



Szkolenie realizowane w ramach projektu „Postaw swój biznes na nogi”-Matematyka w biznesie

Numer usługi 2026/01/19/162674/3267948

1 068,56 PLN brutto
1 068,56 PLN netto
133,57 PLN brutto/h
133,57 PLN netto/h

Smart Safety
Consulting Spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością

★★★★★ 4,5 / 5

104 oceny

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 8 h

📅 06.05.2026 do 06.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Finanse i bankowość / Finanse i doradztwo finansowe

Grupa docelowa usługi

Szkol. skierowane jest do osób dorosłych-pracowników i menedżerów,którzy w swojej pracy są odpowiedzialni za kształtowanie,negocjowanie oraz rozlicz. warunków handlowych,a także zarządzanie rentownością współpracy z klientami.

W szkol. mogą wziąć udział:

- **menedżerowie** średniego i wyższego szczebla sprzedaży, finansów oraz kategorii, odpowiedzialni za realizację wyników finansowych i marży,
- **key account managerowie oraz handlowcy** prowadzący negocjacje handlowe i kontraktowe,
- **specjaliści** ds. pricingu, controllingu oraz analiz handlowych,
- **osoby odp. za przygotowanie,realizację i rozliczanie** promocji oraz inwestycji klienckich,
- **pracownicy** zainteres. pogłębieniem wiedzy na temat wpływu warunków handlowych na wynik finansowy przedsiębiorstwa.
- **licz. uczes.:3-10 osób**(opt. do ćw. praktycz)

Udział w szkol. nie wymaga uprzedniego przygot. merytor. Program został opracowany z myślą o osobach rozpoczynających zdob. wiedzy w danym obszarze w tym również o uczest. bez wcześ. doświad. szkol. w tej temat.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

05-05-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

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

Usługa przygotowuje Uczestnika do samodzielnego rozwijania kompetencji w zakresie kształtowania, analizy oraz negocjowania warunków handlowych z klientami. W ramach udziału w usłudze Uczestnik zdobędzie wiedzę i umiejętności umożliwiające świadome zarządzanie ceną, rabatami, bonusami i kosztami współpracy, obliczanie marży i rentowności na różnych poziomach oraz prowadzenie negocjacji kontraktowych w sposób zwiększający zyskowność i bezpieczeństwo finansowe firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje modele współpracy z klientami	- rozróżnia modele kontraktowe	Test teoretyczny
	- klasyfikuje ich wpływ na rentowność	Test teoretyczny
Charakteryzuje główne typy kosztów współpracy	- identyfikuje koszty stałe i zmienne	Test teoretyczny
	- przypisuje je do kontraktu	Test teoretyczny
Rozróżnia typy cen handlowych	- klasyfikuje ceny (detaliczna, net, promocyjna itd.)	Test teoretyczny
	- wskazuje ich zastosowanie	Test teoretyczny
Definiuje pojęcia narzutu, marży, zysku i kontrybucji	- porównuje sposoby ich liczenia	Test teoretyczny
	- identyfikuje różnice interpretacyjne	Test teoretyczny
Klasyfikuje rodzaje rabatów	- rozróżnia rabaty procentowe i wartościowe	Test teoretyczny
	- identyfikuje rabaty progowe i liniowe	Test teoretyczny
Opisuje modele struktur warunków handlowych	- porównuje korzyści dla firmy i klienta	Test teoretyczny
	- klasyfikuje modele warunków	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje strukturę warunków handlowych kontraktu	– identyfikuje elementy wpływające na marżę	Test teoretyczny
	– oblicza ich udział procentowy	Test teoretyczny
Kalkuluje próg rentowności	– oblicza wymagany wolumen sprzedaży	Test teoretyczny
	– interpretuje zależność cena–wolumen	Test teoretyczny
Analizuje wpływ rabatów na finalną cenę net	– stosuje kalkulację kaskadową	Test teoretyczny
	– porównuje ją z sumaryczną	Test teoretyczny
Analizuje zapisy kontraktowe pod kątem ryzyka	– identyfikuje zapisy niekorzystne	Test teoretyczny
	– ocenia ich wpływ finansowy	Test teoretyczny
Porównuje rentowność grup klientów	– klasyfikuje klientów według marży	Test teoretyczny
	– identyfikuje odchylenia	Test teoretyczny
Planuje etapy negocjacji rocznych	– porządkuje działania w czasie	Test teoretyczny
	– identyfikuje kluczowe decyzje	Test teoretyczny
Analizuje interesy finansowe klienta	– identyfikuje źródła jego zysku	Test teoretyczny
	– klasyfikuje priorytety negocjacyjne	Test teoretyczny
Ocenią ryzyko relacyjne decyzji handlowych	– identyfikuje potencjalne konflikty	Test teoretyczny
	– klasyfikuje ich skutki	Test teoretyczny
Argumentuje potrzebę zmiany warunków handlowych	– identyfikuje przesłanki finansowe	Test teoretyczny
	– porządkuje je w logiczny ciąg	Test teoretyczny
Analizuje etyczne aspekty negocjacji handlowych	– identyfikuje granice ustępstw	Test teoretyczny
	– klasyfikuje sytuacje ryzykowne	Test teoretyczny

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

5 godz. 45min. zajęć teoretycznych; 2 godz. zajęć praktycznych

1. Modele współpracy z klientami i rodzaje kontraktów handlowych

- Główne typy kosztów rzutujące na rentowność współpracy
- Typ biznesu klienta a struktura warunków handlowych
- Rodzaje cen – detaliczna, cennikowa, hurtowa, promocyjna, net
- Narzut, marża, zysk, kontrybucja – czym się różnią i jak rozmawiać o nich z klientem?
- rocent czy masa marży – co jest ważniejsze?

2. Elementy ceny wpływające na finalną marżę, czyli jakie są rodzaje rabatów oraz kosztów współpracy z klientem i jak je kształtować?

- Od ceny wyjściowej do ceny 4 x net
- Rodzaje rabatów i sposoby ich wyliczania – procentowe, wartościowe, progowe, liniowe, od nadwyżki i inne
- Kaskadowo czy sumarycznie, frontowe czy potransakcyjne, czyli sposoby naliczania rabatów i ich wpływ na zyskowność współpracy
- Rodzaje bonusów i inwestycji – zależne lub niezależne od obrotu
- Inwestycje pozakontraktowe i ich wpływ na rentowność współpracy
- Zapisy dodatkowe np. kary – na co zwracać uwagę, jak je negocjować i minimalizować ich negatywny wpływ na wynik finansowy na kontrahencie

3. Struktura warunków

- Modele warunków handlowych - korzyści dla firmy, korzyści dla klienta
- Warunki liczone „od dołu” i „od góry” – gdzie jest pułapka?
- Zarządzanie warunkami klientów

4. Zarządzanie warunkami klientów

- Suma warunków na kliencie - do czego jest potrzebna ta wiedza w firmie?
- Jak zarządzać warunkami na grupie klientów?
- Jak wyliczyć:
- Średnie warunki dla grupy klientów i do czego wykorzystać tę wiedzę?
- Marżę na projekcie, promocji, grupie produktów?
- O ile więcej muszę sprzedać, aby odrobić dodatkowy rabat promocyjny?
- Rentowność, ile muszę sprzedać, aby zarobić (próg rentowności)

5.Podstawowe elementy finansowe w relacjach handlowych

- Na czym zarabia klient, co będzie negocjował i dlaczego?
- Podstawowe argumenty finansowe w rozmowach klientem
- Termin płatności nic nie kosztuje?
- Jak skrócić termin płatności i poprawić wskaźnik DSO? – ważne elementy zapisów

6.Negocjacje kontraktów i zmiana warunków handlowych

- Jak zaplanować tzw. negocjacje roczne?

7.Walidacja (15min)

Celem walidacji jest potwierdzenie, że uczestnik szkolenia osiągnął zakładane efekty uczenia się.

Walidacja odbywa się w formie **testu teoretycznego** realizowanego na ostatnim etapie szkolenia. Test ma na celu weryfikację stopnia przyswojenia wiedzy przekazanej podczas zajęć oraz zrozumienia zasad i technik omawianych w poszczególnych modułach szkoleniowych.

Narzędziem walidacyjnym jest **test jednokrotnego wyboru**, udostępniany uczestnikom po zakończeniu szkolenia, realizowanego na platformie Zoom. Test odbywa się w obecności trenera prowadzącego lub wyznaczonej osoby odpowiedzialnej za weryfikację efektów uczenia się (z wykorzystaniem połączenia wideo). Warunkiem uzyskania pozytywnego wyniku walidacji jest udzielenie co najmniej 70% prawidłowych odpowiedzi. Za przygotowanie pytań do testu odpowiedzialny jest walidator, natomiast osoba prowadząca udostępnia uczestnikom test podczas szkolenia online. Testy po zakończeniu usługi są przekazywane i sprawdzane przez walidatora.

Czas przeznaczony na test: **15 minut**.

Przerwy oraz walidacja są wliczone w koszt usługi. Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

Szkolenie trwa 8 x 60 minut = 8 godz. zegarowych. Harmonogram szkolenia uwzględnia przerwy w łącznym wymiarze **jednej godziny** w trakcie dnia szkoleniowego.

Szkolenie adresowane jest do osób dorosłych-pracowników i menedżerów,którzy w swojej pracy są odpowiedzialni za kształtowanie,negocjowanie oraz rozlicz. warunków handlowych,a także zarządzanie rentownością współpracy z klientami.

Warunki organizacyjne dla przeprowadzenia usługi :

Szkolenie realizowane jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym.

Link do spotkania oraz dane dostępowe zostaną przesłane uczestnikom z odpowiednim wyprzedzeniem.

Maksymalna liczba uczestników grupy: 10 osób.

Szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym odbywa się w grupach liczących średnio od 3 do 5 osób, z podziałem na tzw. pokoje.

Warunki organizacyjne zostały **dotatkowo** opisane w sekcji Warunki uczestnictwa.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 1. Modele współpracy z klientami i rodzaje kontraktów handlowych	Małgorzata Warda	06-05-2026	08:30	09:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 10 2. Elementy ceny wpływające na finalną marżę, czyli jakie są rodzaje rabatów oraz kosztów współpracy z klientem i jak je kształtować?	Małgorzata Warda	06-05-2026	09:30	10:30	01:00
3 z 10 przerwa kawowa	Małgorzata Warda	06-05-2026	10:30	10:45	00:15
4 z 10 3. Struktura warunków	Małgorzata Warda	06-05-2026	10:45	12:30	01:45
5 z 10 przerwa obiadowa	Małgorzata Warda	06-05-2026	12:30	13:00	00:30
6 z 10 4. Zarządzanie warunkami klientów	Małgorzata Warda	06-05-2026	13:00	14:30	01:30
7 z 10 przerwa kawowa	Małgorzata Warda	06-05-2026	14:30	14:45	00:15
8 z 10 5. Podstawowe elementy finansowe w relacjach handlowych	Małgorzata Warda	06-05-2026	14:45	15:30	00:45
9 z 10 6. Negocjacje kontraktów i zmiana warunków handlowych	Małgorzata Warda	06-05-2026	15:30	16:15	00:45
10 z 10 Walidacja	-	06-05-2026	16:15	16:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 068,56 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 068,56 PLN
Koszt osobogodziny brutto	133,57 PLN
Koszt osobogodziny netto	133,57 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Małgorzata Warda

Posiada ponad 20 lat doświadczenia w zarządzaniu, sprzedaży i marketingu, które zdobywała pracując w korporacjach międzynarodowych jako m.in. Handlowiec, Key Account Manager, National Key Account Manager, Dyrektor Handlowy. Wynegocjowała ponad 2000 kontraktów handlowych, wprowadziła na rynek szereg znanych marek – m.in. system kapsułkowy Nescafé Dolce Gusto i naczynia do gotowania Tefal Ingenio. Obecnie prowadzi firmę doradczą i jako konsultant w zakresie strategii biznesowych wspiera zarówno duże korporacje jak i młode firmy w zakresie zarządzania, optymalizacji procesów i zwiększania rentowności prowadzonych działań handlowych. Obszary jej specjalizacji to przede wszystkim szkolenia z matematyki biznesowo-handlowej i negocjacji w oparciu o wartości matematyczne i aspekty finansowe, zarządzanie zmianą, zarządzanie zespołami, optymalizacja procesów biznesowych. Jest również certyfikowanym międzynarodowo mentorem biznesu w ramach European Mentoring & Coaching Council oraz wykładowcą MBA w szkołach biznesu. Jej artykuły o tematyce sprzedażowej i finansowej regularnie ukazują się w takich tytułach jak: Szef Sprzedaży, Puls Biznesu, Nowa Sprzedaż, As Sprzedaży Finanse i Controlling, Controlling i Rachunkowość Zarządcza. Posiada ponad 120h doświadczenia w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce w przeciągu ostatnich 24 miesięcy, liczone wstecz od rozpoczęcia szkolenia. W ciągu ostatnich 5lat licząc od daty usługi, prowadził szkolenia o tej samej oraz pokrewnej tem.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik z odpowiednim wyprzedzeniem otrzyma link do spotkania oraz identyfikator i kod dostępu. Zgodnie z wymaganiami, uczestnik szkolenia zobowiązany jest podać pełne imię i nazwisko podczas dołączania do szkolenia online. Hasło dostępu: Każda sesja Zoom powinna być zabezpieczona hasłem, które zostanie przekazane uczestnikom przed rozpoczęciem szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Ciche i dobrze oświetlone miejsce do udziału w szkoleniu. Miejsce, w którym uczestnik będzie uczestniczył w szkoleniu, powinno być dobrze oświetlone, aby zapewnić odpowiednią widoczność wideo. Zasilanie (pełna bateria lub dostęp do źródła prądu, aby uniknąć przerwania połączenia).

Test połączenia: Zaleca się przeprowadzenie krótkiej sesji testowej na dzień przed szkoleniem, aby upewnić się, że wszystkie urządzenia i oprogramowanie działają poprawnie.

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi tj. symulacje, case study, scenki treningowe, ćwiczenia grupowe i indywidualne, gry i filmy szkoleniowe, dyskusje, analizy doświadczeń uczestników, dzięki czemu zdobędą wiedzę oraz rozwiną umiejętności, postawy i zachowania.

Podczas szkolenia przewidziane są:

2 przerwy kawowe x 15 min

1 przerwa x 30 min

Przerwy oraz walidacja są wliczone w koszt usługi. Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

W przypadku finansowania ze środków publicznych w przynajmniej 70% - cena netto=brutto. Stawka vat zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt 29 podpunkt c), ustawy o vat.

Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

1) platforma/rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego będzie prowadzona usługa: zoom.us.

2) minimalne wymagania sprzętowe:

Głośniki i mikrofon – wbudowane lub zewnętrzne, Kamera internetowa – wbudowana lub zewnętrzna, Komputer wyposażony w co najmniej 2 GB pamięci RAM. Procesor: minimalny pojedynczy rdzeń 1 GHz lub wyższy, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub wyższy (Intel i3 / i5 / i7 lub odpowiednik AMD) System operacyjny jeden z wymienionych: macOS X z systemem macOS 10.7 lub nowszym, Windows 10 (uwaga: w przypadku urządzeń z systemem Windows 10 muszą one działać w systemie Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany), Windows 8 lub 8.1, Windows 7, Windows Vista z dodatkiem SP1 lub nowszym, Windows XP z dodatkiem SP3 lub nowszym, Ubuntu 12.04 lub wyższy, Mint17.1 lub wyższa, Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy, Oracle Linux 6.4 lub nowszy, CentOS 6.4 lub wyższy, Fedora 21 lub nowsza, OpenSUSE 13.2 lub wyższy, ArchLinux (tylko 64-bit).

3) minimalne wymagania dot. parametrów łącza sieciowego: Łącze o przepustowości pobierania i wysyłania danych o prędkości: 5 Mb/s.

4) niezbędne oprogramowanie umożliwiające dostęp do prezentowanych treści i materiałów: - Zoom Client for Meetings - wersja 4.6.10 (20041.0408) lub wyższa albo - przeglądarka internetowa: Dla Windows: IE 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+ Dla Mac: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+ Dla Linux: Firefox 27+, Chrome 30+

5) okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line: link do spotkania on-line jest ważny tylko w okresie trwania usługi (od momentu rozpoczęcia usługi do jej zakończenia).

Kontakt



Łukasz Furtak

E-mail biuro@smartsc.com.pl

Telefon (+48) 534 483 483