



Szkolenie "KLINIKA INNOWACYJNEJ SPRZEDAŻY SANDLERA®

Numer usługi 2026/01/29/26255/3294740

14 145,00 PLN brutto

11 500,00 PLN netto

176,81 PLN brutto/h

143,75 PLN netto/h

Sandler Training
Polska Sp. z o.o.

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

★★★★★ 4,7 / 5

🕒 80 h

1 289 ocen

📅 11.02.2026 do 15.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Dla Handlowców

Których codzienna praca opiera się na kontakcie z klientami, ale mają wrażenie, że utarte schematy przestają działać. Rynek zmienia się dynamicznie, a klienci coraz częściej unikają standardowych rozmów sprzedażowych. Szkolenie pomoże przełamać rutynę i podejść do sprzedaży w zupełnie nowy sposób.

Dla Menedżerów sprzedaży

Którzy zarządzają zespołem handlowców i wiedzą, jak trudne jest utrzymanie wysokiej motywacji, skuteczności i wyników w szybko zmieniającym się środowisku. Klinika Innowacyjnej Sprzedaży Sandlera pokaże, jak usprawnić procesy sprzedażowe i stworzyć zespół, który osiąga sukcesy na każdym etapie pracy z klientem.

Dla Właścicieli firm

Którzy wiedzą, jak kluczowa jest skuteczna sprzedaż. Jednak utrzymanie przewagi w obliczu rosnącej konkurencji i zmieniających się oczekiwań klientów może być wyzwaniem. Szkolenie pomoże zbudować strategię sprzedaży, która przełoży się na realne wyniki i rozwój firmy.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

14

Data zakończenia rekrutacji

08-02-2026

Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	80
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie prowadzi do rozwoju kompetencji w zakresie budowania relacji z Klientem w niestandardowy sposób, w oparciu o komunikację wprost, wywierania wpływu na innych ludzi bez przeciągania liny, a także wykorzystywania siedmiu etapów „nowego” systemu sprzedaży w rozmowie handlowej opartego na modelu Sandler Selling System®.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady Systemu Sprzedaży Sandlera	określa siedem etapów „nowego” systemu sprzedaży w rozmowie handlowej	Test teoretyczny
	wskazuje różnice w sposobach i technikach sprzedaży	Test teoretyczny
Wskazuje najważniejsze pułapki i zagrożenia relacji handlowej	charakteryzuje psychologiczne gry klientów w procesie współpracy	Test teoretyczny
	wskazuje techniki sprzedaży SSS	Test teoretyczny
Identyfikuje założenia narzędzia diagnostycznego Extended DISC.	definiuje kim jest jego klient w kontekście rozpoznania jego typu osobowości	Test teoretyczny
	charakteryzuje sztukę dostrojenia do klienta	Wywiad swobodny
Skutecznie buduje relacje, eliminując utarte schematy.	opisuje techniki parafrazy, klaryfikacji i parafrazy kierunkowej	Test teoretyczny
	wskazuje elementy techniki dowartościowania i odwartościowania	Test teoretyczny
	stosuje „Historie z drugiej ręki	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zadaje pytania w odpowiednim kierunku i we właściwym celu, aby utrzymać kontrolę nad spotkaniem z klientem	wskazuje elementy „Techniki Wprost”	Test teoretyczny
	charakteryzuje taktyki zadawania pytań, a także związane z nimi trzy kierunki odwracania oraz „Techniki odraczania”	Test teoretyczny
Wywiera wpływ na klienta, aby ten otwierał się na jego argumentację i stosował się do ustaleń odnoszących się do przebiegu spotkania	opisuje „Strategię Negatywnego Odwracania” „Prawo do NIE”,	Test teoretyczny
	wskazuje elementy kontraktowania ustaleń z klientami i zabezpieczanie uzgodnień.	Test teoretyczny
Wprowadza trój etapowy proces kwalifikacji prospekta, aby ten stał się pełnoprawnym klientem	charakteryzuje ideę bólu jako najsilniejszego motywatora przy sprzedaży i zakupie nieruchomości	Test teoretyczny
	wyjaśnia strategię zadawania pytań podczas rozmowy	Test teoretyczny
Ocenia i pozytywnie wykorzystuje techniki służące do weryfikacji budżetu, jaki klient kupujący przeznaczą na zakup nieruchomości, jak również do poznania oczekiwań sprzedającego przed rozpoczęciem procesu sprzedaży	wskazuje techniki zadawania pytań o budżet lub oczekiwania finansowe przy zakupie lub sprzedaży nieruchomości	Test teoretyczny
Inicjuje proces decyzyjny osób zaangażowanych w sprzedaż/zakup Prezentuje w odniesieniu do potrzeb oraz bólu klienta, a także zamyka sprzedaż	identyfikuje proces decyzyjny m.in. poprzez odpowiednie zadawanie pytań i kwalifikację bez narażenia na szwank relacji z rozmówcami	Test teoretyczny
	wskazuje rozwiązanie/ofertę jako „lekarstwo przeciwbólowe” dla klienta przy pomocy bólu tj. z wykorzystaniem technik „B-C Z-U”;	Test teoretyczny
	wskazuje elementy budowania własnego wizerunku w oparciu o tzw. „30-sekundową bolesną reklamę”.	Test teoretyczny

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

Program usługi to w praktyce **czteromiesięczny trening sprzedażowy**, ułożony w proces, w którym pomiędzy sesjami przewidziane są odstępy, podczas których uczestnicy wykonywać będą zadania wdrożeniowe. Przez cały proces uczestnikom towarzyszyć będzie aplikacja Improver, która nie pozwoli zapomnieć o poruszanych zagadnieniach podczas sesji szkoleniowej. Będzie też wymuszać aktywności, które pozwolą uczestnikom trwale wdrożyć metodykę Sandlera do działań, zmienić nastawienie na trwałą zmianę postaw, umiejętności i nawyków sprzedażowych.

Program oparty jest na modelu „Sandler Selling System” (wdrażanych wyłącznie w autoryzowanych biurach Sandler Training na świecie)

RAMOWY PROGRAM USŁUGI:

- Złam schemat budowania relacji
- Kontraktowanie "up-front"
- Ból, budżet, decyzja, kwalifikacja Klienta
- Prezentacja

METODOLOGIA

Program oparty o metodykę Sandlera to nie jednorazowe szkolenie, nakierowane na rozwój punktowych umiejętności, ale kompleksowy system (proces) edukacyjny, którego rezultatem jest trwała zmiana w sposobie sprzedawania i podejścia do klienta (tzw. kulturze sprzedażowej).

Dzięki rozłożeniu całego procesu w czasie, zróżnicowanej metodologii, stałemu monitoringowi i permanentnemu wsparciu merytorycznemu, „nowa” wiedza sprzedażowa jest przez uczestników lepiej przyswajana i szybciej staje się częścią ich repertuaru zachowań.

Filozofia programów **SANDLER SELLING SYSTEM** opiera się na odejściu od metod proponowanych w tradycyjnych szkoleniach, w tym także od tradycyjnych etapów sprzedaży, i skierowaniu uwagi na wyzwania zakupowe klienta, jego gry psychologiczne i stosowanie niestandardowych mechanizmów wywierania wpływu. System Sandlera poddaje w wątpliwość dotychczasowe rozważania na temat:

- Co i jak powinien w rzeczywistości kontrolować sprzedawca w rozmowie z klientem?
- Jakie są etapy i zadania w kontakcie handlowym?
- Jakich technik i metod budowania relacji z klientem powinien używać handlowiec, a z czego powinien zrezygnować?
- Jak powinien postrzegać rolę swoją i klienta w relacji handlowej?
- Jak zbuduje osobisty komfort pracy?

Sala szkoleniowa z dostępem do światła dziennego i infrastruktury (toalety) oraz możliwością aranżacji stołów i krzeseł, z rzutnikiem multimedialnym i flipchartem.

Usługa jest realizowana w godzinach lekcyjnych. Przerwy: 60 min. sesję. Planowane godziny przerw: 10.30-10.45, 13.00-13.30, 15.30-15.45.

Liczba godzin w podziale na zajęcia praktyczne i teoretyczne: 50/50.

Sposób organizacji walidacji:

Walidacja zostanie przeprowadzana w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji w oparciu o cały materiał, który przedstawiony i przećwiczony został w czasie zajęć. Uczestnicy w toku poszczególnych zjazdów ćwiczą w praktyce poznane zagadnienia i techniki, a w utrwaleniu poznanego materiału pozwala aplikacja Improver, do której mają dostęp przez cały czas trwania projektu. Egzamin końcowy ma na celu weryfikację wiedzy i umiejętności ze wszystkich zjazdów. Ma on charakter pisemny i wymaga od

uczestnika udzielenia odpowiedzi poprzez poprawne zastosowanie poznanych technik. W przypadku wątpliwości lub przy mało czytelnej formie odpowiedzi, uczestnik dostaje prawo wyjaśnienia ustnie co miał na myśli, aby upewnić się, że udzielona odpowiedź była prawidłowa.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 WPROWADZENIE DO MODELU SANDLERA	Łukasz Grabowski	11-02-2026	08:30	13:00	04:30
2 z 15 przerwa	Łukasz Grabowski	11-02-2026	13:00	14:00	01:00
3 z 15 WPROWADZENIE DO MODELU SANDLERA	Łukasz Grabowski	11-02-2026	14:00	17:00	03:00
4 z 15 BUDOWANIE INNOWACYJNEJ RELACJI	Łukasz Grabowski	12-02-2026	08:30	13:00	04:30
5 z 15 przerwa	Łukasz Grabowski	12-02-2026	13:00	14:00	01:00
6 z 15 BUDOWANIE INNOWACYJNEJ RELACJI	Łukasz Grabowski	12-02-2026	14:00	17:00	03:00
7 z 15 STRATEGIA NEGATYWNEGO ODWRACANIA	Łukasz Grabowski	17-03-2026	08:30	13:00	04:30
8 z 15 przerwa	Łukasz Grabowski	17-03-2026	13:00	14:00	01:00
9 z 15 STRATEGIA NEGATYWNEGO ODWRACANIA	Łukasz Grabowski	17-03-2026	14:00	17:00	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 15 BUDOWANIE MOTYWACJI DO ZAKUPU	Łukasz Grabowski	18-03-2026	08:30	17:00	08:30
11 z 15 BADANIE GOTOWOŚCI KLIENTA DO ZAKUPU	Łukasz Grabowski	14-04-2026	08:30	17:00	08:30
12 z 15 SZTUKA PREZENTACJI	Łukasz Grabowski	15-04-2026	08:30	17:00	08:30
13 z 15 ROZMOWA TELEFONICZNA	Łukasz Grabowski	14-05-2026	08:30	17:00	08:30
14 z 15 WARSZTATY TRENINGOWE	Łukasz Grabowski	14-05-2026	08:30	16:00	07:30
15 z 15 walidacja	-	15-05-2026	16:00	17:00	01:00

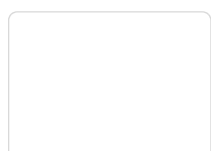
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	14 145,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	11 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	176,81 PLN
Koszt osobogodziny netto	143,75 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Łukasz Grabowski



Menedżer sprzedaży z doświadczeniem zdobytym w międzynarodowych firmach, w tym: z branż FMCG, motoryzacyjnej i dóbr luksusowych. Jego doświadczenie obejmuje, między innymi: tworzenie i wdrażanie strategii sprzedaży, aktywne pozyskiwanie nowych klientów, negocjowanie kontraktów z kluczowymi klientami, rekrutowanie i szkolenie pracowników, wdrażanie i egzekwowanie planów sprzedaży. Dzięki swojej pracy w różnych branżach doskonale rozumie problemy dzisiejszych sprzedawców.

W 2017 roku przeprowadził najwięcej dni szkoleniowych w Sandler w Polsce. Łukasz jest obecnie Prezesem Sandler Training Polska.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Materiały do samodzielnej, indywidualnej pracy między zajęciami nakierowaną na wdrożenie prowadzonych w trakcie sesji technik i elementów zarządzania. W trosce o jakość wdrożenia, uczestnicy otrzymają każdorazowo po sesji specjalne zadanie wdrożeniowe, które będzie monitorowane przez trenera prowadzącego.
- Podręcznik na licencji Sandler Training zawierający pełny materiał merytoryczny poruszany w trakcie szkoły oraz specjalnie opracowane materiały wspierające program (m.in. usprawniające indywidualną pracę wdrożeniową).
- Dostęp do **aplikacji mobilnej IMPROVER**, pełniącej funkcję "wirtualnego trenera/walidatora", który poprzez misje i quizy wyznacza zadania wdrożeniowe, waliduje i monitoruje wykorzystanie nowych umiejętności, a jednocześnie nagradza sukcesy i piętnuje zaniechania.

Adres

ul. Łopuszańska 95

02-457 Warszawa

woj. mazowieckie

Siedziba Sandler Training Polska, budynek A, II piętro (wejście jest przez recepcję w budynku B)

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



MAŁGORZATA BOGUSŁAWSKA

E-mail malgorzata.boguslawska@sandler.com

Telefon (+48) 787 078 018