



WORKING
PROGRESS SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

Szacowanie Wartości Produktów metodą Krzywej Wartości

Numer usługi 2026/01/19/201255/3269044

553,50 PLN brutto
450,00 PLN netto
138,38 PLN brutto/h
112,50 PLN netto/h

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 4 h

📅 12.02.2026 do 12.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest skierowane do • Właściciele i zarządy małych i średnich przedsiębiorstw działających na rynku konsumenckim, • dyrektorzy finansowi, menedżerowie sprzedaży i produktu odpowiedzialni za decyzje cenowe. • Osoby odpowiedzialne za ustalanie cen, które chcą zastąpić intuicyjne metody pricingowe profesjonalnym podejściem. Sektor: Mikro, Małe i Średnie Przedsiębiorstwa (MŚP) z różnych branż (usługi, handel, produkcja).
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	06-02-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	4
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 szkoleniowa przygotowuje do samodzielnego określania wartości produktów z perspektywy klienta. Osoba uczestnicząca nauczy się identyfikować kluczowe cechy wpływające na postrzeganą wartość, budować krzywą wartości oraz wykorzystywać narzędzie do szacowania cen opartych na wartości. Celem szkolenia jest zdobycie wiedzy i umiejętności pozwalających na świadome ustalanie cen odzwierciedlających rzeczywistą wartość dla klienta (value-based pricing). Usługa jest dostosowana do realiów MŚP.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Rozróżnia i definiuje pojęcia wartości obiektywnej i postrzeganej oraz rozumie ich wpływ na decyzje cenowe.	Poprawnie wymienia min. 4 kategorie cech produktu wpływających na postrzeganą wartość (np. funkcjonalne, emocjonalne, społeczne, ekonomiczne, jakościowe).	Test teoretyczny
	Opisuje metodę krzywej wartości i jej zastosowanie w analizie konkurencyjnej.	Test teoretyczny
	Definiuje pojęcia: krzywa wartości, generator wartości (value driver), skłonność do zapłaty (willingness to pay (WTP)), wycena oparta na wartości (value-based pricing), porównywanie (benchmarking) dostarczanej wartości.	Test teoretyczny
UMIEJĘTNOŚCI: Przeprowadza analizę wartości produktów i formułuje rekomendacje cenowe oparte na wartości.	Tworzy krzywą wartości dla min. 3 produktów własnych vs. konkurencji, poprawnie identyfikując kluczowe generatory wartości.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykorzystuje narzędzie do obliczenia szacunkowej wartości produktu.	Wywiad swobodny
	Proponuje co najmniej 2 zmiany cen na podstawie analizy wartości z uzasadnieniem.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Na podstawie studium przypadku oblicza i wskazuje cenę optymalną wynikającą z analizy wartości.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Opracowuje plan działań w obszarze wyceny opartej na wartości dla wybranego segmentu produktów.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Formułuje i uzasadnia w sposób merytoryczny potrzebę wyceny opartej na wartości w organizacji.	Podczas dyskusji przedstawia swoją analizę wartości, odwołując się do perspektywy klienta i przewag konkurencyjnych.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Konstruktywnie odpowiada na co najmniej jedno trudne pytanie kwestionujące proponowaną wycenę wartościową, wykorzystując argumenty z zakresu analizy wartości.	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

Szkolenie prowadzone jest w małej grupie.

Osoba uczestnicząca w szkoleniu nie musi posiadać doświadczenia, gdyż prowadzący przekaże całą niezbędną wiedzę na szkoleniu.

Szkolenie będzie zawierało około 30% czasu zajęć teoretycznych oraz 70% czasu zajęć praktycznych.

Szkolenie prowadzone jest w godzinach zegarowych, przerwy oraz walidacja jest wliczona w czas usługi szkoleniowej.

BLOK 1 (90 minut)

- Wprowadzenie do wartości produktu – wartość obiektywna vs. postrzegana.
- Kategorie cech wpływających na wartość (funkcjonalne, emocjonalne, społeczne).
- Metodyka krzywej wartości – teoria i przykłady.
- Identyfikacja value drivers dla różnych kategorii produktów.

- Warsztat: gra symulacyjna pokazująca wpływ różnych cech na decyzje zakupowe klientów.

PRZERWA (15 minut)

BLOK 2 (90 minut)

- Praca na rzeczywistym przypadku – budowa krzywej wartości dla produktów firmy uczestnika.
- Warsztat: użycie narzędzia do szacowania wartości i rekomendacji cenowych.

Walidacja: 45 minut

- Test wiedzy
- Zadania praktyczne
- Obrona rekomendacji

Całość czasowa usługi to 4h

Start szkolenia o godzinie 10:00

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 4

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 BLOK 1	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	12-02-2026	10:00	11:30	01:30
2 z 4 PRZERWA	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	12-02-2026	11:30	11:45	00:15
3 z 4 BLOK 2	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	12-02-2026	11:45	13:15	01:30
4 z 4 WALIDACJA	-	12-02-2026	13:15	14:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	553,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	450,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

138,38 PLN

Koszt osobogodziny netto

112,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI

Ekspert ds. zarządzania ceną i ofertą Praktyk z 18-letnim doświadczeniem w budowaniu i optymalizacji modeli przychodowych dla MŚP oraz korporacji. Przez 16 lat zarządzał zespołami w strukturach macierzowych, wdrażając strategię marketing-mix dla zróżnicowanych portfeli produktów i usług. Specjalizacja:

- Pricing i zarządzanie ofertą – projektowanie architektury cenowej, polityk rabatowych i strategii pozycjonowania wartości
- Transformacja modeli biznesowych – przeprowadzenie ponad 100 projektów dla 20+ organizacji z różnych branż
- Zwinne zarządzanie – 10 lat praktyki w metodach Agile (Scrum, Kanban) w środowiskach korporacyjnych i MŚP

Podejście:

Łączy myślenie systemowe z praktycznym wdrożeniem. Koncentruje się na tym, jak decyzje cenowe i ofertowe przekładają się na wynik finansowy firmy.

Aktualność wiedzy:

Trener posiada aktualną wiedzę merytoryczną i rynkową, zdobytą w ciągu ostatnich 5 lat. Wynika ona z ciągłej aktywności na rynku usług komercyjnych, stałej współpracy z przedsiębiorstwami przy projektach transformacyjnych oraz bieżącej aktualizacji kompetencji w zakresie najnowszych trendów w marketingu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Analiza problemu (obserwacje, wnioski, rekomendacje), podręcznik szkolenia, gra symulująca decyzje zakupowe w kontekście wartości, narzędzie do szacowania wartości produktów

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, gdy finansowanie pochodzi co najmniej w 70% ze środków publicznych.

Podstawa prawna: § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 955 z późn. zm.).

Warunki techniczne

Stabilne połączenie internetowe min. 10 Mbps, kamera i mikrofon, przeglądarka z obsługą platformy szkoleniowej (Chrome, Firefox, Edge).

Kontakt



ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI

E-mail zwierzcholowski@gmail.com

Telefon (+48) 796 563 943