



Akademia Pricingu

Numer usługi 2026/02/18/10940/3344874

4 612,50 PLN brutto

3 750,00 PLN netto

184,50 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

169,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Ernst & Young
spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością
Academy of
Business sp. k.

★★★★★ 4,6 / 5

438 ocen

📍 Warszawa / mieszana (stacjonarna połączona z usługą
zdalną w czasie rzeczywistym)

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 25 h

📅 16.06.2026 do 18.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Na szkolenie zapraszamy osoby, które chcą dowiedzieć się:

- Co wziąć pod uwagę, ustalając ceny produktów i usług
- Kształtowanie ceny w B2C i w B2B
- Z czego składa się cena i co wpływa na rentowność biznesu
- Co to jest product mix
- Jakie plusy i minusy niesie ze sobą sprzedaż pakietowa
- Jak budować transparentną politykę cenową
- Co powoduje, że klient chce zapłacić więcej
- Wartość funkcjonalna a wartość dodana produktu
- Jak tworzyć strategie cenowe dla wielu kanałów (multichannel management)
- Zasady i mechanizmy tworzenia cen produktów
- Jak konstruować argumenty sprzedażowe oparte na liczbach
- Rola rabatów i bonusów w warunkach handlowych
- Jaka jest różnica między marżą i narzutem
- Wpływ rabatów na obroty firmy
- Ile nas kosztuje odroczone termin płatności
- Jak tworzyć skuteczne promocje
- Jak wprowadzać podwyżki cen
- Jak bronić cenę i sprzedawać droższe produkty
- Jakie błędy najczęściej popełniają sprzedający.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

12-06-2026

Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	25
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

Szkolenie "Akademia Pricingu" przygotowuje uczestników do tworzenia strategii i polityk cenowych w organizacji, poprzez zastosowanie zasad tworzenia polityki cenowej oraz wykorzystanie sposobów i mechanizmów, które wykorzystują firmy, tworząc strategię i polityki cenowe ukierunkowane na uzyskanie jak najwyższej rentowności firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik posługuje się wiedzą w zakresie tworzenia strategii i polityki cenowej w organizacji	• identyfikuje sposoby i mechanizmy wykorzystywane do tworzenia strategii i polityk cenowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• definiuje zasady tworzenia polityki cenowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• omawia pojęcie przepływów ceny w łańcuchu dystrybucji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• charakteryzuje jak wpływają na biznes rabaty, bonusy, promocje	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik tworzy strategię i politykę cenową w organizacji	• kształtuje ceny na rynku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• tworzy politykę cenową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• analizuje ryzyka związane ze sprzedażą produktów i usług w wielu kanałach sprzedaży	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• monitoruje ryzyka związane ze sprzedażą produktów i usług w wielu kanałach sprzedaży	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• zarządza czynnikami wpływającymi na poziom ceny	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• bada i porównuje konkurencję na rynku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• charakteryzuje się świadomością konieczności ciągłej aktualizacji wiedzy w zakresie tworzenia strategii i polityk cenowych w organizacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• śledzi nowości i trendy na rynku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
• dopasowuje ofertę do danego Klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	
• wykorzystuje metody ustalania cen	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	

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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

PROGRAM

Jaka jest dobra cena produktu i usługi

- Wpływ cech i walorów produktów i usług na postrzeganie ceny
- Z czego składa się cena
- Pozycjonowanie cenowe
- Psychologia ceny

Cena rynkowa a wpływ konkurencji na naszą ofertę

- Badanie i porównanie konkurencji na rynku
- Segmenty cenowe na danym rynku
- Kategorie, rodziny produktów i usług na rynku
- USP – Unikalna oferta sprzedażowa
- Argumentacja dobrej ceny

Omówienie sposobów ustalania cen

- Wrażliwość cenowa kupującego
- Czynniki wpływające na wrażliwość cenową
- Marżowość na produkcie podstawowym i komplementarnym
- Sprzedaż pakietowa
- Dywersyfikacja marży poprzez product mix
- Polityka cenowa, tworzenie cenników i ofert
- Pułapki w kalkulowaniu ofert

Komunikacja cen regularnych i promocyjnych

- Sposoby komunikacji cen w B2B i B2C
- Argumenty sprzedażowe budujące wyższą cenę
- Obrona ceny – sposoby argumentacji
- Argumentacja korzyści oparta na liczbach
- 5 reguł wpływających na decyzję Klientów
- Znaczenie emocji w komunikowaniu ceny

Polityka cenowa firmy

- Tworzenie i wprowadzanie współpracy opartej na warunkach handlowych
- Ewolucja ceny od 1N do 4N
- Rola rabatów i bonusów w warunkach handlowych
- Obliczanie sumy warunków i średnich rabatów klienta
- Mechanizmy kontraktowania współpracy długoterminowej
- Argumenty biznesowe w negocjacjach
- Ustalanie efektywnych planów sprzedaży

Konkurencja a pozycjonowanie cenowe

- PCK – Produkt → Cechy → Korzyści a wpływ na USP
- Co wpływa na postrzeganie ceny przez klienta
- Wartości dodane produktów i usług
- Wpływ wartości dodanych na postrzeganie cen
- Wpływ marketingu na postrzeganie ceny
- Wpływ świadomości marki na cenę produktu

Rentowność produktu

- Zysk na produkcji
- Marża 1, Marża 2, Marża 3
- Obliczanie marży i narzutu
- Różnice między marżą i narzutem
- MP – czym jest marża na pokrycie
- BEP – Break-even Point – punkt rentowności
- Znaczenie wolumenu w sprzedaży

Proces sprzedaży vs proces zakupu

- Co kupuje Klient, a co my sprzedajemy
- Prowadzenie efektywnej rozmowy handlowej
- Sprzedaż transakcyjna a doradcza i ich wpływ na cenę
- Problemy, wyzwania i potrzeby Klientów
- Kim jest Shopper i na co zwraca uwagę

Dopasowanie oferty do klienta

- Rozpoznanie motywacji Klienta do zakupu poprzez pytania
- Tworzenie bazy pytań
- Znaczenie wybranej kategorii dla Klienta
- Prezentacja produktów digital i w sklepie

Obiekcje i zastrzeżenia związane z ceną

- Skąd pojawiają się obiekcje i zastrzeżenia
- Klienci nastawieni na TAK i na NIE
- Rozwiewanie obiekcji i zastrzeżeń
- Sposoby finalizacji sprzedaży

Promocje cenowe

- Jak obniżyć cenę, zwiększając zysk
- Sposoby tworzenia pakietów
- Słowa wzmacniające promocje
- Gratis, czyli jak sprzedawać, nie obniżając ceny
- Specjalna edycja – produkty w oparciu o psychologiczną barierę ceny
- Limitowana edycja a sprzedaż w wyższej cenie
- Sezonowość i moda a promocje cenowe
- Darmowa dostawa, przedłużona gwarancja – promocje bez obniżki cen.

Informacje dodatkowe:

Szkolenie dedykowane jest dla osób, które chcą dowiedzieć się:

- Co wziąć pod uwagę, ustalając ceny produktów i usług
- Kształtowanie ceny w B2C i w B2B
- Z czego składa się cena i co wpływa na rentowność biznesu
- Co to jest product mix
- Jakie plusy i minusy niesie ze sobą sprzedaż pakietowa
- Jak budować transparentną politykę cenową
- Co powoduje, że klient chce zapłacić więcej
- Wartość funkcjonalna a wartość dodana produktu
- Jak tworzyć strategię cenową dla wielu kanałów (multichannel management)
- Zasady i mechanizmy tworzenia cen produktów
- Jak konstruować argumenty sprzedażowe oparte na liczbach
- Rola rabatów i bonusów w warunkach handlowych
- Jaka jest różnica między marżą i narzutem
- Wpływ rabatów na obroty firmy
- Ile nas kosztuje odroczone termin płatności
- Jak tworzyć skuteczne promocje
- Jak wprowadzać podwyżki cen
- Jak bronić cenę i sprzedawać droższe produkty
- Jakie błędy najczęściej popełniają sprzedający.

Czas trwania szkolenia:

Szkolenie trwa **25 godzin dydaktycznych** (tj. 45 minut), w tym: **12 godzin stanowi część praktyczna, 12 godzin część teoretyczna, 45 min. validacja**. Podana ilość godzin szkolenia nie zawiera czasu przerw.

Validacja:

Po szkoleniu przeprowadzana będzie validacja w formie testu teoretycznego. Pytania testowe przygotowane zostały przez niezależnego walidatora, zapewniając rozdzielność funkcji uczenia od validacji. Test przeprowadzany będzie w formie online, poprzez wykorzystanie platformy zewnętrznej. Osoba walidująca nie jest obecna w części szkoleniowej. W harmonogramie szkolenia, został wskazany przybliżony czas przeprowadzenia validacji usługi rozwojowej.

Informacje techniczne:

W trakcie szkolenia online korzystamy z platformy Zoom. Każdy uczestnik otrzymuje przed szkoleniem link do platformy internetowej (na wskazany adres mailowy), na której znajdować się będzie transmisja online. Uczestnictwo w streamingu nie wymaga żadnych, specjalnych oprogramowań: wystarczy, że komputer jest podłączony do Internetu (należy korzystać z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari). Uczestnicy oglądają i słuchają na żywo tego, co dzieje się w sali szkoleniowej oraz śledzą treści wyświetlane na komputerze prowadzącego. Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online. W przypadku mniejszych szkoleń uczestnicy mogą przez mikrofon komunikować się z trenerem i innymi uczestnikami kursu. Link do szkolenia online generowany jest przed szkoleniem i ważny jest przez cały czas trwania szkolenia (uczestnik może połączyć się w dowolnym momencie).

Podczas szkoleń online wykorzystujemy następujące funkcjonalności:

1) Praca w grupach (breakout rooms)

- trener może podzielić uczestników automatycznie lub manualnie
- trener ustala czas trwania pracy w grupach
- pojawia się krótki komunikat na ekranie uczestnika, który informuje, że gospodarz zaprasza do podpokoju
- prowadzący może wysłać wiadomość do wszystkich pokoi jednocześnie, np. z opisem zadania do wykonania.

2) Narzędzia dostępne podczas sesji w breakout rooms:

- tablica, możliwość pisania mają wszyscy uczestnicy, efekt pracy można zapisać i pokazać w pokoju szkoleniowym, wszystkim uczestnikom szkolenia
- pokazywanie ekranu, każdy uczestnik może udostępnić swój ekran
- czat
- użytkownik pracujący w pokoju, może w dowolnym momencie zaprosić prowadzącego do pokoju grupowego.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 22 Jaka jest dobra cena produktu i usługi-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	16-06-2026	09:00	11:00	02:00	Tak
2 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	16-06-2026	11:00	11:15	00:15	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
3 z 22 Cena rynkowa a wpływ konkurencji na naszą ofertę- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	16-06-2026	11:15	13:00	01:45	Tak
4 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	16-06-2026	13:00	14:00	01:00	Tak
5 z 22 Omówienie sposobów ustalania cen- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	16-06-2026	14:00	15:00	01:00	Tak
6 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	16-06-2026	15:00	15:15	00:15	Tak
7 z 22 Komunikacja cen regularnych i promocyjnych - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	16-06-2026	15:15	16:30	01:15	Tak
8 z 22 Polityka cenowa firmy- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	17-06-2026	09:00	11:00	02:00	Tak
9 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	17-06-2026	11:00	11:15	00:15	Tak
10 z 22 Konkurencja a pozycjonowanie cenowe- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	17-06-2026	11:15	13:00	01:45	Tak
11 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	17-06-2026	13:00	14:00	01:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
12 z 22 Rentowność produktu- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	17-06-2026	14:00	15:00	01:00	Tak
13 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	17-06-2026	15:00	15:15	00:15	Tak
14 z 22 Proces sprzedaży vs proces zakupu- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	17-06-2026	15:15	16:30	01:15	Tak
15 z 22 Dopasowanie oferty do klienta- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	18-06-2026	09:00	11:00	02:00	Tak
16 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	18-06-2026	11:00	11:15	00:15	Tak
17 z 22 Obiekcje i zastrzeżenia związane z ceną- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	18-06-2026	11:15	13:00	01:45	Tak
18 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	18-06-2026	13:00	14:00	01:00	Tak
19 z 22 Promocje cenowe cz.1- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	18-06-2026	14:00	15:00	01:00	Tak
20 z 22 Przerwa	Mariusz Walczak	18-06-2026	15:00	15:15	00:15	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
21 z 22 Promocje cenowe cz.2-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Mariusz Walczak	18-06-2026	15:15	16:30	01:15	Tak
22 z 22 Walidacja usługi	-	18-06-2026	16:30	17:15	00:45	Tak

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 612,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 750,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	184,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mariusz Walczak

Od 27 lat specjalizuje się w obszarze sprzedaży i zakupów. Proces sprzedaży zna od samego dołu, pracował, jako: sprzedawca detaliczny w sklepie, kierownik w hipermarkecie, przedstawiciel handlowy, Key Account Manager, Sales Manager i Business Development Manager. Opiekował się kluczowymi klientami, budując długotrwałe relacje, pracował również na lejku sprzedażowym z dużą bazą klientów ciągle rotujących. Wykonywał zimne telefony, research nowych klientów, zimne maile oraz komunikację poprzez media społecznościowe. Zna specyfikę rynków B to C, B to B, zarówno związanych z produktami, jak i usługami. Bardzo dobrze zna zagadnienia up-sellingu, cross-sellingu, sprzedaży bezpośredniej, nowoczesnej i tradycyjnej. Wdrażał standardy w wielu sieciach detalicznych, w różnych branżach, np.: apteki, fashion, kantory, kawiarnie, meble, itp. Analityka, zarządzanie zmianami, praca z systemami mobilnymi raportowania i planowania, trening, coaching, constant feedback to obszary, w których płynnie się porusza. W działaniu zwraca uwagę na dopasowanie do klienta, zbudowanie odpowiedniej atmosfery i obsługi, która spowoduje, że będzie do nas wracał. Podczas warsztatów

tłumaczy jak ważny jest NPS, parametr, który pokazuje lojalność klientów, nawet, gdy go nie mierzymy.

W sali szkoleniowej stawia na praktyczne walory szkolenia i umiejętności, które można od razu wdrożyć w życie. Pobudza zespół do kreatywności i zachęca do interakcji. Pomaga wypracować systemy i narzędzia dostosowane do potrzeb.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzyma komplet materiałów szkoleniowych w formie skryptu.

Warunki uczestnictwa

Ogólne warunki świadczenia usług poprzez Ernst & Young spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Academy of Business sp. k. dostępne są na stronie: <https://www.academyofbusiness.pl/ogolne-warunki-swiadczenia-uslug-osobom-prawnym/>

Informacje dodatkowe

- Harmonogram godzinowy szkolenia każdorazowo dostosowywany jest do grupy szkoleniowej.
- Godziny realizacji przerw i poszczególnych modułów szkolenia mogą ulec zmianie.

Szkolenie odbywa się w formule hybrydowej, tzn. jednocześnie w formie stacjonarnej oraz formie zdalnej w czasie rzeczywistym.

Uczestnik po dokonaniu zapisu na szkolenie wybiera 1 z form udziału w szkoleniu. Całe szkolenie jest realizowane w jednej wybranej formie.

Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

Do realizacji szkoleń online korzystamy z platformy Zoom. Każdy uczestnik otrzymuje przed szkoleniem link do platformy internetowej (na wskazany adres mailowy), na której znajdować się będzie transmisja online. Uczestnictwo w streamingu nie wymaga żadnych, specjalnych oprogramowań: wystarczy, że komputer jest podłączony do Internetu (należy korzystać z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari). Uczestnicy oglądają i słuchają na żywo tego, co dzieje się w sali szkoleniowej oraz śledzą treści wyświetlane na komputerze prowadzącego. Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online. W przypadku mniejszych szkoleń uczestnicy mogą przez mikrofon komunikować się z trenerem i innymi uczestnikami kursu. Link do szkolenia online generowany jest przed szkoleniem i ważny jest przez cały czas trwania szkolenia (uczestnik może połączyć się w dowolnym momencie).

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji: Dwurdzeniowy procesor Intel Core i5 2,5 GHz i wyższy.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: pobieranie: 10 Mb/s, wysyłanie: 5 Mb/s.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Nie trzeba pobierać oprogramowania. Aby wziąć udział w szkoleniu online potrzebny jest komputer, laptop, telefon lub tablet ze stabilnym internetem i bez blokad firmowych.

Podczas szkoleń online wykorzystujemy następujące funkcjonalności:

1) Praca w grupach (breakout rooms)

- trener może podzielić uczestników automatycznie lub manualnie

- trener ustala czas trwania pracy w grupach

- pojawia się krótki komunikat na ekranie uczestnika, który informuje, że gospodarz zaprasza do podpokoju
- prowadzący może wysłać wiadomość do wszystkich pokoi jednocześnie, np. z opisem zadania do wykonania.

2) Narzędzia dostępne podczas sesji w breakout rooms:

- tablica, możliwość pisania mają wszyscy uczestnicy, efekt pracy można zapisać i pokazać w pokoju szkoleniowym, wszystkim uczestnikom szkolenia
- pokazywanie ekranu, każdy uczestnik może udostępnić swój ekran
- czat
- użytkownik pracujący w pokoju, może w dowolnym momencie zaprosić prowadzącego do pokoju grupowego.

Usługa jest nagrywana na potrzeby ewentualnej kontroli.

W związku z tym, prosimy o włączenie kamery na czas udziału w szkoleniu. Dziękujemy.

Adres

al. Armii Ludowej 26
00-609 Warszawa
woj. mazowieckie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- W budynku znajduje się: parking dla rowerów, poczta, restauracja, firma kurierska, kiosk.

Kontakt



Zuzanna Stępień

E-mail zuzanna.stepien@pl.ey.com

Telefon (+48) 510 201 314