



Sandler Foundations - wprowadzenie do metody Sandler Selling System

Numer usługi 2025/12/15/55894/3213691

3 936,00 PLN brutto

3 200,00 PLN netto

246,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

TPSI SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★☆ 4,4 / 5

34 oceny

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 16.02.2026 do 17.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Warsztat Sandler Foundations jest w szczególności dedykowany dla:

- Doświadczonych sprzedawców w branżach specjalistycznych, którzy szukają dla siebie impulsu do usprawnienia swojego warsztatu sprzedażowego, aby sięgnąć po **najlepiej płacących klientów**, a nawet wybierać ich sobie samemu.
- **Ekspertów w swojej dziedzinie**, którym nikt nie mówił, że będą musieli sprzedawać, a chcieliby to robić **skutecznie i swobodnie** bez stresu i utraty energii.
- Przedsiębiorców, partnerów, którzy są głównymi sprzedawcami w swojej firmie i chcą uruchomić potencjał sprzedażowy innych osób oraz zbudować proces i zespół sprzedaży oparty o sprawdzone wzorce.
- Osób, które rozpoczynają rolę sprzedażową, szukają skutecznego, partnerskiego sposobu na pozyskiwanie i budowę własnego portfela klientów, a nie chcą uczyć się sprzedaży poprzez popełnianie własnych błędów.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

13-02-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest wzmocnienie kompetencji sprzedażowych uczestników oraz praktyczne wdrożenie do modelu Sandler Selling System. Proces szkoleniowy pozwala poznać kluczowe założenia metodyki i przećwiczyć sprawdzone techniki prowadzenia rozmów handlowych: budowanie relacji, zadawanie pytań, kontraktowanie kolejnych kroków, prezentowanie rozwiązań, domykanie sprzedaży oraz wywieranie wpływu. Uczestnicy rozwijają również kompetencje społeczne niezbędne w sprzedaży, takie jak aktywne słuchanie, d

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekty uczenia się: Uczestnik potrafi uporządkować swój proces sprzedaży w spójną strukturę Sandlera, dzięki czemu prowadzi rozmowy pewniej, krócej i z większą kontrolą kolejnych kroków. Kryteria weryfikacji: W ćwiczeniach poprawnie układa przebieg rozmowy w etapy, wskazuje gdzie najczęściej „traci ster” i proponuje konkretne działania, które temu zapobiegają (np. kontrakt, doprecyzowanie kryteriów decyzji).	Krótki test sytuacyjny + praca na case’ach (diagnoza błędów i rekomendacje) + obserwacja trenera w symulacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Efekty uczenia się: Uczestnik reaguje na „trudnych” klientów bez spięcia i bez ulegania presji – rozpoznaje zmyłki i odzyskuje kontrolę rozmowy w partnerski sposób. Kryteria weryfikacji: W symulacji identyfikuje zmyłkę/unik i dobiera reakcję, która utrzymuje relację, a jednocześnie prowadzi do jasnego ustalenia kolejnego kroku.	Role-play na typowych sytuacjach z życia + checklista zachowań + informacja zwrotna trenera i grupy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Efekty uczenia się: Uczestnik prowadzi rozmowy odkrywające realne potrzeby i motywacje klienta – zadaje pytania, które odsłaniają „dlaczego teraz”, zamiast opowiadać o rozwiązaniu. Kryteria weryfikacji: Zadaje pytania pogłębiające, potrafi dojść do konsekwencji problemu i podsumować ustalenia językiem klienta; ogranicza „pitch” na rzecz diagnozy.	Symulacja rozmowy diagnostycznej + analiza nagrania/obserwacja trenera (checklista) + krótkie podsumowanie ustaleń na piśmie.	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

1. Wprowadzenie i cele szkolenia

- ustalenie oczekiwań i zasad pracy
- diagnoza najczęstszych wyzwań uczestników w rozmowach z klientami
- zdefiniowanie, co oznacza „dobra rozmowa sprzedażowa” w tej grupie

1. Fundamenty Sandler Selling System i kontrola procesu

- filozofia sprzedaży bez presji i budowanie partnerskiej pozycji
- typowe pułapki: gonienie klienta, „darmowy konsulting”, niejasne follow-upy
- jak odzyskiwać kontrolę: struktura rozmowy i zarządzanie kolejnym krokiem

1. Budowanie relacji i skuteczna komunikacja

- aktywne słuchanie i prowadzenie rozmowy w sposób naturalny, a jednocześnie skuteczny
- dopasowanie stylu komunikacji (dostrojenie) bez utraty własnej pozycji
- jasne podsumowania i porządkowanie ustaleń z klientem

1. Pytania, które odkrywają realne potrzeby i motywacje

- przejście z „opowiadania o rozwiązaniu” na diagnozę
- pytania pogłębiające: od sytuacji do konsekwencji i priorytetu
- formułowanie wniosków i język korzyści oparty o fakty z rozmowy

1. Kontraktowanie rozmów i kolejnych kroków

- kontrakt na spotkanie i kontrakt na przebieg rozmowy
- uzgadnianie zasad: cel, agenda, role, oczekiwania, następny krok
- „zabezpieczenie” kolejnego kroku i kryteriów decyzji

1. Kwalifikacja szans sprzedaży

- dopasowanie: kiedy to ma sens, a kiedy nie
- rozmowy o budżecie w sposób swobodny i profesjonalny
- mapowanie procesu decyzyjnego i osób wpływu

1. Praca z obiekcjami oraz typowymi unikami klienta

- rozróżnienie: obiekcja vs brak danych vs gra/unik
- techniki reagowania bez presji i bez oddawania steru
- zamiana obiekcji w konkrety: warunki, kryteria, kolejny krok

1. Prezentowanie rozwiązań i finalizacja

- prezentacja oparta na diagnozie (spójność: problem–konsekwencje–kryteria–rozwiązanie)
- uzgadnianie decyzji i kolejnych kroków w partnerski sposób
- domykanie ustaleń: co dalej, kto, do kiedy

1. Praktyka: ćwiczenia i symulacje rozmów

- scenki na bazie realnych sytuacji uczestników
- feedback trenera i praca na konkretnych zwrotach/strukturach rozmowy
- utrwalenie: mini-scenariusze do zastosowania od razu w pracy

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Wprowadzenie i cele szkolenia	Andrzej Twarowski	16-02-2026	09:00	10:00	01:00
2 z 10 Fundamenty Sandler Selling System i kontrola procesu	Andrzej Twarowski	16-02-2026	10:00	12:00	02:00
3 z 10 Budowanie relacji i skuteczna komunikacja	Andrzej Twarowski	16-02-2026	12:00	14:30	02:30
4 z 10 Pytania, które odkrywają realne potrzeby i motywacje, cz. 1	Andrzej Twarowski	16-02-2026	14:30	16:00	01:30
5 z 10 Pytania, które odkrywają realne potrzeby i motywacje, cz. 2	Andrzej Twarowski	16-02-2026	16:00	17:00	01:00
6 z 10 Kontraktowanie rozmów i kolejnych kroków	Andrzej Twarowski	17-02-2026	09:00	10:00	01:00
7 z 10 Kwalifikacja szans sprzedaży	Andrzej Twarowski	17-02-2026	10:00	11:30	01:30
8 z 10 Praca z obiekcjami oraz typowymi unikami klienta	Andrzej Twarowski	17-02-2026	11:30	14:00	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 10 Prezentowanie rozwiązań i finalizacja	Andrzej Twarowski	17-02-2026	14:00	15:30	01:30
10 z 10 Praktyka: ćwiczenia i symulacje rozmów	Andrzej Twarowski	17-02-2026	15:30	17:00	01:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 936,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Andrzej Twarowski

Partner i prezes zarządu w TPSI sp. z o.o. – Autoryzowanym Centrum Szkoleniowym Sandler Training. Zrealizował projekty dla czołowych integratorów IT, firm konsultingowych, kancelarii prawnych i agencji rekrutacyjnych w Polsce. Wysłany w pierwszym „desancie” konsultantów, którzy uczyli się Sandlera za Wielką Wodą w 2005 roku. Zarządzał sprzedażą w start-up’ie bankowości internetowej, tanich liniach lotniczych i największej firmie szkoleniowej w Polsce. Praktyk networkingu. Członek Towarzystwa Biznesowego. Uczestniczył w kilkuset konferencjach i spotkaniach biznesowych. Statystycznie codziennie poznaje jedną nową osobę. Prowadził zajęcia na MBA Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej oraz podyplomowych studiach z zarządzania sprzedażą na Akademii Leona Koźmińskiego. Ekspert sprzedaży w ramach programów akcelerycyjnych dla start-upów: MIT Enterprise Forum Poland, Krakowski Park Technologiczny, Pilot Maker i Surferzy Wiedzy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Podręcznik na licencji Sandler Selling System.

Adres

ul. Puławska 354/356

Warszawa

woj. mazowieckie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Grabowska

E-mail magdalena.grabowska@sandler.com

Telefon (+48) 795 000 846