



Nowoczesny Model Sprzedażowy – doradztwo, wpływ i negocjacje w relacji z klientem.

Numer usługi 2025/11/14/162362/3147562

6 642,00 PLN brutto
5 400,00 PLN netto
316,29 PLN brutto/h
257,14 PLN netto/h

TOWARDS
DEVELOPMENT
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Trzcianka / stacjonarna
🏢 Usługa szkoleniowa
🕒 21 h
📅 20.02.2026 do 22.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szczególnie zapraszamy osoby indywidualne, które chcą podnieść swoje kwalifikacje zawodowe i zwiększyć pewność w kontaktach z klientami – niezależnie od branży, stanowiska czy dotychczasowego doświadczenia w sprzedaży. Szkolenie stanowi doskonały krok rozwojowy dla osób planujących zmianę ścieżki zawodowej lub przygotowujących się do roli doradcy, konsultanta czy specjalisty ds. relacji z klientami.

Szkolenie skierowane jest również do osób pracujących w obszarze sprzedaży, obsługi klienta, doradztwa handlowego i relacji biznesowych, które chcą rozwijać swoje kompetencje doradcze, komunikacyjne i negocjacyjne w nowoczesnym modelu sprzedaży relacyjnej.

Adresatami szkolenia są także freelancerzy, właściciele małych firm i przedsiębiorcy, którzy samodzielnie sprzedają swoje produkty lub usługi.

Uczestnictwo nie wymaga wcześniejszego udziału w podobnych kursach – wystarczy motywacja do rozwoju i gotowość do pracy z drugim człowiekiem.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

17

Data zakończenia rekrutacji

12-02-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

21

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwój kompetencji doradczo-sprzedażowych uczestników poprzez nabycie wiedzy, umiejętności i postaw niezbędnych do prowadzenia rozmów doradczych, budowania zaufania i prowadzenia negocjacji w sposób partnerski i etyczny. Szkolenie przygotowuje do samodzielnego planowania, prowadzenia i finalizowania procesu sprzedaży w modelu doradczym oraz do świadomego budowania długofalowych relacji z klientami opartych na współpracy, wartości i wzajemnym zaufaniu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozróżnia elementy sprzedaży transakcyjnej i doradczej, wskazując kluczowe różnice w podejściu do klienta.	Uczestnik wskazuje charakterystyczne cechy procesu sprzedaży transakcyjnej i doradczej.	Test teoretyczny
	Uczestnik określa kluczowe różnice w sposobie budowania relacji z klientem w obu modelach.	Test teoretyczny
Uczestnik identyfikuje czynniki budujące zaufanie i wiarygodność w relacji sprzedażowej.	Uczestnik rozpoznaje zachowania sprzyjające budowaniu zaufania klienta.	Test teoretyczny
	Uczestnik określa działania i postawy, które obniżają wiarygodność doradcy.	Test teoretyczny
Uczestnik analizuje potrzeby klienta na podstawie opisanych sytuacji sprzedażowych.	Uczestnik odróżnia deklarowane potrzeby klienta od rzeczywistych problemów.	Test teoretyczny
	Uczestnik określa informacje niezbędne do sformułowania trafnej diagnozy potrzeb.	Test teoretyczny
Uczestnik formułuje komunikat wartości w modelu cecha-przewaga-korzyść (C-P-K), dopasowany do typu klienta.	Uczestnik wskazuje i określa elementy składowe komunikatu wartości.	Test teoretyczny
	Uczestnik tworzy sekwencję cecha-przewaga-korzyść odpowiadającą potrzebom klienta.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik dobiera techniki wpływu psychologicznego adekwatne do zachowań i postaw klienta.	Uczestnik rozróżnia podstawowe techniki wpływu stosowane w procesie doradczym.	Test teoretyczny
	Uczestnik ocenia, które techniki są adekwatne i etyczne w danej sytuacji sprzedażowej.	Test teoretyczny
Uczestnik określa elementy przygotowania do negocjacji doradczej (BATNA, ZOPA, kotwiczenie). Uczestnik wskazuje właściwe sposoby finalizacji rozmowy sprzedażowej zgodne z zasadami etyki i partnerskiej współpracy.	Uczestnik identyfikuje kluczowe pojęcia i etapy procesu przygotowania do negocjacji.	Test teoretyczny
	Uczestnik opisuje znaczenie i zastosowanie strategii negocjacyjnych w kontekście doradczym.	Test teoretyczny
	Uczestnik rozróżnia techniki finalizacji oparte na presji od tych wspierających decyzję klienta.	Test teoretyczny
	Uczestnik określa działania sprzyjające utrzymaniu pozytywnej relacji po zakończeniu procesu sprzedaży.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje działania wdrożeniowe pozwalające utrwalać nabyte umiejętności w praktyce zawodowej.	Uczestnik określa sposoby przeniesienia nowych umiejętności do codziennej pracy z klientem.	Test teoretyczny
	Uczestnik planuje i opisuje konkretne działania rozwojowe wspierające dalsze doskonalenie kompetencji doradczych.	Test teoretyczny

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?

Program

Plan ramowy szkolenia

Nowoczesny Model Sprzedażowy - doradztwo, wpływ i negocjacje w relacji z klientem.

Dzień 1 – Fundamenty sprzedaży doradczej i diagnoza potrzeb klienta

Cele dnia:

- rozróżnienie między sprzedażą transakcyjną a doradczą,
- rozwinięcie kompetencji diagnozy potrzeb klienta i komunikacji wartości,
- zrozumienie roli doradcy jako partnera i budowniczego zaufania.

16:00–16:15 | Otwarcie i wprowadzenie

Powitanie uczestników, omówienie celów i struktury szkolenia.

Refleksja: „Jak zmieniło się zachowanie klientów?” – mini dyskusja i test stylu sprzedaży.

16:15–17:30 | Fundamenty sprzedaży doradczej

Nowoczesne podejście do relacji z klientem.

Zaufanie, wpływ i wartość jako filary skutecznego doradztwa.

Ćwiczenia: analiza rozmów sprzedażowych i identyfikacja elementów wpływu.

17:30–17:45 | Przerwa kawowa

17:45–19:00 | Rozmowa doradcza i diagnoza potrzeb

Techniki zadawania pytań otwartych i pogłębionych.

Identyfikacja potrzeb jawnych i ukrytych.

Ćwiczenia – prowadzenie rozmowy doradczej i feedback trenerski.

19:00–20:00 | Budowanie wartości i komunikatu doradczego – podsumowanie dnia

Tworzenie komunikatu wartości opartego na potrzebach klienta.

Refleksja: analiza własnego stylu doradczego i plan wdrożenia.

Dzień 2 – Wpływ, wiarygodność i negocjacje w praktyce

Cele dnia:

- rozwój umiejętności wpływania na decyzje klienta,
- poznanie zasad etycznej negocjacji doradczej,
- wzmocnienie wiarygodności w relacjach biznesowych.

09:00–10:30 | Psychologia wpływu i wiarygodności

Mechanizmy decyzyjne klienta i rola autorytetu doradcy.

Empatia i język emocji w rozmowie handlowej.

Ćwiczenie: dopasowanie komunikacji do typu poznawczego klienta.

10:30–10:45 | Przerwa kawowa

10:45–12:15 | Budowanie wartości i komunikatu doradczego (kontynuacja)

Formułowanie przekazu: cecha – przewaga – korzyść.

Autentyczność i spójność komunikatu doradcy.

Ćwiczenia praktyczne.

12:15–12:45 | Przerwa obiadowa

12:45–14:15 | Negocjacje doradcze – przygotowanie i strategię

Przygotowanie do rozmowy negocjacyjnej (BATNA, ZOPA, kotwiczenie).

Balans między interesem klienta a wartością oferty.

Symulacje negocjacji z omówieniem wyników.

14:15–14:30 | Przerwa kawowa

14:30–16:00 | Finalizacja i utrzymanie relacji po sprzedaży

Domykanie rozmów bez presji i budowanie zaufania po decyzji.

Ćwiczenia sceniczne: „język komfortu vs język presji”.

16:00–17:00 | Zarządzanie emocjami i stresem w procesie sprzedaży

Rozpoznawanie źródeł stresu w kontakcie z klientem.

Techniki automotywacji i regulacji emocji.

Dzień 3 – Wdrożenie i rozwój w praktyce doradczej sprzedaży

Cele dnia:

- utrwalenie nowych umiejętności w planie działań wdrożeniowych,
- rozwój strategii budowania relacji długofalowych,
- integracja wiedzy i przygotowanie do walidacji efektów.

09:00–10:30 | Wdrażanie nowych umiejętności

Analiza efektów zastosowania poznanych technik.

Tworzenie planu działań rozwojowych.

10:30–10:45 | Przerwa kawowa

10:45–12:15 | Jak reagować na „brak decyzji” i utrzymać relację

Strategie podtrzymywania kontaktu z klientem niezdecydowanym.

Budowanie lojalności i zaufania po sprzedaży.

12:15–12:45 | Przerwa obiadowa

12:45–14:15 | Domykanie sprzedaży bez presji

Wzmacnianie poczucia bezpieczeństwa decyzyjnego klienta.

Scenki rozmów finalizujących i analiza stylów komunikacji.

14:15–15:45 | Strategie budowania relacji długofalowych z klientami

Tworzenie partnerskich relacji opartych na współpracy i wartości.

Ćwiczenia: plan utrzymania klienta i rozwój relacji po sprzedaży.

15:45–16:00 | Przerwa kawowa

16:00–17:15 | Opracowanie indywidualnego planu wdrożenia

Podsumowanie postępów i określenie celów wdrożeniowych.

17:15–17:45 | Podsumowanie szkolenia i refleksja

Omówienie najważniejszych wniosków i rekomendacji rozwojowych.

17:45–18:00 | Walidacja efektów uczenia się

Test teoretyczny potwierdzający osiągnięcie efektów uczenia się.

Szkolenie ma charakter warsztatowy - 70% czasu stanowią ćwiczenia, analizy przypadków i symulacje rozmów z klientami.

Usługa w harmonogramie opisana jest w godzinach dydaktycznych, tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 45 min. W harmonogramie szkolenia zostały uwzględnione przerwy: **1 x 30 minut (przerwa obiadowa)** oraz **2 x 15 minut (przerwy kawowe) każdego dnia**, wyjątek stanowi dzień pierwszy szkolenia, kiedy przewidziana jest jedna **przerwa kawowa (1x15minut)**.

Walidacja efektów uczenia się

Test teoretyczny (pytania jednokrotnego i wielokrotnego wyboru, w tym pytania otwarte sytuacyjne).

Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane poprzez test teoretyczny oceniający poziom opanowania wiedzy i rozumienia zasad sprzedaży doradczej, komunikacji wartości, psychologii wpływu oraz negocjacji. Test pozwoli sprawdzić zdolność analizowania sytuacji sprzedażowych, rozróżniania modeli działań, identyfikacji czynników budujących zaufanie oraz oceny właściwych strategii w procesie doradczym.

Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie.

Rozdzielność osobowa walidacji - rozdzielność szkolenia od walidacji. Osoba szkoląca nie ocenia wiedzy i umiejętności swoich kursantów w zakresie, w którym nauczała. Końcową walidację prowadzi odrębna osoba.

Podstawa zwolnienia z VAT: dofinansowanie w co najmniej 70% - zgodnie z treścią § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013 r. poz. 1722 ze zm.)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 23

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 23 Otwarcie i wprowadzenie - cele i struktura szkolenia.	Karolina Śliwińska	20-02-2026	16:00	16:15	00:15
2 z 23 Fundamenty sprzedaży doradczej.	Karolina Śliwińska	20-02-2026	16:15	17:30	01:15
3 z 23 Przerwa kawowa.	Karolina Śliwińska	20-02-2026	17:30	17:45	00:15
4 z 23 Rozmowa doradcza i diagnoza potrzeb.	Karolina Śliwińska	20-02-2026	17:45	19:00	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 23 Budowanie wartości i komunikatu doradczego. Podsumowanie dnia.	Karolina Śliwińska	20-02-2026	19:00	20:00	01:00
6 z 23 Psychologia wpływu i wiarygodności.	Karolina Śliwińska	21-02-2026	09:00	10:30	01:30
7 z 23 Przerwa kawowa.	Karolina Śliwińska	21-02-2026	10:30	10:45	00:15
8 z 23 Budowanie wartości i komunikatu doradczego.	Karolina Śliwińska	21-02-2026	10:45	12:15	01:30
9 z 23 Przerwa obiadowa.	Karolina Śliwińska	21-02-2026	12:15	12:45	00:30
10 z 23 Negocjacje doradcze - przygotowanie i strategię.	Karolina Śliwińska	21-02-2026	12:45	14:15	01:30
11 z 23 Przerwa kawowa.	Karolina Śliwińska	21-02-2026	14:15	14:30	00:15
12 z 23 Finalizacja i utrzymanie relacji po sprzedaży.	Karolina Śliwińska	21-02-2026	14:30	16:00	01:30
13 z 23 Zarządzanie emocjami i stresem w procesie sprzedaży.	Karolina Śliwińska	21-02-2026	16:00	17:00	01:00
14 z 23 Wdrażanie nowych umiejętności.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	09:00	10:30	01:30
15 z 23 Przerwa kawowa.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 23 Jak reagować na "brak decyzji" i utrzymać relację.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	10:45	12:15	01:30
17 z 23 Przerwa obiadowa.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	12:15	12:45	00:30
18 z 23 Domykanie sprzedaży bez presji.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	12:45	14:15	01:30
19 z 23 Strategie budowania relacji długofalowych z klientami.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	14:15	15:45	01:30
20 z 23 Przerwa kawowa.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	15:45	16:00	00:15
21 z 23 Opracowanie indywidualnego planu wdrożenia.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	16:00	17:15	01:15
22 z 23 Podsumowanie dni szkoleniowych.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	17:15	17:45	00:30
23 z 23 Walidacja efektów uczenia się - test wiedzy i umiejętności wysyłany do walidatora.	Karolina Śliwińska	22-02-2026	17:45	18:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 642,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 400,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

316,29 PLN

Koszt osobogodziny netto

257,14 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Karolina Śliwińska

Karolina wspiera firmy w rozwoju, integrując wiedzę psychologiczną z praktycznymi rozwiązaniami biznesowymi. Jej historia zawodowa związana jest z obszarem sprzedaży w największych firmach z sektora FMCG, TSL czy branży szkoleniowej. Od lat współpracuje z kluczowymi klientami na rynku polskim jako konsultant biznesowy i trener. Z wykształcenia psycholog i socjolog. W obszarze psychologii specjalizuje się w neuropsychologii oraz psychologii osobowości oraz zastosowaniu tej wiedzy w biznesie i samorozwoju. W trakcie prowadzonych zajęć na sali szkoleniowej jej celem jest przekazanie rzetelnej wiedzy dotyczącej praktycznego zastosowania psychologii w codziennej pracy przy wykorzystaniu naukowo zweryfikowanych metod diagnostycznych do oceny potencjału/kompetencji uczestników. Certyfikowany trener biznesu oraz konsultant narzędzi diagnostycznych DISC3 Trainer&Facylitator DISC/TEAMS/VALUES i BAI (styl komunikacji, role zespołowe, wartości, wewnętrzne motywacje) oraz narzędzia do pomiaru odporności psychicznej MTQ48plus. Jest czynnym mediatorem wpisanym na listę mediatorów sądowych. Aktualnie zdobywa uprawnienia psychoterapeuty poznawczo- behawioralnego. Wykładowca akademicki na Uniwersytecie SWPS na kierunkach psychologia sprzedaży, psychologia społeczna.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje zestaw materiałów szkoleniowych w formie drukowanej i/lub elektronicznej, w tym:

- podręcznik uczestnika z treściami merytorycznymi,
- check-listę „Sprzedawca jako doradca”,
- plan wdrożeniowy po szkoleniu.

Wszystkie materiały opracowane są autorsko przez trenera prowadzącego i stanowią praktyczne narzędzia do wykorzystania w codziennej pracy sprzedażowej.

Warunki uczestnictwa

Do udziału w szkoleniu nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie sprzedażowe, jednak wskazane jest, aby uczestnik był osobą pracującą lub planującą pracę w obszarze sprzedaży, obsługi klienta lub doradztwa handlowego. Uczestnicy powinni posiadać umiejętność komunikacji interpersonalnej w języku polskim oraz gotowość do udziału w ćwiczeniach praktycznych i pracy warsztatowej w grupie.

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Fakt uczestnictwa w każdym dniu usługi rozwojowej musi zostać potwierdzony przez uczestnika własnoręcznym podpisem złożonym na udostępnionej przez organizatora liście obecności.

Informacje dodatkowe

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych, tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 60 min. W harmonogramie szkolenia zostały uwzględnione przerwy: **1 x 30 minut (przerwa obiadowa)** oraz **2 x 15 minut (przerwy kawowe) każdego dnia**, wyjątek stanowi dzień pierwszy szkolenia, kiedy przewidziana jest jedna **przerwa kawowa (1x15minut)**.

Metoda walidacji

Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane poprzez test teoretyczny oceniający poziom opanowania wiedzy i rozumienia zasad sprzedaży doradczej, komunikacji wartości, psychologii wpływu oraz negocjacji. Test pozwoli sprawdzić zdolność analizowania sytuacji sprzedażowych, rozróżniania modeli działań, identyfikacji czynników budujących zaufanie oraz oceny właściwych strategii w procesie doradczym.

Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie.

Adres

Trzcianka

Trzcianka

woj. wielkopolskie

Szkolenie realizowane w formie stacjonarnej. Miejsce realizacji szkolenia zostanie ustalone po zakończeniu zapisów uczestników.

Kontakt



Karolina Śliwińska

E-mail karolina@blisko-biznesu.pl

Telefon (+48) 883 138 088