



GROW Business
Projects Mirosław
Krzyszkowski

★★★★★ 5,0 / 5
546 ocen

Wzmocnienie i rozwój kompetencji pracowników Działu Handlowego w zakresie budowania zyskowej sprzedaży i optymalizacji procesu obsługi Klienta.

Numer usługi 2025/12/01/20449/3185121

📍 Tarnów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 60 h

📅 08.12.2025 do 27.01.2026

4 920,00 PLN brutto

4 000,00 PLN netto

82,00 PLN brutto/h

66,67 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Osoby zarządzające zespołem podwładnych, lub pracownicy odpowiadający za budowanie relacji z Klientami. Osoby odpowiedzialne za sprzedaż produktów lub usług, budowanie sieci dystrybucji, oraz aktywne pozyskiwanie klientów. Osoby których zadaniem jest także dbałość o efektywność kosztową podejmowanych działań (Kierownicy, Handlowcy, Specjaliści).
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	03-12-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	60
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Zrozumienie kluczowych mechanizmów mających wpływ na skuteczność w procesie obsługi klienta. Świadomość przebiegu procesu sprzedaży i jego chronologii. Umiejętność pokonywania obiekcji ukierunkowana na izolowanie zastrzeżeń i budowanie długoterminowych relacji z klientem. Poznanie zasad nawiązywania relacji biznesowych,

komunikacja z różnymi typami osobowości, zdobywanie informacji, badanie potrzeb klienta, formułowanie wniosków, świadome wykorzystywanie narzędzi efektywnej komunikacji

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
1. Praktyczna znajomość etapów procesu sprzedaży	Praktyczna znajomość etapów procesu sprzedaży.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
2. Regularne aktualizowanie posiadanej wiedzy w zakresie posiadanej oferty stałej i promocyjnej	Znajomość mechanizmów i narzędzi mających wpływ na skuteczność sprzedaży	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
3. Znajomość mechanizmów i narzędzi mających wpływ na skuteczność sprzedaży	Umiejętność sprzedawania różnym typom klientów i dopasowywania się do ich oczekiwań	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
4. Umiejętność sprzedawania różnym typom klientów i dopasowywania się do ich oczekiwań	Znajomość zasad pokonywania obiekcji	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
5. Znajomość zasad pokonywania obiekcji	Znajomość zasad pokonywania obiekcji i umiejętna zamiana cech na korzyści	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
6. Zamiana cech na korzyści i sprzedaż korzyści wynikających z posiadanej oferty		
1. Wyliczanie i stosowanie kluczowych wskaźników finansowych (marża, narzut, zapas w dniach, wartość koszyka)	Wyliczanie kluczowych wskaźników finansowych	Test teoretyczny
2. Budowanie, opartej na analizie liczbowej, argumentacji służącej do prezentacji najbardziej zyskownych rozwiązań	Budowanie argumentacji służącej do prezentacji najbardziej zyskownych rozwiązań	Wywiad swobodny
3. Analiza potencjału klienta, na podstawie dostępnych danych	Analiza potencjału klienta, na podstawie dostępnych danych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
4. Budowanie zyskowej strategii cenowej pod kątem „elastyczności” i wrażliwości produktów		
1. Praktyczne stosowanie narzędzi komunikacji werbalnej i niewerbalnej	Stosowanie narzędzi komunikacji werbalnej i niewerbalnej	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
2. Radzenie sobie z „trudnymi uczestnikami” unikając konfrontacji	Umiejętne pokonywanie obiekcji	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
3. Planowanie i organizacja pracy	Planowanie i organizacja pracy	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
4. Budowanie skutecznej argumentacji, w kontaktach z różnymi typami klientów		
5. Metody pokonywania zastrzeżeń w relacjach z tzw. „trudnymi klientami”		

Cel biznesowy

Rozwój umiejętności dokonywania analizy dostępnych informacji, oraz generowania wniosków będących wstępem do podejmowania różnorodnych inicjatyw biznesowych, które stanowić mają „wartość dodaną” z perspektywy firmy. Dobieranie najbardziej skutecznej formy przekazu informacji, w zależności od stylu przyswajania wiedzy przez odbiorcę. Praktyczne stosowanie narzędzi komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Planowanie i organizacja pracy. Budowanie skutecznej argumentacji, w kontaktach z różnymi typami klientów. Opanowanie i praktyczne zastosowanie metod pokonywania zastrzeżeń w relacjach z tzw. „trudnymi klientami”. Program szkolenia został skonstruowany tak aby

wzmacniać w szczególności kompetencje w obszarze budowania relacji z klientem a także wspierać przedsiębiorczość orientację na wynik w wymiarze biznesowym i ludzkim. Zawartość usługi wspiera także rozwój kompetencji w obszarze zarządzania powierzonym terytorium pod kątem poprawy kluczowych wskaźników wydajności i niwelowania pojawiających się luk.

Celem nadrzędnym jest wzrost skuteczności podejmowanych działań dzięki wdrożeniu metodologii aktywizacji sprzedaży oraz poprawa wskaźników wydajności powiązanych z procesem obsługi klienta i sprzedażą.

Efekt usługi

1. Praktyczna znajomość etapów procesu sprzedaży
2. Znajomość mechanizmów i narzędzi mających wpływ na skuteczność sprzedaży
3. Umiejętność sprzedawania różnym typom klientów i dopasowywania się do ich oczekiwań
4. Znajomość zasad pokonywania obiekcji
5. Zamiana cech na korzyści i sprzedaż korzyści wynikających z posiadanej oferty
6. Praktyczne stosowanie narzędzi komunikacji werbalnej i niewerbalnej
7. Planowanie i organizacja pracy
8. Metody pokonywania zastrzeżeń w relacjach z tzw. „trudnymi klientami”
9. Wyliczanie i stosowanie kluczowych wskaźników finansowych
10. Analiza potencjału klienta, na podstawie dostępnych danych

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

1. Raport ewaluacyjny potwierdzający stosowanie zdobytej wiedzy w codziennej pracy
2. Raport systemowy ilustrujący poziom KPI
3. Poziom egzekucji wyznaczonych celów ilościowych i jakościowych

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

1. Optimalizacja struktury raportowania Kluczowych Wskaźników Wydajności dzięki zastosowaniu metod agregacji danych z wykorzystaniem arkuszy kalkulacyjnych
2. Doskonalenie umiejętności w obszarze komunikacji interpersonalnej
3. Budowanie zyskownych relacji w celu poprawy skuteczności sprzedaży
4. Przygotowanie do procesu sprzedaży w oparciu o wyznaczone cele
5. Badanie potrzeb w trakcie rozmowy handlowej i sprzedaż korzyści w oparciu o cechy prezentowanej oferty
6. Wykorzystanie wskaźników finansowych do budowania efektywności kosztowej podejmowanych działań

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 8

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 8 Optymalizacja struktury raportowania Kluczowych Wskaźników Wydajności dzięki zastosowaniu metod agregacji danych z wykorzystaniem arkuszy kalkulacyjnych	Maksym Pękosz	08-12-2025	08:30	16:30	08:00
2 z 8 Optymalizacja struktury raportowania Kluczowych Wskaźników Wydajności dzięki zastosowaniu metod agregacji danych z wykorzystaniem arkuszy kalkulacyjnych	Maksym Pękosz	09-12-2025	08:30	16:30	08:00
3 z 8 Doskonalenie umiejętności w obszarze komunikacji interpersonalnej	-	17-12-2025	09:00	16:30	07:30
4 z 8 Doskonalenie umiejętności w obszarze komunikacji interpersonalnej	-	18-12-2025	09:00	16:30	07:30
5 z 8 Budowanie zyskowych relacji w celu poprawy skuteczności sprzedaży	-	08-01-2026	09:00	16:00	07:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 8 Przygotowanie do procesu sprzedaży w oparciu o wyznaczone cele	Szymon Łabno	14-01-2026	09:00	16:30	07:30
7 z 8 Badanie potrzeb w trakcie rozmowy handlowej i sprzedaż korzyści w oparciu o cechy prezentowanej oferty	Szymon Łabno	15-01-2026	09:00	16:30	07:30
8 z 8 Wykorzystanie wskaźników finansowych do budowania efektywności kosztowej podejmowanych działań	-	27-01-2026	09:00	16:00	07:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 920,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	82,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	66,67 PLN

Prowadzący

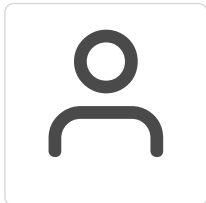
Liczba prowadzących: 2

1 z 2



Maksym Pękosz

Trener, szkoleniowiec i praktyk MS Excel oraz innych programów pakietu MS Office (MS Word, MS PowerPoint). Posiada duże doświadczenie w tłumaczeniu jak działa arkusz kalkulacyjny i gdzie najlepiej się sprawdza. Jest informatykiem, więc patrzy na wykorzystanie Excela z czasami zaskakującej strony...



2 z 2

Szymon Łabno

Business Management, Fact Finding

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Wraz z pakietem wiedzy, uczestnikom zostaną przekazane instrukcje szkoleniowe, oraz wszelkie niezbędne materiały do wykorzystania na swój wewnętrzny użytek.

Informacje dodatkowe

Zawartość merytoryczna szkolenia obejmować będzie narzędzia budowania relacji, metody analizowania potrzeb, sposoby komunikacji z różnymi typami osobowości, oraz sposoby dostosowania prezentowanej oferty do profilu osobowościowego klienta. Program szkolenia został skonstruowany tak aby wzmacniać w szczególności kompetencje w obszarze budowania relacji z klientem i zespołem podwładnych a także wspierać przedsiębiorczość orientację na wynik w wymiarze biznesowym i ludzkim

Adres

ul. Czysta 5
33-100 Tarnów
woj. małopolskie

Usługa odbywać się będzie w sali konferencyjnej CH Mrówka.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Mirosław Krzyszkowski

E-mail miroslaw.krzyszkowski@growbp.pl

Telefon (+48) 601 328 088