



Centrum "Mentoris"
Mateusz Prucnal

★★★★★ 4,9 / 5

3 097 ocen

Jak budować profesjonalny wizerunek poprzez sprzedaż i obsługę klienta, aby klient do nas wracał - szkolenie

Numer usługi 2025/12/15/25838/3212994

- 📍 Lublin
- 🗂 Usługa szkoleniowa
- 📄 stacjonarna
- 🕒 18:00 h
- 📅 20.06.2026 do 21.06.2026

3 240,00 PLN brutto
3 240,00 PLN netto
180,00 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm/menagerowie/handlowcy/osoby zajmujące się sprzedażą lub obsługą klienta
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	19-06-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	18
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem edukacyjnym szkolenia "Jak budować profesjonalny wizerunek poprzez sprzedaż i obsługę klienta, aby klient do nas wracał - szkolenie" jest rozwijanie umiejętności budowania profesjonalnego wizerunku i skutecznych relacji z klientami, z uwzględnieniem psychologii klienta oraz technik sprzedażowych. Szkolenie przygotowuje do zarządzania trudnymi sytuacjami, reklamacjami i obiekcjami, a także rozwija asertywność i lojalność wobec klientów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik charakteryzuje kluczowe elementy profesjonalnego wizerunku oraz analizuje wpływ wizerunku na budowanie relacji z klientem.</p>	<p>Uczestnik identyfikuje wpływ wizerunku na budowanie relacji z klientem.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje odpowiednie elementy profesjonalnego wizerunku.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik definiuje własny profesjonalny wizerunek, stosując zasady budowania pozytywnego obrazu w kontakcie z klientem.</p>	<p>Uczestnik identyfikuje cechy własnego profesjonalnego wizerunku.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozróżnia zasady budowania pozytywnego obrazu w kontakcie z klientem.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik analizuje potrzeby i motywacje różnych typów klientów, stosując psychologiczne zasady identyfikacji grup docelowych.</p>	<p>Uczestnik stosuje psychologiczne zasady identyfikacji grup docelowych.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozróżnia i wskazuje odpowiednie typy klientów.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik formułuje zasady budowania i utrzymywania długotrwałych relacji z klientami oraz stosuje te zasady w symulacjach kontaktu z klientem.</p>	<p>Uczestnik definiuje zasady budowania i utrzymywania długotrwałych relacji.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik dobiera zastosowanie odpowiedniej zasady w kontakcie z klientem.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik opisuje i wdraża strategie budowania lojalności klientów poprzez programy lojalnościowe.</p>	<p>Uczestnik definiuje strategie budowania lojalności klientów.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje różnice pomiędzy programem lojalnościowym a piramidą.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik wyjaśnia rolę procesu sprzedaży jako kluczowego elementu budowania długotrwałych relacji z klientem.</p> <p>Uczestnik identyfikuje typy klientów oraz dobiera odpowiednie techniki sprzedażowe do każdego typu.</p>	<p>Uczestnik definiuje rolę procesu sprzedaży.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozróżnia typy klientów.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik opracowuje skuteczne strategie radzenia sobie z reklamacjami, obiekcjami i uwagami klientów, stosując je w praktyce.</p>	<p>Uczestnik dobiera technikę sprzedażową pod odpowiedni typ klienta.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik definiuje strategie radzenia sobie z reklamacjami.</p> <p>Uczestnik wskazuje odpowiedni sposób podejścia do klienta w trakcie rozmowy reklamacyjnej.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik analizuje aspekty psychologiczne interakcji z trudnym klientem i stosuje techniki radzenia sobie w trudnych sytuacjach.	Uczestnik charakteryzuje aspekty psychologiczne interakcji z trudnym klientem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik dobiera technikę radzenia sobie w trudnych sytuacjach do odpowiedniego przypadku.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozwija postawę asertywną w kontaktach z klientami, stosując techniki asertywności w symulacjach sprzedażowych.	Uczestnik rozróżnia techniki asertywności.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozróżnia w jakich sytuacjach można stosować techniki asertywności a w jakich są one nieodpowiednie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Szkolenie jest realizowane w godzinach zegarowych. Przerwy wliczają się w czas trwania szkolenia.

Część teoretyczna realizowana jest w ciągu 8 godzin zegarowych, część praktyczna to 7,5 godzin zegarowych, walidacja 0,5 godziny, przerwy 2 godziny.

1. Wprowadzenie do szkolenia (teoria 1 godzina)

Powitanie uczestników, przedstawienie celów szkolenia oraz omówienie planu na kolejne dni. Wyjaśnienie, dlaczego budowanie relacji z klientami jest kluczowe dla sukcesu biznesowego.

2.Znaczenie profesjonalnego wizerunku (teoria 1 godzina)

Teoretyczne omówienie wpływu pierwszego wrażenia na postrzeganie firmy przez klienta. Praktyczne ćwiczenia z zakresu autoprezentacji i budowania profesjonalnego wizerunku w różnych sytuacjach zawodowych.

3.Kluczowe elementy budowania wizerunku (teoria 0,5 godziny i praktyka 0,5 godziny)

Wyjaśnienie kluczowych aspektów, takich jak spójność komunikacji, estetyka materiałów marketingowych i język korzyści. Praktyczne warsztaty dotyczące kreowania wizerunku firmy za pomocą mediów społecznościowych i kontaktów bezpośrednich.

4.Psychologia klienta (kim jest mój klient?) (teoria 1 godzina 45 minut)

Analiza typów klientów i ich motywacji zakupowych w oparciu o podstawy psychologii. Nauka rozpoznawania potrzeb klientów oraz dopasowywania do nich komunikacji i oferty.

5.Zasady budowania relacji z klientami (w tym także zasady budowania relacji długotrwałych) (teoria 0,5 godziny i praktyka 1 godzina)

Teoria relacji oparta na zaufaniu, lojalności i wzajemnych korzyściach. Ćwiczenia praktyczne z nawiązywania relacji i utrzymywania kontaktu z klientami w sposób naturalny i efektywny.

6.Budowanie relacji z klientem z wykorzystaniem programów lojalnościowych (teoria 1 godzina i praktyka 0,5 godziny)

Omówienie roli programów lojalnościowych w budowaniu zaangażowania i retencji klientów. Warsztaty z projektowania prostego programu lojalnościowego i analizy jego efektywności.

7.Sprzedaż jako proces budowania relacji (teoria 0,5 godziny i praktyka 45 minut)

Omówienie sprzedaży jako procesu partnerskiego, który skupia się na zaspokajaniu potrzeb klienta. Ćwiczenia z prowadzenia rozmów sprzedażowych z akcentem na budowanie zaufania i tworzenie wartości.

2.Dobieranie techniki sprzedażowej do konkretnego typu klienta (teoria 1 godzina i praktyka 1 godzina)

Teoretyczne wprowadzenie do różnych typów klientów i odpowiednich dla nich technik sprzedażowych, takich jak SPIN czy storytelling itp.. Praktyczne symulacje dopasowywania techniki sprzedażowej do określonego scenariusza.

3.Reklamacje, obiekcje, uwagi (teoria 15 minut i praktyka 1 godzina)

Wyjaśnienie, jak skutecznie reagować na reklamacje i obiekcje klientów, aby budować ich zaufanie. Praktyczne ćwiczenia w rozwiązywaniu problemów i prowadzeniu rozmów w trudnych sytuacjach.

4.Trudny klient czy trudna sytuacja - aspekty psychologiczne kontaktu z klientem w sytuacjach kłopotliwych czy konfliktowych (praktyka 1 godzina)

Analiza psychologicznych aspektów trudnych interakcji z klientami i sposoby radzenia sobie z emocjami obu stron. Symulacje rozmów w sytuacjach konfliktowych z uwzględnieniem technik mediacyjnych i deeskalacyjnych.

5.Postawa asertywna w kontaktach z klientem (teoria 0,5 godziny i praktyka 1 godzina)

Wprowadzenie do zasad asertywności, takich jak wyrażanie swoich potrzeb bez naruszania granic innych. Ćwiczenia praktyczne z asertywnej komunikacji w różnych sytuacjach sprzedażowych i obsługowych.

6.Symulacje sprzedażowe (praktyka 45 minutka)

Scenariuszowe symulacje rozmów sprzedażowych z uwzględnieniem różnych typów klientów i sytuacji. Feedback od trenerów i uczestników w celu doskonalenia technik sprzedaży i budowania relacji.

7.Walidacja (30 minut)

Sprawdzian w formie testu, aby ocenić opanowanie materiału przez uczestników. Test będzie posiadał wynik generowany automatycznie.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Wprowadzenie do szkolenia	-	20-06-2026	08:00	08:30	00:30
2 z 15 Znaczenie profesjonalnego wizerunku	-	20-06-2026	08:30	10:00	01:30
3 z 15 Kluczowe elementy budowania wizerunku	-	20-06-2026	10:00	11:30	01:30
4 z 15 Psychologia klienta (kim jest mój klient?)	-	20-06-2026	11:30	13:00	01:30
5 z 15 Przerwa	-	20-06-2026	13:00	13:30	00:30
6 z 15 Zasady budowania relacji z klientami (w tym także zasady budowania relacji długotrwałych)	-	20-06-2026	13:30	15:00	01:30
7 z 15 Budowanie relacji z klientem z wykorzystaniem programów lojalnościowych	-	20-06-2026	15:00	16:00	01:00
8 z 15 Sprzedaż jako proces budowania relacji	-	21-06-2026	08:00	09:00	01:00
9 z 15 Dobieranie techniki sprzedażowej do konkretnego typu klienta	-	21-06-2026	09:00	10:00	01:00
10 z 15 Reklamacje, obiekcje, uwagi	-	21-06-2026	10:00	11:30	01:30
11 z 15 Przerwa	-	21-06-2026	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 15 Trudny klient czy trudna sytuacja - aspekty psychologiczne kontaktu z klientem z sytuacjach kłopotliwych czy konfliktowych	-	21-06-2026	12:00	13:00	01:00
13 z 15 Postawa asertywna w kontaktach z klientem	-	21-06-2026	13:00	14:30	01:30
14 z 15 Symulacje sprzedażowe	-	21-06-2026	14:30	15:30	01:00
15 z 15 Walidacja	-	21-06-2026	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 240,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 240,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	180,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały zostaną przekazane uczestnikom w trakcie szkolenia. Na szkoleniu będzie prowadzona lista obecności. Warunkiem zaliczenia jest minimum 80 % frekwencji oraz pozytywny wynik walidacji.

Warunki uczestnictwa

Uczestnik powinien być osobą pełnoletnią, która prowadzi działalność gospodarczą lub pracownikiem delegowanym do uczestnictwa przez pracodawcę, który uznaje, że takie szkolenie jest potrzebne w jego rozwoju.

Informacje dodatkowe

1 godzina szkoleniowa = 60 minut

Przerwy wliczają się w czas trwania szkolenia

W przypadku uczestniczenia w usłudze osoby z niepełnosprawnością usługa zostanie dostosowana do jej potrzeb.

Usługa prowadzona będzie za pomocą następujących metod interaktywnych i aktywizujących:

1. Prezentacja
2. Za i przeciw
3. Burza mózgów
4. Dyskusja

Podstawa zwolnienia z VAT: Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. ze zmianami w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień.

Adres

ul. Stanisława Leszczyńskiego 25/U004
20-068 Lublin
woj. lubelskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



PIOTR MAKOWSKI

E-mail makowskipiotr22@gmail.com

Telefon (+48) 576 660 550