania i techniki sprzedażowe.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór konkretnych technik sprzedaży na poszczególnych etapach, oceniając ich skuteczność i zastosowanie w praktyce.	Wywiad swobodny
	Planuje kroki prowadzące do zamknięcia sprzedaży, określając odpowiednie momenty i techniki finalizacji transakcji.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór konkretnej techniki zamykania sprzedaży, ocenia jej dopasowanie do danej sytuacji i danego klienta.	Wywiad swobodny
	Planuje kroki prowadzące do rozwiązania konfliktów i poprawy relacji z klientem, określając odpowiednie techniki komunikacyjne.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór strategii radzenia sobie z trudnym klientem, analizując ich skuteczność w różnych sytuacjach.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Inicjuje odpowiedni moment na zakończenie spotkania handlowego. Charakteryzuje dynamikę rozmowy oraz sygnały ze strony klienta.	Opracowuje działania prowadzące do efektywnego zakończenia spotkania, uwzględniając dynamikę rozmowy.	Wywiad swobodny
	Argumentuje wybór strategii zamykania spotkania, analizuje ich skuteczność w różnych sytuacjach.	Wywiad swobodny

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

Ramowy program usługi

Pokaż program

Uczestnik szkolenia zdobywa niezbędne narzędzia w zakresie: rodzajów sprzedaży, etapów sprzedaży, poznaje techniki do klasyfikacji typów klientów.
Poznaje narzędzia z zakresu komunikacji z klientem oraz identyfikacji klienta. Nabywa umiejętności technik strategii negocjacyjnych oraz sprzedażowych. Otrzymuje narzędzia, które pozwalają na właściwą postawę sprzedawcy w kontaktach biznesowych.

1. Organizacja pracy własnej
- określenie celów i metod pracy własnej
 - kontrolowanie i monitorowanie efektów swojej pracy
 - planowanie spotkań na obszarze działań sprzedażowych
 - ustalanie priorytetów i sposobów pracy pod presją czasu i terminów
 - radzenie sobie ze stresem i trudnymi sytuacjami z zakresu sprzedaży
2. Prospecting, czyli poszukiwanie Klientów - organizacja pracy Handlowca
- czym są referencje?
 - rodzaje referencji

- skąd, jak i od kogo brać rekomendacje?
- kiedy klienci polecają nas innym?
- najlepsze okazje do uzyskania rekomendacji
- określenie profilu klienta
- metody pozyskiwania referencji
- potencjalni klienci - wybór najskuteczniejszych źródeł

3. Przygotowanie do rozmowy z klientem

- telefon - instrument nawiązywania kontaktu i budowania relacji z klientem
- czynniki wpływające na sukces podczas rozmowy telefonicznej
- zebranie wstępnych informacji
- planowanie efektów sprzedażowych
- przygotowanie schematu rozmowy

4. Nawiązanie pierwszego kontaktu z klientem - otwarcie rozmowy

- efekt Pigmaliona - tworzenie pierwszego wrażenia i kierowanie się tym wrażeniem
- autoprezentacja - tworzenie pierwszego wrażenia
- przedstawiciel handlowy jako reprezentant firmy - techniki wzbudzania zaufania i budowania wiarygodności
- aspekt wizualny - wygląd i ubiór
- nastawienie i motywacja
- technika ingracji - jak wywierać pozytywny wpływ na klienta
- "warsztat handlowca" - podstawowe umiejętności niezbędne w rozmowie z klientem (formułowanie wypowiedzi, aktywne słuchanie, znaczenie różnorodności pytań, parafrazowanie, klaryfikowanie, podsumowanie wypowiedzi)
- wyposażenie, atrybuty i profesjonalizm w pracy
- standardy pracy i standardy etyczne
- kreowanie pozytywnej opinii klienta o firmie
- techniki i metody budowania lojalności klienta

5. Identyfikacja klienta

- psychologiczne typy klienta oraz sposoby rozpoznawania ich
- "dostrajanie się" do określonego typu klienta w rozmowie handlowej
- typy osobowości klienta
- model preferencji klienta

6. Techniki sprzedaży - proces sprzedaży

- zasady sprzedaży
- otwarcie rozmowy
- diagnoza potrzeb klienta
- prezentacja oferty
- wyjaśnianie obiekcji
- czynności administracyjne
- pożegnanie klienta
- obsługa posprzedażowa

7. Rozpoznanie potrzeb klienta

- merytoryczne, psychologiczne i proceduralne potrzeby klientów
- metaprogramy
- techniki zadawania pytań
- parafraza
- podsumowania i klaryfikacja
- unikanie błędów w komunikacji z klientem

8. Prezentacja produktów, usług i "wartości dodanej" firmy

- argumenty sprzedażowe
- treść i struktura prezentacji
- techniki wzbudzania pozytywnego nastawienia i motywacji do sprzedaży
- techniki wywierania wpływu
- zachowanie, które są cenione przez klientów
- rozwijanie umiejętności argumentacji - argumenty merytoryczne i psychologiczne
- warsztat praktyczny

9. Zamykanie sprzedaży - kiedy finalizować sprzedaż?

- rola sygnałów niewerbalnych
- techniki zamykania sprzedaży

10. Budowanie długofalowych relacji z klientem

- metody budowania wiarygodności
- etapy budowania relacji
- sztuka ustępowania oraz korzyści z budowania relacji

11. "Trudny klient" i trudne sytuacje sprzedażowe - sposoby i techniki postępowania

- jak poradzić sobie z tzw. trudnym klientem?
- asertywne techniki radzenia sobie z trudnymi sytuacjami
- technika POPO

12. Zakończenie spotkania z klientem

- techniki zamykania spotkania
- jak pokonać opór klienta?
- rozpoznawanie werbalnych i niewerbalnych sygnałów kupna
- procedury i ceremoniał zakończenia spotkania
- wyznaczenie kolejnej daty spotkania

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

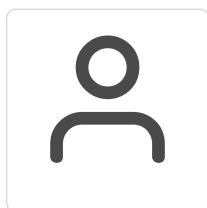
Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Marcin Kołodziejczak

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu - Zarządzanie Politechnika Poznańska - Elektroniczna Aparatura i Systemy Pomiarowe * Analiza i informatyzacja systemowa procesów biznesowych MMŚP, * Systemy IT stosowane w MMŚP * Edukacja ustawiczna osób dorosłych Ekspert, czynny trener, programista systemów IT. Wiedza i doświadczenie potwierdzone licznymi projektami. Skutecznie koordynuje i wdraża projekty informatyzacji biznesu w obszarach: systemów ERP, MES, CRM, CMS (finanse - księgowość-kadry/ logistyka/ magazynowanie/produkcja/IoT), baz i analiz danych, systemów WEB i szeroko pojętej elektroniki użytkowej. Właściciel IT-Comfort.PL, współzałożyciel Fundacji Rozwoju Nowych Technologii - frnt.org.pl. Wybrane Szkolenia: - ABC Data / InfoVIDE - Sybase / Simptest - Systemy Zarządzania Jakością ISO / Simptest - Szkolenie Wewnętrznych Audytorów Jakości 20 letnie doświadczenie w zakresie: * zarządzania zespołem * projektowania i koordynacji zmian w przedsiębiorstwach produkcyjnych w obszarze systemów zarządzania produkcją, analityki biznesowej. * projektowania i organizacji kształcenia ustawicznego i szkoleń (doradca wykonał ponad 350 godzin doradztwa w podobnym zakresie w ostatnich 24 miesiącach wstecz od dnia rozpoczęcia doradztw)



2 z 3

Krzysztof Kraszkiewicz

Psycholog i socjolog. Wykładowca Uniwersytetu WSB Merito w Bydgoszczy, Łodzi i Toruniu. Zajmuje się szkoleniami, doradztwem zawodowym, treningami funkcji poznawczych oraz realizacją badań. Posiada kilkaset godzin doświadczenia szkoleniowo-doradczego w ramach działań realizowanych indywidualnie i grupowo. W ramach współpracy z PSG realizował zlecenia zarówno dla firm prywatnych, jak i instytucji samorządowych. Prowadzi szkolenia m.in. z zakresu szeroko pojętego zarządzania, motywowania pracowników, inteligencji emocjonalnej, metod realizacji badań pracowniczych. W ramach działalności psychologicznej prowadzi także wsparcie indywidualne oraz warsztaty psychoedukacyjne dla młodzieży.



3 z 3

Jarosław Manelski

W chwili obecnej zajmuje się zarządzaniem w CityHotel****Bydgoszcz, zaczęło się jednak od innej branży. Przez 17 lat zdobywał doświadczenie i umiejętności w branży motoryzacyjnej. Przez ostatnie lata, jako Szef Sprzedaży w salonie samochodowym marki premium nauczył się, co jest najważniejsze w odpowiedzialnym biznesie. Po wielu latach postanowił rozszerzyć swoją wiedzę i "przebranżować" się. Jako Dyrektor Sprzedaży w firmie Ros Media a później Prezes Zarządu RosMedia Sp. z o.o. nabył umiejętności i doświadczenia w branży multimedialnej, produkując filmy oraz animacje informacyjno-promocyjne, a także zajmując się nowoczesnymi kanałami komunikacji. Przez 3 semestry miał przyjemność dzielić się wiedzą podczas prowadzenia zajęć w Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu i Bydgoszczy na Akademii Menedżera Sprzedaży. W międzyczasie postanowił spróbować sił jako przedsiębiorca i założył Centrum Języka Angielskiego dla Dzieci Helen Doron w Toruniu. Wszystko to razem uczy go dobrej organizacji pracy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

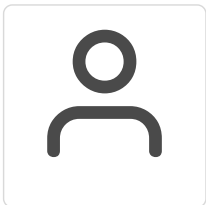
Adres

ul. Kościelna 5
62-300 Września
woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Karolina Szymańska

E-mail okz.wrzesnia@zdz.poznan.pl

Telefon (+48) 607 212 373