

SANDLER™

**Klinika Innowacyjnej Sprzedaży Sandlera
wg metodyki SANDLER SELLING
SYSTEM®**

Numer usługi 2025/11/18/26255/3156196

13 437,75 PLN brutto
10 925,00 PLN netto
167,97 PLN brutto/h
136,56 PLN netto/h

Sandler Training
Polska Sp. z o.o.

★★★★★ 4,7 / 5

1 218 ocen

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 80 h

📅 14.01.2026 do 15.04.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	sprzedawcy, menedżerowie sprzedaży
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	09-01-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	80
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest wzmocnienie kompetencji sprzedażowych oraz zapoznanie i wdrożenie uczestników w innowacyjny model Sandler Selling System. Proces szkoleniowy umożliwi poznanie najważniejszych założeń modelu, przećwiczenie technik budowania relacji, zadawania pytań, kontraktowania, prezentowania rozwiązań, zamykania sprzedaży, czy wywierania wpływu oraz nabycie kompetencji społecznych jak aktywne słuchanie, umiejętność "dostrojenia się", budowanie relacji i „nowej” motywacji do działania.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozumie zasady Systemu Sprzedaży Sandlera i założenia narzędzia diagnostycznego Extended DISC. Uczestnik opanowuje techniki budowania relacji z klientami	- Uczestnik rozpoznaje standardowy proces sprzedaży, a także jest świadomy najważniejszych pułapek i zagrożeń relacji handlowej; - Uczestnik rozróżnia psychologiczne gry klientów w procesie współpracy; - Uczestnik rozumie podstawowe założenia Sandler Selling System; - Uczestnik przechodzi badanie typologii osobowości w oparciu o Extended DISC; - Uczestnik definiuje kim jest jego klient w kontekście rozpoznania jego typu osobowości, czyli naturalnego sposobu zachowań; - Uczestnik wymienia elementy komunikacji z innymi, aby zbudować możliwie najlepszą relację z klientem, czyli tzw. sztukę dostrojenia. - Uczestnik zna elementy budowania innowacyjnej relacji z ludźmi w oparciu o techniki parafrazy, dowartościowania, czy odwartościowania; - Uczestnik odkrywa prawdziwe intencje rozmówcy z wykorzystaniem klaryfikacji i parafrazy kierunkowej; - Uczestnik potrafi wywierać wpływ na innych bazując na koncepcji dowodu społecznego, czyli tzw. „Historii z drugiej ręki”; - Uczestnik umiejętnie pracuje z obiekcjami i świadomie oraz spokojnie rozmawia o wątpliwościach klienta.	Obserwacja w warunkach symulowanych Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik umie zadawać pytania w odpowiednim kierunku i we właściwym celu, aby utrzymywać kontrolę nad spotkaniem z klientem Uczestnik wie jak wywierać wpływ na klienta, aby ten otwierał się na jego argumentację i stosował się do ustaleń odnoszących się do przebiegu spotkania	- Uczestnik opanowuje sztukę wprowadzania trudnych tematów do rozmowy z klientem w oparciu o tzw. „Technikę Wprost”; - Uczestnik wie jak bronić się przed darmowym konsultingiem i zna taktyki zadawania pytań, a także związane z nimi trzy kierunki odwracania; - Uczestnik zachowuje kontrolę nad przebiegiem spotkania i panować nad kolejnością omawiania tematów; - Uczestnik opanowuje sztukę zmiany przekonania rozmówcy tzw. „Strategię Negatywnego Odwracania” - Uczestnik zna „Prawo do NIE” - Uczestnik wskazuje zasady zarządza procesami zakupu oraz sprzedaży poprzez kontraktowanie ustaleń z klientami i zabezpieczanie uzgodnień.	Obserwacja w warunkach symulowanych Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozumie ideę bólu jako najsilniejszego motywatora przy sprzedaży i zakupie nieruchomości i umie do niego nawiązać w przemyślany sposób	- Uczestnik zna koncepcję trójetapowego procesu kwalifikacji prospektu - Uczestnik opanowuje pojęcia "bólu" w sprzedaży i najważniejsze motywacje ludzi do sprzedaży/zakupu nieruchomości; - Uczestnik zna etapy przeprowadzania rozmówcy przez tzw. "Lejek bólu"	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik opanowuje techniki służące do weryfikacji budżetu	- Uczestnik umie zweryfikować gotowość rozmówcy do podjęcia decyzji o rozwiązaniu problemu, z jakim się boryka; - Uczestnik zna i potrafi korzystać z technik zadawania pytań o jego budżet lub oczekiwania finansowe przy zakupie lub sprzedaży nieruchomości; - Uczestnik wie jak sprawdzać wiarygodność deklaracji swojego rozmówcy; - Uczestnik opanowuje kluczowe zasady tzw. „Mini-negocjacji”.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik rozumie jak wygląda proces decyzyjny Klienta Uczestnik umie prezentować w odniesieniu do potrzeb oraz bólu klienta, a także zamykać sprzedaż	- Uczestnik umie weryfikować proces decyzyjny Klienta - Uczestnik potrafi wywierać wpływ na rozmówcę m.in. poprzez odpowiednie zadawanie pytań; - Uczestnik wie jak i kiedy podjąć decyzję o pełnej kwalifikacji rozmówcy i zdecydować, czy ten zostaje jego klientem, czy też współpraca nie ma sensu; - Uczestnik zna elementy sprzedaży przy pomocy „bólu”; - Uczestnik posiada kompetencje, aby wydobyć emocjonalną decyzję klienta od razu po prezentacji; - Uczestnik zna wszystkie techniki konieczne do rozmowy o obiekcjach klienta, a także potrafi zabezpieczyć jego decyzję o zakupie lub nawiązaniu współpracy; - Uczestnik umie nieszablonowo budować własny wizerunek w oparciu o tzw. „30-sekundową bolesną reklamę”.	Obserwacja w warunkach symulowanych 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

Program usługi to w praktyce czteromiesięczny trening sprzedażowy, ułożony w proces, w którym pomiędzy sesjami przewidziane są odstępy, podczas których uczestnicy wykonywać będą zadania wdrożeniowe. Przez cały proces uczestnikom towarzyszyć będzie aplikacja Improver, która nie pozwoli zapomnieć o poruszanych zagadnieniach podczas sesji szkoleniowej. Będzie też wymuszać aktywności, które pozwolą uczestnikom trwale wdrożyć metodykę Sandlera do działań, zmienić nastawienie na trwałą zmianę postaw, umiejętności i nawyków sprzedażowych.

Program oparty jest na modelu „Sandler Selling System” (wdrażanych wyłącznie w autoryzowanych biurach Sandler Training na świecie)

RAMOWY PROGRAM USŁUGI:

Złamschematbudowaniarelacji

- Jak zmieniły się "reguły gry" na rynku doradczym i dlaczego stare podejście już nie sprawdza się tak skutecznie?
- "Odczarowanie" sprzedaży - czym jest sprzedaż dziś oraz czy sprzedawać może każdy?
- Wprowadzenie do modelu Sandler Selling System.
- Dlaczego klienci obawiają się kontaktu z osobami, które chcą sprzedawać - optyka drugiej strony
- Jak budować zaufanie w relacji z klientem, zarówno na etapie sprzedaży, jak i podczas prowadzenia projektu
- Jak tworzyć szczerze i partnerskie relacje z klientem, pozbawione sztuczności, blichtru i "pustych" wzajemnych zobowiązań stron.
- Przestrzeń do powiedzenia "nie" - na ile pomaga w budowaniu wizerunku doradcy "premium"?

Kontraktowanie "up-front"

- Zarządzanie procesem rozmowy z klientem (na każdym etapie kontaktu).
- Ustalanie celu, agendy i wyniku każdego spotkania (lub rozmowy telefonicznej).
- Jak unikać pułapki bezpłatnego consultingu i przepalania czasu na procesy sprzedażowe z góry skazane na porażkę?

Ból, budżet, decyzja, kwalifikacja klienta

- Wprowadzenie do pojęcia "ból" i motywacji do zakupu.
- Wzmacnianie motywacji do zakupu (praca z "bólami").
- Lejek Bólu – strategia pytań. Jak umiejętnie zadawać pytania?
- Budowa przewagi w oparciu o eksperckie pytania.

- Weryfikacja gotowości klienta do podpisania umowy (budżet).
- Weryfikacja procesu decyzyjnego.
- Usprawnianie procesu decyzyjnego u klienta.
- Po czym poznać potencjał? Dlaczego umiejętna kwalifikacja klientów jest tak ważna?

Prezentacja

- Praca w modelu "najpierw pytaj, potem prezentuj".
- Jak prezentować, by porwać publikę?
- O mowie sprawczej słów kilka.
- Jak doprowadzić podczas rozmowy/prezentacji do dwóch słynnych Sandlerowych efektów na spotkaniu?

METODOLOGIA

Program oparty o metodykę Sandlera to nie jednorazowe szkolenie, nakierowane na rozwój punktowych umiejętności, ale kompleksowy system (proces) edukacyjny, którego rezultatem jest trwała zmiana w sposobie sprzedawania i podejścia do klienta (tzw. kulturze sprzedażowej).

Dzięki rozłożeniu całego procesu w czasie, zróżnicowanej metodologii, stałemu monitoringowi i permanentnemu wsparciu merytorycznemu, „nowa” wiedza sprzedażowa jest przez uczestników lepiej przyswajana i szybciej staje się częścią ich repertuaru zachowań.

Filozofia programów **SANDLER SELLING SYSTEM** opiera się na odejściu od metod proponowanych w tradycyjnych szkoleniach, w tym także od tradycyjnych etapów sprzedaży, i skierowaniu uwagi na wyzwania zakupowe klienta, jego gry psychologiczne i stosowanie niestandardowych mechanizmów wywierania wpływu. System Sandlera poddaje w wątpliwość dotychczasowe rozważania na temat:

- Co i jak powinien w rzeczywistości kontrolować sprzedawca w rozmowie z klientem?
- Jakie są etapy i zadania w kontakcie handlowym?
- Jakich technik i metod budowania relacji z klientem powinien używać handlowiec, a z czego powinien zrezygnować?
- Jak powinien postrzegać rolę swoją i klienta w relacji handlowej?
- Jak zbuduje osobisty komfort pracy?

Sala szkoleniowa z dostępem do światła dziennego i infrastruktury (toalety) oraz możliwością aranżacji stołów i krzeseł, z rzutnikiem multimedialnym i flipchartem.

Usługa jest realizowana w godzinach lekcyjnych. Przerwy: 60 min. sesję nie są wliczone do czasu szkolenia.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: aktywność na zajęciach, wymagana obecność na min. 80% zajęć.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 WPROWADZENIE DO MODELU SANDLERA	Łukasz Grabowski	14-01-2026	08:45	17:00	08:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 9 BUDOWANIE INNOWACYJNEJ RELACJI	Łukasz Grabowski	15-01-2026	08:45	17:00	08:15
3 z 9 STRATEGIA NEGATYWNEGO ODWRACANIA	Łukasz Grabowski	11-02-2026	08:45	17:00	08:15
4 z 9 BUDOWANIE MOTYWACJI DO ZAKUPU	Łukasz Grabowski	12-02-2026	08:45	17:00	08:15
5 z 9 BADANIE GOTOWOŚCI KLIENTA DO ZAKUPU	Łukasz Grabowski	13-03-2026	08:45	17:00	08:15
6 z 9 SZTUKA PREZENTACJI	Łukasz Grabowski	18-03-2026	08:45	17:00	08:15
7 z 9 ROZMOWA TELEFONICZNA	Łukasz Grabowski	14-04-2026	08:45	17:00	08:15
8 z 9 WARSZTATY TRENINGOWE	Łukasz Grabowski	15-04-2026	08:45	16:30	07:45
9 z 9 Walidacja	-	15-04-2026	16:30	17:30	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	13 437,75 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 925,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	167,97 PLN
Koszt osobogodziny netto	136,56 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Łukasz Grabowski

Doradztwo w zakresie organizacji procesów sprzedaży, coach sprzedaży • Sandler Selling System – metodologia działań handlowych oparta na innowacyjnej relacji i technikach wywierania wpływu według know-how Sandler Training® • Zarządzanie oparte na metodologii Sandler Management Solutions • Negocjacje sprzedażowe • Szkolenia trenerskie • Wystąpienia publiczne Manager sprzedaży z doświadczeniem zdobytym w międzynarodowych firmach m.in. z branży FMCB, Automotive oraz dóbr luksusowych. Jego doświadczenie obejmuje m.in. zarządzanie "twarde" i "miękkie", tworzenie i wdrażanie strategii sprzedażowych, aktywne pozyskiwanie nowych klientów, negocjowanie kontraktów z kluczowymi klientami, rekrutacja i szkolenia pracowników, realizacja i egzekwowanie planów sprzedażowych. Dzięki pracy menedżera w różnych branżach doskonale rozumie problemy związane z zarządzaniem i sprzedażą. Obecnie Partner i Wspólnik w Sandler Training Polska.

Od ponad 8 lat prowadzi szkolenia w szeroko rozumianym obszarze zarządzania oraz rozwoju sił sprzedażowych na poziomie strategicznym i operacyjny dla sprzedawców i menedżerów w oparciu o know how Sandler Training®.

Wykształcenie Wyższe (Absolwent Szkoły Głównej Handlowej)

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- **Podręcznik na licencji Sandler Training**, zawierający pełny materiał merytoryczny poruszany w trakcie zajęć oraz specjalnie opracowane materiały wspierające program (m.in. usprawniające indywidualną pracę wdrożeniową).
- Dostęp do **aplikacji mobilnej IMPROVER**, pełniącej funkcję "wirtualnego trenera", który poprzez misje i quizy wyznacza zadania wdrożeniowe, waliduje i monitoruje wykorzystanie nowych umiejętności, a jednocześnie nagradza sukcesy i piętnuje zaniechania.

Adres

ul. Łopuszańska 95

02-247 Warszawa

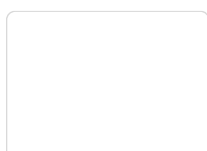
woj. mazowieckie

Siedziba Sandler Training Polska. Budynek A, II piętro. Wejście jest przez recepcję w budynku B.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Małgorzata Bogusławska

E-mail malgorzata.boguslawska@sandler.com



Telefon (+48) 787 078 018