



Sandler Foundations - wprowadzenie do metody Sandler Selling System

Numer usługi 2025/12/15/55894/3213774

3 936,00 PLN brutto
3 200,00 PLN netto
246,00 PLN brutto/h
200,00 PLN netto/h

TPSI SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★☆ 4,4 / 5

36 ocen

📍 Warszawa

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 16:00 h

📅 15.06.2026 do 16.06.2026

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

1

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

12-06-2026

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.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik: porządkuje proces sprzedaży w spójną strukturę rozmowy zgodną z metodyką Sandlera; układa przebieg rozmowy sprzedażowej w logiczne etapy i określa ich cel; identyfikuje momenty utraty kontroli nad rozmową sprzedażową oraz ich przyczyny; dobiera i stosuje adekwatne działania (np. kontraktowanie, doprecyzowanie kryteriów decyzji) w celu utrzymania kierunku rozmowy;</p> <p>Uczestnik: prowadzi rozmowę sprzedażową ukierunkowaną na diagnozę potrzeb klienta; zadaje pytania pogłębiające w celu identyfikacji przyczyn i konsekwencji problemu klienta; identyfikuje motywacje klienta związane z podjęciem decyzji; formułuje podsumowanie ustaleń w oparciu o wypowiedzi klienta;</p>	<p>Uczestnik: poprawnie przyporządkowuje elementy rozmowy do właściwych etapów procesu sprzedaży; wskazuje błędy w przebiegu rozmowy sprzedażowej oraz ich konsekwencje; dobiera działania korygujące adekwatne do sytuacji; stosuje poznane elementy struktury rozmowy w symulacji rozmowy sprzedażowej;</p> <p>Uczestnik: zadaje pytania pogłębiające adekwatne do sytuacji klienta; identyfikuje przyczyny i konsekwencje problemu klienta; formułuje podsumowanie ustaleń językiem klienta; prowadzi rozmowę w sposób ukierunkowany na diagnozę potrzeb;</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik: identyfikuje zachowania klienta utrudniające prowadzenie rozmowy (np. zmyłki, uniki, presję); dobiera reakcje adekwatne do sytuacji klienta; reaguje w sposób umożliwiający kontynuowanie rozmowy i utrzymanie jej kierunku; stosuje działania prowadzące do ustalenia kolejnego kroku;</p>	<p>Uczestnik: poprawnie identyfikuje typ zachowania klienta w symulacji; dobiera reakcję adekwatną do sytuacji; proponuje działania prowadzące do ustalenia kolejnego kroku w rozmowie; stosuje poznane techniki w trakcie symulacji rozmowy sprzedażowej;</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
<p>Uczestnik: planuje kolejne kroki w procesie sprzedaży w oparciu o ustalenia z klientem; określa działania, odpowiedzialności i terminy dalszych działań; dopasowuje kolejny krok do sytuacji klienta i etapu procesu sprzedaży;</p>	<p>Uczestnik: określa kolejny krok w rozmowie sprzedażowej; przypisuje odpowiedzialność za działanie; wskazuje termin realizacji; uzasadnia dobór kolejnego kroku w odniesieniu do sytuacji klienta;</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>

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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Moduł 1: Wprowadzenie i diagnoza obecnego sposobu prowadzenia rozmów sprzedażowych

- uczestnik określa oczekiwania wobec szkolenia oraz zasady pracy;
- uczestnik analizuje własne doświadczenia w rozmowach z klientami i identyfikuje najczęstsze trudności;
- uczestnik definiuje cechy skutecznej rozmowy sprzedażowej w odniesieniu do własnej praktyki;

Moduł 2: Struktura procesu sprzedaży i kontrola przebiegu rozmowy

- uczestnik analizuje elementy procesu sprzedaży i identyfikuje jego etapy;
- uczestnik rozpoznaje typowe błędy (np. brak kontroli kolejnego kroku, niejasne ustalenia);
- uczestnik ćwiczy układanie rozmowy w spójną strukturę oraz formułowanie kolejnych kroków;

Moduł 3: Komunikacja i budowanie relacji w rozmowie sprzedażowej

- uczestnik ćwiczy aktywne słuchanie i formułowanie wypowiedzi wspierających prowadzenie rozmowy;
- uczestnik dopasowuje sposób komunikacji do rozmówcy przy zachowaniu własnej pozycji;
- uczestnik formułuje podsumowania ustaleń w sposób uporządkowany i zrozumiały dla klienta;

Moduł 4: Diagnoza potrzeb i motywacji klienta

- uczestnik ćwiczy zadawanie pytań pogłębiających;
- uczestnik identyfikuje przyczyny i konsekwencje problemów klienta;
- uczestnik formułuje wnioski i podsumowania w oparciu o informacje uzyskane w rozmowie;

Moduł 5: Kontraktowanie rozmowy i kolejnych kroków

- uczestnik określa cel rozmowy oraz uzgadnia zasady jej prowadzenia;
- uczestnik ćwiczy formułowanie agendy, ról i oczekiwań w rozmowie;
- uczestnik określa i uzgadnia kolejny krok oraz kryteria decyzji;

Moduł 6: Kwalifikacja szans sprzedaży

- uczestnik ocenia zasadność kontynuowania procesu sprzedaży;
- uczestnik identyfikuje elementy procesu decyzyjnego oraz osoby wpływające na decyzję;
- uczestnik prowadzi rozmowy dotyczące budżetu i warunków współpracy;

Moduł 7: Reagowanie na obiekcje i trudne zachowania klienta

- uczestnik rozróżnia typy sytuacji (np. obiekcja, brak informacji, unikanie decyzji);
- uczestnik ćwiczy dobór reakcji adekwatnych do sytuacji klienta;
- uczestnik formułuje odpowiedzi prowadzące do doprecyzowania warunków i ustalenia kolejnego kroku;

Moduł 8: Prezentowanie rozwiązania i finalizacja ustaleń

- uczestnik przygotowuje prezentację rozwiązania w oparciu o zdiagnozowane potrzeby klienta;
- uczestnik formułuje propozycję uwzględniającą kryteria decyzji;
- uczestnik uzgadnia decyzję oraz określa dalsze działania, odpowiedzialności i terminy;

Moduł 9: Praktyka – ćwiczenia i symulacje rozmów sprzedażowych

- uczestnik prowadzi symulacje rozmów sprzedażowych w oparciu o własne sytuacje zawodowe;
- uczestnik analizuje przebieg rozmowy oraz otrzymuje informację zwrotną;
- uczestnik doskonali stosowanie poznanych struktur i technik w praktyce;

Szkolenie realizowane jest w formie warsztatowej, w grupie liczącej maksymalnie 12 uczestników. Uczestnicy pracują zarówno w całej grupie, jak i w podgrupach 2–3 osobowych (w zależności od ćwiczenia), co umożliwia intensywną pracę praktyczną i indywidualną informację zwrotną. Każdy uczestnik pracuje na własnych przykładach sytuacji sprzedażowych.

Stanowisko pracy uczestnika obejmuje: miejsce siedzące, dostęp do materiałów szkoleniowych, narzędzia do notowania.

W trakcie szkolenia wykorzystywane są:

- prezentacja multimedialna,
- materiały szkoleniowe,
- scenariusze rozmów,
- symulacje i ćwiczenia w parach lub małych grupach.

Szkolenie prowadzone jest przez trenera w formie interaktywnej (warsztatowej), z naciskiem na ćwiczenia praktyczne i analizę rzeczywistych przypadków uczestników.

Walidacja efektów uczenia się odbywa się w trakcie i na zakończenie szkolenia w oparciu o zdefiniowane efekty uczenia się.

Zastosowane metody walidacji:

- obserwacja uczestnika w trakcie ćwiczeń i symulacji rozmów sprzedażowych,
- analiza wykonanych zadań (np. formułowanie pytań, kontraktowanie, prowadzenie rozmowy),
- informacja zwrotna od trenera,
- samoocena uczestnika.

Walidacja końcowa polega na przeprowadzeniu symulowanej rozmowy sprzedażowej, w której uczestnik wykorzystuje poznane narzędzia i techniki. Ocena dokonywana jest w odniesieniu do wcześniej określonych kryteriów (m.in. struktura rozmowy, diagnoza potrzeb, kontraktowanie, prowadzenie do kolejnego kroku).

Proces walidacji jest realizowany przez trenera innego niż trener prowadzący szkolenie.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (1 godzina dydaktyczna = 45 minut).

Przerwy są wliczone w czas trwania usługi rozwojowej.

Łączna liczba godzin: zgodnie z harmonogramem usługi.

Podział na formy zajęć:

- zajęcia teoretyczne: ok. 30% czasu (wprowadzenie modeli, omówienie narzędzi i koncepcji),
- zajęcia praktyczne: ok. 70% czasu (ćwiczenia, symulacje, analiza przypadków, informacja zwrotna).

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 16

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Moduł 1: Wprowadzenie i diagnoza (teoria + praktyka)	Andrzej Twarowski	15-06-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 16 Moduł 2: Struktura procesu sprzedaży (teoria + praktyka)	Andrzej Twarowski	15-06-2026	09:30	11:00	01:30
3 z 16 Przerwa	Andrzej Twarowski	15-06-2026	11:00	11:15	00:15
4 z 16 Moduł 3: Komunikacja i budowanie relacji (praktyka)	Andrzej Twarowski	15-06-2026	11:15	12:45	01:30
5 z 16 Przerwa	Andrzej Twarowski	15-06-2026	12:45	13:15	00:30
6 z 16 Moduł 4: Diagnoza potrzeb klienta (praktyka)	Andrzej Twarowski	15-06-2026	13:15	14:30	01:15
7 z 16 Przerwa	Andrzej Twarowski	15-06-2026	14:30	15:00	00:30
8 z 16 Moduł 5: Kontraktowanie rozmowy (praktyka)	Andrzej Twarowski	15-06-2026	15:00	17:00	02:00
9 z 16 Moduł 6: Kwalifikacja szans sprzedaży (teoria + praktyka)	Andrzej Twarowski	16-06-2026	09:00	10:30	01:30
10 z 16 Przerwa	Andrzej Twarowski	16-06-2026	10:30	10:45	00:15
11 z 16 Moduł 7: Obiekcje i trudne sytuacje (praktyka)	Andrzej Twarowski	16-06-2026	10:45	12:15	01:30
12 z 16 Przerwa	Andrzej Twarowski	16-06-2026	12:15	12:30	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 16 Moduł 8: Prezentacja i finalizacja (praktyka)	Andrzej Twarowski	16-06-2026	12:30	14:00	01:30
14 z 16 Przerwa	Andrzej Twarowski	16-06-2026	14:00	14:30	00:30
15 z 16 Moduł 9: Symulacje rozmów sprzedażowych (praktyka)	Andrzej Twarowski	16-06-2026	14:30	15:30	01:00
16 z 16 Walidacja efektów uczenia się (obserwacja w warunkach symulowanych + analiza dowodów i deklaracji)	Andrzej Twarowski	16-06-2026	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: 2



1 z 2

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 akceleracyjnych dla start-up’ów: MIT Enterprise Forum Poland, Krakowski Park Technologiczny, Pilot Maker i Surferzy Wiedzy.



2 z 2

MAGDALENA GRABOWSKA

Konsultant w Twarowski Posmyk Sales Institute - Autoryzowanym Centrum Szkoleniowym Sandler Training. Z Sandlerem związana od 2012 roku.

Od początku kariery zawodowej pracuje na rynku doradztwa i konsultingu. Pracowała dla takich organizacji jak PwC Polska, Pracuj.pl oraz Leanpassion, gdzie uczestniczyła w procesach przygotowywania, wdrażania i realizacji projektów szkoleniowych oraz rozwojowych, jak również usprawniania procesów w oparciu o metody LEAN management.

Kariere zawodową zbudowała na solidnych podstawach. Przez wiele lat była członkiem kadry olimpijskiej w szpadzie. Jako jedyna Polka dwukrotnie zwyciężyła w Pucharze Świata seniorów. Jest medalistką Mistrzostw Świata i Europy – indywidualnie i drużynowo.

Wspiera prowadzone projekty od strony procesowej oraz maksymalizacji kapitału ludzkiego poprzez analizę i rozwój kompetencji sprzedażowych w oparciu o narzędzia diagnostyczne Devine Inventory i OutMatch®.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Podręcznik na licencji Sandler Selling System.

Warunki uczestnictwa

Uczestnikami usługi są osoby posiadające doświadczenie w prowadzeniu rozmów sprzedażowych lub obsłudze klienta. Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą rozwijać kompetencje w zakresie prowadzenia rozmów sprzedażowych. Warunkiem udziału jest gotowość do aktywnego uczestnictwa w ćwiczeniach, w tym symulacjach rozmów oraz pracy na własnych przykładach sytuacji zawodowych.

Informacje dodatkowe

Warunki organizacyjne realizacji usługi: szkolenie realizowane w grupie maksymalnie do 12 osób; uczestnicy pracują indywidualnie oraz w podgrupach 2–3 osobowych; każdy uczestnik bierze udział w symulacjach rozmów sprzedażowych; sala szkoleniowa umożliwia pracę warsztatową oraz prowadzenie symulacji; szkolenie nie wymaga stanowisk komputerowych – uczestnicy pracują na materiałach szkoleniowych oraz własnych przykładach sytuacji sprzedażowych;

Walidacja efektów uczenia się realizowana jest w formie obserwacji w warunkach symulowanych oraz analizy dowodów i deklaracji; obejmuje symulację rozmowy sprzedażowej oraz analizę sposobu działania uczestnika; walidacja prowadzona jest przez osobę inną niż trener prowadzący usługę, co zapewnia rozdzielność funkcji;

Usługa realizowana w godzinach dydaktycznych (1 godzina = 45 minut);

Adres

ul. Puławska 354/356

02-819 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