



Sprzedaż oraz obsługa klienta marki premium.

Numer usługi 2025/12/11/40298/3207020

1 600,00 PLN brutto
1 600,00 PLN netto
100,00 PLN brutto/h
100,00 PLN netto/h
169,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Strefa Edukacji Sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5

158 ocen

📍 Łódź / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 28.05.2026 do 29.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

- właściciele salonów kosmetycznych, salonów beauty dążący do poprawy wyników sprzedażowych ich zespołów
- managerowie oraz osoby zarządzające chcący zwiększyć swoją świadomość i kompetencję by wywierać większy wpływ na swoje zespoły
- Kierownicy chcący rozwijać swoje umiejętności sprzedażowe by móc wspierać swoje zespoły w procesie sprzedaży
- pracownicy salonów kosmetycznych, salonów beauty dążących do zwiększenia swoich wyników sprzedażowych
- osoby chcące podnieść swoje umiejętności sprzedażowe by zwiększyć swoje kompetencje i umiejętności

Minimalna liczba uczestników

12

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

27-05-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

- Przygotowanie uczestników do skutecznego prowadzenia rozmów sprzedażowych
- Przygotowanie uczestników do prawidłowej obsługi klienta premium.
- Rozwój kompetencji z zakresu procesów sprzedażowych.
- Budowanie pozytywnego myślenia w zespołach.
- Skuteczne metody pracy zespołowej..

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zna i skutecznie wykorzystuje narzędzia sprzedażowe, które potrafi zastosować w codziennej pracy w sprzedaży, z obsługą klienta	Potrafi zastosować różne narzędzia sprzedażowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Stosuje odpowiedni rodzaj komunikacji z klientem zwrotnej w zależności od sytuacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Potrafi współpracować i prowadzić prawidłową komunikację sprzedażową z zespołem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje feedback, mentoring i coaching w zależności od zdiagnozowanej potrzeby	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Prawidłowo interpretuje zadania i cele sprzedażowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wie jak dokonać rezerwacji,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Prowadzi skuteczne i perswazyjne rozmowy sprzedażowe	Wykorzystuje techniki budowania długoterminowych relacji sprzedażowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje techniki budowania zaufania w relacji z klientem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Potrafi rozpoznać typ klienta oraz jego potrzeby.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Skutecznie prezentuje i finalizuje sprzedaż.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dostosowuje techniki komunikacyjne do potrzeb i oczekiwań klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wie jak radzić sobie z trudnym klientem dzięki czemu będzie wiedział jak prowadzić rozmowy telefoniczne oraz stacjonarne, potrafił wpływać na podejmowane decyzję klienta	Potrafi w prawidłowy sposób reagować na niezadowolenie klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Potrafi reagować na obiekcję klienta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Potrafi przeprowadzić analizę potrzeb klienta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Jest świadomy znaczenia etyki w relacjach z klientem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

CZĘŚĆ TEORETYCZNA -28.05.2026

I. Umiejętności komunikacji z klientami

1. Transformacja z marki do marki premium

*Jak postrzegamy teraz swoją markę?

*Kto jest naszym klientem

*Elementy procesu transformacji z marki na markę premium

a) Typy klientów

b) Definicja marki premium

c) składowa procesu transformacji

2. Fundamenty marki premium

*Co odróżnia markę premium od gabinetu masowego?

*Jak klient definiuje „premium” – rola detali w obsłudze.

*Dlaczego każdy kontakt z klientem = doświadczenie luksusu.

a) Rytm obsługi

b) Doznania klienta

c) Świadomość zmysłów

d) Detale i drobiazgi

e) Obecność zamiast kontroli

3. Reprezentowanie firmy - Rola personelu w sprzedaży usług premium

*Dlaczego w placówce *każdy pracownik* sprzedaje (repcja, kosmetolog, terapeuta, lekarz).

*Jak budować spójny wizerunek eksperta.

*Najczęstsze błędy zespołów w rozmowie sprzedażowej.

a) Bądź skuteczny

b) Upewnij swojego klienta

c) Bądź empatyczny i uśmiechnięty

d) Reaguj natychmiast

4. Psychologia klienta w usługach - Typy klientów i rodzaje reagowania

*Emocje klienta: lęk, wstyd, niepewność, oczekiwanie cudów.

*Czego naprawdę szuka klient: efektu wizualnego czy emocji (pewność siebie, młodość, prestiż)?

*Jak rozpoznać typ klienta i dopasować język sprzedaży.

a) Pozytywny

b) Negatywny

- c) Niepełnosprawny
- d) Sposoby reagowania we wszystkich typach

5. Jak rozmawiać o cenie - Komunikacja premium z klientem

*Słowa, które budują poczucie wartości (język korzyści emocjonalnych).

*Czego absolutnie nie mówić (np. „drogo”, „spróbujemy”).

*Jak rozmawiać o cenie bez obniżania wartości usługi.

- a) Nie decyduj za klienta
- b) Nie każdy musi być twoim klientem
- c) Dobra cena to taka którą klient jest gotów zapłacić
- d) Zaczynij od poznania potrzeb klienta
- e) Kiedy poda cena
- f) Praca z obiekcjami (muszę się zastanowić, za drogo, to chyba słabo działa)-jak zmienić obiekcje w argumenty
- g) Kiedy klientowi mówimy NIE

6 Pytania i wątpliwości – Podsumowanie

*Panel dyskusyjny

*Pytania od słuchaczy

CZĘŚĆ PRAKTYCZNA 29.05.2026

II. Obsługa Klienta – sprzedaż

1. Techniki sprzedaży - Finalizacja sprzedaży premium

*Sprzedaż konsultacyjna – pytania otwierające potrzeby klienta. Jak elegancko przejść od rozmowy do decyzji zakupowej.

*Jak prowadzić rozmowę, by klient sam odkrył wartość usługi. „Zamknięcia miękkie” – techniki, które nie brzmią jak sprzedaż.

*Storytelling w sprzedaży zabiegów (opowieść o transformacji, a nie o technologii). Dlaczego klient premium nie chce być „sprzedany”, tylko „prowadzony”.

*Cross-selling i upselling: jak elegancko proponować pakiety, dodatkowe usługi powiązanych i nie powiązanych usług

Kto jest klientem

- a) Klient pełnopłatny
- b) Klient Pakietowy
- c) Klient który otrzymał prezent
- d) inny klient jaki?

2. Jak prowadzić rozmowę telefoniczną by brzmieć profesjonalnie

co zawiera blok

*Przebieg rozmowy telefonicznej

*Co jest ważne podczas rozmowy telefonicznej

*Jaki jest nasz cel

- a) Przedstaw się wyraźnie
- b) Wysłuchaj, nie przerywaj i odpowiadaj na pytania bez zbędnych informacji

c) Bądź konkretny i upewnij się, że Cię zrozumiał i zgadza się to czego oczekiwał

d) Zarządzaj ciszą

e) Pozwól klientowi samemu się rozłączyć

3. Jak obsłużyć klienta stacjonarnego

*Przebieg wizyty klienta na miejscu

*Co jest ważne podczas rozmowy telefonicznej

*Jaki jest nasz cel

a) Rozmowa z klientem przy wypełnianiu karty klienta

b) Rozmowa z klientem po usłudze

c) Rozmowa z klientem przy płatności

d) Rozmowa z klientem kupującym prezent

e) Rozmowa z klientem o usługach w promocyjnych cenach

4. Budowanie lojalności i relacji długofalowej

Obsługa po zabiegu jako element sprzedaży kolejnych usług.

*Jak zamienić klienta w ambasadora kliniki.

*Rola rekomendacji i opinii w branży premium

a) kontakt z klientem po zabiegu – krótka rozmowa zadowolenia

b) program rekomendacji do znajomych

c) zdobywamy pozytywne opinie

d) niezadowolony klient – reklamacje

5. Formy zwiększenia wolumenu zakupowego

co zawiera blok

*Jak nienachalnie zwiększyć sprzedaż

*Umiejętność komponowania zabiegów „szytych na miarę”

*Proponowanie wzajemnych usług Kropla Med i Kropla Zen

a) dłuższe zabiegi

b) dodatki – łączenie różnych zabiegów

c) sprzedaż kosmetyków

d) sprzedaż wielopaków

PODSUMOWANIE

III. WERYFIKACJA – walidacja

1. Pytania i wątpliwości – Walidacja

co zawiera blok

*Indywidualne refleksje uczestników – co wprowadzam od jutra.

*Walidacja szkolenia – Test z wynikiem generowanym automatycznie

Warsztaty w grupach

a). Obsługa telefoniczna

b). Obsługa stacjonarna

c). Sprzedaż usług

Przerwy wliczają się do czasu trwania usługi szkoleniowej. 1 godzina= 1 godzina zegarowa.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 18

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Przedstawienie i przywitanie	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 18 Transformacja z marki do marki premium	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	09:30	10:30	01:00
3 z 18 Fundamenty marki premium	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	10:30	11:30	01:00
4 z 18 Przerwa kawowa	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	11:30	11:45	00:15
5 z 18 Reprezentowanie firmy - Rola personelu w sprzedaży usług premium	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	11:45	12:45	01:00
6 z 18 Psychologia klienta w usługach - Typy klientów i rodzaje reagowania	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	12:45	13:45	01:00
7 z 18 Przerwa obiadowa	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	13:45	15:15	01:30
8 z 18 Jak rozmawiać o cenie - Komunikacja premium z klientem	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	15:15	16:15	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 18 Podsumowanie - Pytania i wątpliwości	Katarzyna Piekarska	28-05-2026	16:15	17:00	00:45
10 z 18 Przywitanie i przypomnienie zagadnień z dnia poprzedniego	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	09:00	09:30	00:30
11 z 18 Techniki sprzedaży usług estetycznych - Finalizacja sprzedaży premium	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	09:30	10:30	01:00
12 z 18 Jak prowadzić rozmowę telefoniczną by brzmieć profesjonalnie a jak obsłużyć klienta stacjonarnego	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	10:30	11:30	01:00
13 z 18 Przerwa kawowa	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	11:30	11:45	00:15
14 z 18 Budowanie lojalności i relacji długofalowej	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	11:45	12:45	01:00
15 z 18 Formy zwiększenia wolumenu zakupowego	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	12:45	13:45	01:00
16 z 18 Przerwa obiadowa	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	13:45	15:15	01:30
17 z 18 Warsztaty - Pytania i wątpliwości	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	15:15	16:15	01:00
18 z 18 Walidacja – test	Katarzyna Piekarska	29-05-2026	16:15	17:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Katarzyna Piekarska

Trenerka, mentorka i praktyk sprzedaży z blisko 20-letnim doświadczeniem w prowadzeniu szkoleń, głównie w branżach usługowych, ze szczególnym uwzględnieniem sektora beauty i wellness, również w takich sektorach jak logistyka czy handel detaliczny.

Specjalizacja i zakres działań:

Koncentruję się na sprzedaży, komunikacji z klientem oraz budowaniu kompetencji miękkich. Szkoli z metod skutecznej sprzedaży usług i produktów, technik wywierania pozytywnego wpływu, zwiększania wyników sprzedażowych oraz wzmacniania pewności siebie pracowników.

Styl pracy i prowadzenia szkoleń:

Sposób szkolenia jest dynamiczny, angażujący i oparty na praktyce. Stawiam na merytoryczność, umiejętność inspirowania, lekkość w przedstawianiu przykładów, ciekawy i konkretny sposób przekazywania wiedzy. Potrafię łączyć teorię z praktyką w sposób, który daje natychmiastowe efekty.

Ukończyła liczne kursy i certyfikacje uprawniające do szkoleń managerskich

Prowadzi wykłady podczas konferencji oraz paneli dyskusyjnych

Organizuje autorskie wyjazdy łączące podróż z edukacją i rozwojem osobistym.

Przez ostatnie 17 lat ściśle związana z branżą beauty i wellness.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzyma zaświadczenie ukończenia szkolenia.

Uczestnik otrzyma materiały szkoleniowe

Warunki uczestnictwa

Uczestnik w trakcie trwania usługi musi posiadać urządzenie umożliwiające połączenie z Internetem (laptop, smartfon, tablet), obowiązkowy udział w teście z wynikiem generowanym automatycznie.

Uczestnik musi wziąć udział w co najmniej 80% zajęć.

Informacje dodatkowe

Walidację przeprowadzi Katarzyna Piekarska w oparciu o test z wynikiem generowanym automatycznie.

Przerwy wliczają się do czasu trwania usługi szkoleniowej. 1 godzina= 1 godzina zegarowa.

Adres

ul. gen. Romualda Traugutta 25

90-113 Łódź

woj. łódzkie

Sala konferencyjna w budynku Textilimpex Sp.z o.o

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Parking dla uczestników.

Kontakt



ANNA SABAT

E-mail biuro@strefa.io

Telefon (+48) 605 195 888