Możliwość dofinansowania

Aneta Protaziuk

4,9 / 5

215 ocen

Algorytmy sprzedaży i profesjonalnej obsługi klienta – skuteczne modele działania w kontakcie z klientem

Numer usługi 2026/01/19/125370/3268438

Wrzawy / stacjonarna

Usługa szkoleniowa

32 h

13.04.2026 do 16.04.2026

4 920,00 PLN brutto

4 000,00 PLN netto

153,75 PLN brutto/h

125,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa szkolenia obejmuje: • **L**iderów odpowiedzialnych za planowanie i wdrażanie strategii sprzedażowych, którzy zarządzają zespołami sprzedażowymi oraz monitorują efektywność działań handlowych. • **P**rofesjonalistów zajmujących się budowaniem i utrzymaniem długoterminowych relacji biznesowych, dla których kluczowe jest efektywne wykorzystanie narzędzi CRM oraz technik negocjacyjnych. • **E**kspertów odpowiedzialnych za zarządzanie procesami posprzedażowymi, podnoszenie satysfakcji klientów oraz wdrażanie procedur rozwiązywania problemów. • Pracowników operacyjnych, którzy bezpośrednio realizują sprzedaż produktów, wymagających aktualizacji kompetencji w zakresie nowoczesnych narzędzi analitycznych i personalizacji oferty.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	8
Data zakończenia rekrutacji	12-04-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	32
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego stosowania algorytmów sprzedaży i obsługi klienta, rozumianych jako uporządkowane, powtarzalne schematy działania w kontakcie z klientem. Uczestnicy nauczą się świadomie prowadzić rozmowę sprzedażową i obsługową, diagnozować potrzeby klienta, reagować na obiekcje oraz budować długofalowe relacje oparte na wartości i zaufaniu, z uwzględnieniem realiów współczesnego rynku i oczekiwań klientów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
opisuje etapy procesu sprzedaży i obsługi klienta oraz rolę algorytmów w ich realizacji.	wskazuje znaczenie algorytmów w pracy z klientem,	Test teoretyczny
wyjaśnia mechanizmy podejmowania decyzji przez klienta.	identyfikuje czynniki wpływające na decyzje zakupowe,	Analiza dowodów i deklaracji
charakteryzuje standardy profesjonalnej obsługi klienta.	rozumie wpływ obsługi na wizerunek firmy.	Analiza dowodów i deklaracji
stosuje algorytmy sprzedaży i obsługi klienta w rozmowie.	prowadzi rozmowę według ustalonego schematu,	Analiza dowodów i deklaracji
diagnozuje potrzeby klienta i prezentuje ofertę w języku korzyści.	dobiera argumenty do potrzeb klienta,	Test teoretyczny
radzi sobie z obiekcjami i trudnymi sytuacjami.	proponuje rozwiązania akceptowalne dla klienta.	Analiza dowodów i deklaracji
buduje relacje z klientami oparte na zaufaniu.	komunikuje się w sposób empatyczny,	Analiza dowodów i deklaracji
odpowiada za jakość kontaktu z klientem.	przejmuje odpowiedzialność za przebieg rozmowy,	Analiza dowodów i deklaracji
współpracuje z innymi w realizacji celów sprzedażowych.	działa zgodnie z ustaleniami zespołu,	Analiza dowodów i deklaracji

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

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego stosowania algorytmów sprzedaży i obsługi klienta, rozumianych jako uporządkowane, powtarzalne schematy działania w kontakcie z klientem. Uczestnicy nauczą się świadomie prowadzić rozmowę sprzedażową i obsługową, diagnozować potrzeby klienta, reagować na obiekcje oraz budować długofalowe relacje oparte na wartości i zaufaniu, z uwzględnieniem realiów współczesnego rynku i oczekiwań klientów.

Grupa docelowa szkolenia obejmuje:

- Liderów odpowiedzialnych za planowanie i wdrażanie strategii sprzedażowych, którzy zarządzają zespołami sprzedażowymi oraz monitorują efektywność działań handlowych.
- Profesjonalistów zajmujących się budowaniem i utrzymaniem długoterminowych relacji biznesowych, dla których kluczowe jest efektywne wykorzystanie narzędzi CRM oraz technik negocjacyjnych.
- Ekspertów odpowiedzialnych za zarządzanie procesami posprzedażowymi, podnoszenie satysfakcji klientów oraz wdrażanie procedur rozwiązywania problemów.
- Pracowników operacyjnych, którzy bezpośrednio realizują sprzedaż produktów, wymagających aktualizacji kompetencji w zakresie nowoczesnych narzędzi analitycznych i personalizacji oferty.

Dzień I

1. Sprzedaż i obsługa klienta jako proces biznesowy

- Rola sprzedaży i obsługi klienta w strategii firmy i budowaniu przewagi konkurencyjnej
- Różnice między sprzedażą transakcyjną a relacyjną
- Obsługa klienta jako element doświadczenia klienta (Customer Experience)

2. Algorytm jako narzędzie pracy z klientem

- Czym jest algorytm sprzedaży i obsługi klienta
- Logika krok po kroku – dlaczego uporządkowane schematy zwiększają skuteczność
- Granice algorytmu – elastyczność vs. sztywne schematy

3. Proces decyzyjny klienta

- Jak klienci podejmują decyzje – emocje, potrzeby, racjonalizacja
- Potrzeby jawne i ukryte – znaczenie właściwej interpretacji
- Rola pierwszego kontaktu w dalszym przebiegu relacji

4. Standard obsługi klienta

- Elementy profesjonalnego standardu obsługi
- Spójność komunikacji w organizacji
- Postawa pracownika a odbiór firmy przez klienta

5. Etapy rozmowy sprzedażowej i obsługowej

- Otwarcie rozmowy – budowanie zaufania i komfortu klienta
- Struktura rozmowy jako algorytm działania
- Najczęstsze błędy popełniane na etapie pierwszego kontaktu

Dzień II

1. Diagnoza potrzeb klienta

- Znaczenie diagnozy w procesie sprzedaży
- Algorytmy zadawania pytań – pytania otwarte, pogłębiające, precyzujące
- Aktywne słuchanie i parafraza jako narzędzia sprzedażowe

2. Typologie klientów i dopasowanie komunikacji

- Różne style decyzyjne klientów
- Jak dostosować sposób rozmowy do typu klienta
- Elastyczność komunikacyjna w praktyce

3. Język korzyści i komunikacja wartości

- Różnica między cechą a korzyścią
- Budowanie wartości oferty z perspektywy klienta
- Algorytm prezentowania oferty krok po kroku

4. Praca z obiekcjami

- Czym są obiekcje i dlaczego się pojawiają
- Najczęstsze obiekcje klientów
- Schematy reakcji na obiekcje – algorytmy odpowiedzi

5. Trudne pytania i wątpliwości klienta

- Jak reagować bez presji i obronności
- Przekształcanie obiekcji w argumenty sprzedażowe
- Zachowanie profesjonalizmu w sytuacjach napięcia

Dzień III

1. Trudne sytuacje w obsłudze klienta

- Kim jest „trudny klient" i jak go rozpoznać
- Emocje klienta a emocje pracownika
- Algorytmy reagowania w sytuacjach konfliktowych

2. Reklamacje i sytuacje problemowe

- Reklamacja jako element procesu obsługi
- Struktura rozmowy reklamacyjnej
- Oddzielenie problemu od relacji z klientem

3. Asertywność i granice w obsłudze klienta

- Różnica między uległością a profesjonalizmem
- Jak stawiać granice, nie tracąc relacji
- Algorytmy komunikacji asertywnej

4. Budowanie relacji długofalowych

- Obsługa klienta po sprzedaży
- Lojalność klienta i jej znaczenie dla firmy
- Algorytmy podtrzymywania relacji

5. Praca z emocjami w kontakcie z klientem

- Regulacja emocji własnych
- Radzenie sobie ze stresem i presją
- Profesjonalna postawa w trudnych warunkach

Dzień IV

1. Standaryzacja algorytmów sprzedaży i obsługi klienta

- Po co standaryzować działania
- Algorytm jako element jakości obsługi

- Rola standardów w pracy zespołowej

2. Tworzenie własnych algorytmów

- Dostosowanie schematów do branży i stanowiska
- Identyfikacja kluczowych punktów procesu
- Upraszczanie działań bez utraty jakości

3. Monitorowanie skuteczności

- Jak mierzyć efektywność sprzedaży i obsługi klienta
- Wskaźniki jakości i satysfakcji klienta
- Informacja zwrotna jako narzędzie rozwoju

4. Samodzielność pracownika a spójność zespołu

- Odpowiedzialność za jakość kontaktu z klientem
- Rola współpracy w zespole
- Algorytmy jako wsparcie, nie ograniczenie

5. Plan wdrożeniowy

- Przeniesienie wiedzy do codziennej praktyki
- Identyfikacja obszarów do poprawy
- Indywidualne i zespołowe działania wdrożeniowe

6. Podsumowanie i walidacja

- Omówienie zdobytych kompetencji
- Refleksja nad zmianą sposobu pracy z klientem

Walidacja efektów

Informacje dodatkowe

Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat o ukończeniu usługi.

Warunkiem uzyskania certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć **oraz pozytywny wynik z formy walidacji w postaci testu teoretycznego**

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 60 minut

Fakt uczestnictwa w każdym dniu usługi rozwojowej musi zostać potwierdzony przez uczestnika własnoręcznym podpisem złożonym na udostępnionej przez organizatora liście obecności

Walidacja wlicza się w czas trwania usługi

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i **odpowiednio wydłuża zajęcia**. Przerwy nie są wpisane w harmonogram szkolenia i nie stanowią kosztów kwalifikowalnych.

Szkolenie zawiera 10h teorii i 22h praktyki

Warunki organizacyjne:

Nowoczesny sprzęt audiowizualny,

Ergonomiczne wyposażenie sali: Dostęp do stołów ustawionych w układzie sprzyjającym pracy zespołowej oraz wygodnych krzeseł zapewniających komfort podczas dłuższych sesji.

W sali szkoleniowej będą dostępne długopisy, ołówki, notatniki oraz flipcharty. Flipcharty z zestawami markerów zostaną przeznaczone do wspólnej pracy grupowej, co ułatwi wizualizację pomysłów, tworzenie notatek w czasie rzeczywistym oraz angażowanie uczestników w praktyczne ćwiczenia.

Materiały szkoleniowe zostaną dostarczone zarówno w wersji papierowej, jak i cyfrowej, a na sali będą dostępne przybory piśmiennicze oraz flipcharty do wspólnej pracy.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Sprzedaż i obsługa klienta jako proces biznesowy	Radosław Protaziuk	13-04-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 25 Algorytm jako narzędzie pracy z klientem	Radosław Protaziuk	13-04-2026	10:30	12:00	01:30
3 z 25 Przerwa	Radosław Protaziuk	13-04-2026	12:00	12:15	00:15
4 z 25 Proces decyzyjny klienta	Radosław Protaziuk	13-04-2026	12:15	13:45	01:30
5 z 25 Standard obsługi klienta	Radosław Protaziuk	13-04-2026	13:45	15:15	01:30
6 z 25 Etapy rozmowy sprzedażowej i obsługowej	Radosław Protaziuk	13-04-2026	15:15	17:00	01:45
7 z 25 Diagnoza potrzeb klienta	Radosław Protaziuk	14-04-2026	09:00	10:30	01:30
8 z 25 Typologie klientów i dopasowanie komunikacji	Radosław Protaziuk	14-04-2026	10:30	12:00	01:30
9 z 25 Przerwa	Radosław Protaziuk	14-04-2026	12:00	12:15	00:15
10 z 25 Język korzyści i komunikacja wartości	Radosław Protaziuk	14-04-2026	12:15	13:45	01:30
11 z 25 Praca z obiekcjami	Radosław Protaziuk	14-04-2026	13:45	15:15	01:30
12 z 25 Trudne pytania i wątpliwości klienta	Radosław Protaziuk	14-04-2026	15:15	17:00	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 25 Trudne sytuacje w obsłudze klienta	Radosław Protaziuk	15-04-2026	09:00	10:30	01:30
14 z 25 Reklamacje i sytuacje problemowe	Radosław Protaziuk	15-04-2026	10:30	12:00	01:30
15 z 25 Przerwa	Radosław Protaziuk	15-04-2026	12:00	12:15	00:15
16 z 25 Asertywność i granice w obsłudze klienta	Radosław Protaziuk	15-04-2026	12:15	13:45	01:30
17 z 25 Budowanie relacji długofalowych	Radosław Protaziuk	15-04-2026	13:45	15:15	01:30
18 z 25 Praca z emocjami w kontakcie z klientem	Radosław Protaziuk	15-04-2026	15:15	17:00	01:45
19 z 25 Standaryzacja algorytmów sprzedaży i obsługi klienta	Radosław Protaziuk	16-04-2026	09:00	10:30	01:30
20 z 25 Tworzenie własnych algorytmów	Radosław Protaziuk	16-04-2026	10:30	12:00	01:30
21 z 25 Przerwa	Radosław Protaziuk	16-04-2026	12:00	12:15	00:15
22 z 25 Monitorowanie skuteczności	Radosław Protaziuk	16-04-2026	12:15	13:45	01:30
23 z 25 Samodzielność pracownika a spójność zespołu	Radosław Protaziuk	16-04-2026	13:45	15:15	01:30
24 z 25 Plan wdrożeniowy	Radosław Protaziuk	16-04-2026	15:15	16:30	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 25 Walidacja	-	16-04-2026	16:30	17:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 920,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	153,75 PLN
Koszt osobogodziny netto	125,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

Radosław Protaziuk

Konsultant Progress Project pełni rolę interim managera, mentora oraz eksperta w dziedzinie zarządzania i komunikacji. Prowadzi doradztwo strategiczne w zakresie budowania i zarządzania zespołem, skutecznie wdrażając nowoczesne metody pracy. Aktywnie zarządza procesami sprzedażowymi oraz trade marketingiem, wykorzystując swoje 18-letnie doświadczenie. Prowadzi warsztaty, które rozwijają umiejętności transparentnej komunikacji, zarządzania zespołem oraz standaryzacji procesów sprzedażowych. Jako mentor, pracuje bezpośrednio z managerami, implementując oczekiwane kompetencje oraz mierzalny wzrost jakości działań. Przekazuje wartości, które inspirują uczestników szkoleń, doradztw i coachingów do wprowadzania innowacyjnych rozwiązań. Od 2010 roku pełni funkcję lidera i trenera wewnętrznego w dużej firmie produkcyjnej, a od 2011 roku wspiera KAM/KAS poprzez szkolenia i mentoring. Od 2013 roku rozwija się jako trener i doradca biznesu, integrując teoretyczną wiedzę z praktycznymi narzędziami. Absolwent zarządzania i marketingu z Wyższej Szkoły Managerskiej SiG w Warszawie, uzupełnia swoje kompetencje studiami z zakresu psychologii przedsiębiorczości i zarządzania.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt szkoleniowy

Adres

Wrzawy 22
39-432 Wrzawy
woj. podkarpackie

Kontakt

Radosław Protaziuk

E-mail r.protaziuk@pwpc.pl
Telefon (+48) 695 669 077