



APS Piotr Olgierd
Sułkowski

★★★★★ 5,0 / 5

7 295 ocen

Szkolenie: Przekonywanie, pozytywna perswazja i wywieranie wpływu w procesie sprzedaży

Numer usługi 2026/01/26/36960/3282792

📍 Mielec / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 18.04.2026 do 19.04.2026

3 660,00 PLN brutto

3 660,00 PLN netto

183,00 PLN brutto/h

183,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, które w ramach wykonywanych obowiązków zawodowych **uczestniczą w procesach sprzedażowych, negocjacyjnych lub ofertowych** oraz prowadzą rozmowy mające na celu przekonanie klienta do podjęcia decyzji zakupowej.

Adresatami szkolenia są w szczególności:

- pracownicy działów sprzedaży i handlu,
- przedstawiciele handlowi i doradcy klienta,
- osoby prowadzące rozmowy sprzedażowe lub ofertowe,
- osoby odpowiedzialne za prezentowanie oferty i argumentowanie jej wartości,
- osoby, które chcą uporządkować i rozwinąć umiejętności przekonywania w procesie sprzedaży.

Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób rozpoczynających pracę w obszarze sprzedaży, jak i dla osób posiadających doświadczenie zawodowe, które chcą doskonalić sposób argumentowania, wywierania wpływu i prowadzenia rozmów handlowych.

Udział w szkoleniu nie wymaga wcześniejszego specjalistycznego przygotowania.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

17-04-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

20

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do świadomego i etycznego stosowania technik przekonywania oraz wywierania wpływu w procesie sprzedaży. Szkolenie przygotowuje do doboru argumentów sprzedażowych, wykorzystywania mechanizmów perswazji, prowadzenia rozmów handlowych z uwzględnieniem motywacji klienta oraz reagowania na postawy i decyzje klienta w trakcie procesu sprzedażowego.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozróżnia pojęcia perswazji, wywierania wpływu i manipulacji oraz identyfikuje ich zastosowanie w procesie sprzedaży.	poprawnie definiuje pojęcia perswazji, wywierania wpływu i manipulacji,	Test teoretyczny
	wskazuje różnice między etycznym a nieetycznym wpływem w sprzedaży	Test teoretyczny
Uczestnik rozpoznaje mechanizmy wywierania wpływu wykorzystywane w procesie sprzedaży.	identyfikuje reguły wywierania wpływu opisane w modelu Roberta Cialdiniego	Test teoretyczny
	wskazuje przykłady ich zastosowania w rozmowie sprzedażowej	Test teoretyczny
Uczestnik dobiera argumenty sprzedażowe adekwatne do postawy i motywacji klienta	formułuje argumenty odpowiadające potrzebom i oczekiwaniom klienta	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	modyfikuje sposób argumentowania w zależności od reakcji klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik stosuje techniki perswazji i wywierania wpływu w rozmowie sprzedażowej	wykorzystuje wybrane techniki perswazji w symulowanej rozmowie sprzedażowej,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	prowadzi rozmowę sprzedażową zgodnie z zasadami etycznego wpływu	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik reaguje na wątpliwości i opór klienta w trakcie procesu sprzedaży.	rozpoznaje sygnały oporu lub niezdecydowania klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera odpowiednie techniki wpływu do sytuacji sprzedażowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik uwzględnia odpowiedzialność i etykę w stosowaniu technik perswazji w sprzedaży	stosuje zasady etycznego wpływu w symulowanych sytuacjach sprzedażowych,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przyjmuje informację zwrotną i koryguje swoje działania	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

Usługa realizowana jest w formie zajęć stacjonarnych i obejmuje część teoretyczną oraz praktyczną. Program ukierunkowany jest na rozwój umiejętności związanych ze **stosowaniem technik przekonywania, pozytywnej perswazji oraz wywierania wpływu w procesie sprzedaży**, z zachowaniem zasad etycznych.

Dzień 1 – Podstawy perswazji i wywierania wpływu w sprzedaży

- Wprowadzenie do zagadnień perswazji, wywierania wpływu i manipulacji
- Różnice między etycznym wpływem a manipulacją w sprzedaży
- Znaczenie nastawienia i postawy sprzedawcy w procesie przekonywania
- Mechanizmy wpływu wykorzystywane w rozmowach sprzedażowych
- Wzmocnienia językowe i argumentacyjne w procesie sprzedaży
- Techniki perswazji stosowane w rozmowie z klientem
- Wykorzystanie motywacji wewnętrznej klienta w procesie sprzedaży

Dzień 2 – Reguły wpływu i ich zastosowanie w rozmowie sprzedażowej

- Reguły wywierania wpływu w sprzedaży
- Zastosowanie reguł wpływu w procesie argumentowania oferty
- Dobór argumentów sprzedażowych do postawy i decyzji klienta
- Reagowanie na wątpliwości i opór klienta w procesie sprzedaży
- Etyczne stosowanie technik perswazji w rozmowie handlowej

- Zastosowanie technik wywierania wpływu w symulowanych sytuacjach sprzedażowych
- Podsumowanie szkolenia i walidacja efektów uczenia się

Warunki organizacyjne

Szkolenie realizowane jest w grupach liczących minimum 4 osoby.

Łączny czas trwania szkolenia wynosi **20 godzin dydaktycznych**, w tym **8 godzin części teoretycznej oraz 12 godzin części praktycznej**. Stopień trudności zadań i ćwiczeń wzrasta stopniowo i jest dostosowany do możliwości uczestników. Przewidziana jest praca w grupie oraz w podziale na mniejsze zespoły.

Uczestnikom przysługuje co najmniej jedna przerwa trwająca minimum 15 minut w każdym dniu szkoleniowym trwającym dłużej niż 4 godziny. Przerwy wliczają się w czas trwania usługi.

Jedna godzina rozliczeniowa odpowiada **45 minutom dydaktycznym**.

Walidacja i zaświadczenie

Walidacja efektów uczenia się odbywa się w końcowej części szkolenia i obejmuje:

- test teoretyczny sprawdzający wiedzę po części teoretycznej, przeprowadzany przez osobę niezależną od trenera prowadzącego szkolenie (rozdzielność procesów kształcenia i walidacji),
- obserwację uczestników w warunkach symulowanych.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia o ukończeniu usługi jest uczestnictwo w co najmniej **80% zajęć** oraz zaliczenie walidacji końcowej.

Adresaci szkolenia

Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, które w ramach wykonywanych obowiązków zawodowych **uczestniczą w procesach sprzedażowych, ofertowych lub negocjacyjnych** oraz prowadzą rozmowy mające na celu przekonanie klienta do podjęcia decyzji zakupowej.

Adresatami szkolenia są w szczególności:

- pracownicy działów sprzedaży i handlu,
- przedstawiciele handlowi i doradcy sprzedaży,
- osoby prowadzące rozmowy handlowe, ofertowe lub negocjacyjne,
- osoby odpowiedzialne za prezentowanie oferty i argumentowanie jej wartości,
- osoby, które chcą uporządkować i rozwinąć umiejętności przekonywania i wywierania wpływu w sprzedaży.

Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób rozpoczynających pracę w obszarze sprzedaży, jak i dla osób posiadających doświadczenie zawodowe, które chcą doskonalić sposób argumentowania, prowadzenia rozmów sprzedażowych oraz reagowania na postawy i decyzje klientów.

Udział w szkoleniu nie wymaga wcześniejszego specjalistycznego przygotowania.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Wprowadzenie do zagadnień perswazji, wywierania wpływu i manipulacji	Paweł Pakuła	18-04-2026	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 16 Różnice między etycznym wpływem a manipulacją w sprzedaży	Paweł Pakuła	18-04-2026	10:00	11:00	01:00
3 z 16 Znaczenie nastawienia i postawy sprzedawcy w procesie przekonywania	Paweł Pakuła	18-04-2026	11:00	12:00	01:00
4 z 16 Mechanizmy wpływu wykorzystywane w rozmowach sprzedażowych	Paweł Pakuła	18-04-2026	12:00	13:00	01:00
5 z 16 PRzerwa	Paweł Pakuła	18-04-2026	13:00	13:15	00:15
6 z 16 Wzmocnienia językowe i argumentacyjne w procesie sprzedaży	Paweł Pakuła	18-04-2026	13:15	15:00	01:45
7 z 16 Techniki perswazji stosowane w rozmowie z klientem	Paweł Pakuła	18-04-2026	15:00	16:00	01:00
8 z 16 Wykorzystanie motywacji wewnętrznej klienta w procesie sprzedaży	Paweł Pakuła	18-04-2026	16:00	17:00	01:00
9 z 16 Reguły wywierania wpływu w sprzedaży	Paweł Pakuła	19-04-2026	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 16 Zastosowanie reguł wpływu w procesie argumentowania oferty	Paweł Pakuła	19-04-2026	10:00	11:00	01:00
11 z 16 Dobór argumentów sprzedażowych do postawy i decyzji klienta	Paweł Pakuła	19-04-2026	11:00	12:00	01:00
12 z 16 Reagowanie na wątpliwości i opór klienta w procesie sprzedaży	Paweł Pakuła	19-04-2026	12:00	13:00	01:00
13 z 16 Przerwa	Paweł Pakuła	19-04-2026	13:00	13:15	00:15
14 z 16 Etyczne stosowanie technik perswazji w rozmowie handlowej	Paweł Pakuła	19-04-2026	13:15	14:00	00:45
15 z 16 Zastosowanie technik wywierania wpływu w symulowanych sytuacjach sprzedażowych	Paweł Pakuła	19-04-2026	14:00	15:30	01:30
16 z 16 Walidacja (test i obserwacja w warunkach symulowanych)	-	19-04-2026	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 660,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 660,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	183,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	183,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Paweł Pakuła

Trener umiejętności psychospołecznych i coach, związany ze szkoleniami od 2007 roku. Specjalizuje się w obszarach takich jak sprzedaż, komunikacja, przywództwo, zarządzanie zespołem, i wywieranie wpływu. Doświadczenie zdobył pracując przez 10 lat dla amerykańskiej firmy Nike - tworząc i dopasowując standardy sprzedaży do bieżącej specyfiki zachowań i postaw Klientów w Polsce.

Przez blisko 3 lata pracował dla VRG. SA. – doskonaląc standardy obsługi i strategię sprzedaży dla salonów Vistuli, Wólczanki oraz Bytomia. Prócz podnoszenia wskaźników sprzedaży, odpowiedzialny był za szkolenie menedżerów i kierowników regionalnych. Od 2020 roku związany z firmą szkoleniową Nowe Motywacje. Realizował projekty z zakresu, szeroko rozumianej komunikacji, sprzedaży i zarządzania.

Prowadzi szkolenia na sali i w formacie zdalnym potrafiąc utrzymać uwagę i zaangażowanie uczestników nawet podczas 8h warsztatu (zrealizował ponad 120 szkoleń i webinarów w formacie zdalnym)

Klienci cenią go za energię, wiedzę, realne podejście i osadzanie rozwiązań w kontekście codziennej pracy. W ankietach uczestnicy szkoleń, zwracają uwagę również na jego autentyczność oraz umiejętność zaciekawienia i zaangażowania w dyskusję i wspólne ćwiczenia.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnikom zostana przekazane materiały dydaktyczne w postaci prezentacji powerpoint, materiały przygotowane przez trenera, ankiety, testy.

Materiały zgodne ze standardem WCAG 2.1.

Informacje dodatkowe

Zwolnienie z VAT na podstawie § 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 (tekst jednolity Dz.U. z 2020r., poz. 1983)

Organizator zapewnia dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami podczas realizacji usług rozwojowych zgodnie z Ustawą z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U. 2022 poz. 2240) oraz „Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027”.

W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień prosimy o kontakt pod numerem 500 026 554 lub mailem na psulkowski@gmail.com przed zapisem na usługę!

Adres

ul. Rzeczna 8
39-300 Mielec
woj. podkarpackie

Kontakt



Mariusz Zygmunt

E-mail mzygmunt@poczta.onet.eu

Telefon (+48) 602 528 810